

## OPORTUNIDADES E DESAFIOS DO MST: ALARGAMENTO DA OCUPAÇÃO ESTRATÉGICA DO CIBERESPAÇO NA LUTA POR RECONHECIMENTO<sup>1</sup>

Antonio Simões Menezes<sup>2</sup>

### RESUMO

Ao contrário daquilo que possa pensar o senso comum, a luta travada pelo Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) em busca de reconhecimento é vital para a continuidade do mais longo movimento social rural do Brasil. Este artigo tem o objetivo de apresentar a síntese dos resultados da pesquisa desenvolvida ao longo do doutorado realizado no Programa de Ciências Sociais da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG). A partir do referencial teórico baseado em autores como Fraser (2007) e Honneth (2003), foram problematizadas as demandas do MST por redistribuição e reconhecimento, as quais se tornaram ainda mais complexas com a ocupação do ciberespaço pelo MST. Com base em uma metodologia qualitativa, ancorada no método etnográfico, foi possível mapear usos e apropriações de ferramentas on-line efetuadas pelo MST. Porém, um dos diferenciais da tese foi realçar as ações dos sem-terra no ciberespaço sem, contudo, se abster do estudo das práticas de comunicação off-line do grupo e buscar compreender as possíveis associações estratégicas dessas duas dimensões da comunicação do movimento que poderiam conformar um possível discurso contra-hegemônico convergente. Defende-se uma nova perspectiva na compreensão do MST, onde a luta no campo simbólico tem papel de destaque e não pode ser vista como secundária.

**Palavras-chave:** Movimentos sociais; Comunicação; Reconhecimento; Etnografia; Convergência

### 1 – Introdução

Na atual conjuntura política, as conquistas materiais do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) podem estar ameaçadas. Afinal, é provável que a antiga campanha de criminalização contra o movimento seja intensificada e venha a desencadear um processo de deslegitimação desse ator social.

Em busca de resistir e até mesmo contra-atacar as ações voltadas para a estigmatização do movimento, a área de comunicação do MST é estratégica. Historicamente marcado por um investimento considerável na construção de uma sólida política de comunicação, o MST conta

---

<sup>1</sup> Artigo apresentado ao Eixo Temático 02 – Movimentos Sociais/ Ciberativismo / Resistência do IX Simpósio Nacional da ABCiber.

<sup>2</sup> Professor do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) e doutor em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Campina Grande (UFCG). Integra o Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Mobilidade (Mobjor/UEPB). E-mail: simoesmenezes@gmail.com

com um significativo conjunto de produções simbólicas que lhe permitem vislumbrar vitórias nos embates desenvolvidos no campo simbólico.

O objetivo principal deste trabalho é apresentar os principais resultados obtidos na pesquisa desenvolvida ao longo dos últimos quatro anos no Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal de Campina Grande (PPGCS/UFCG), que resultou na tese intitulada “A centralidade da luta simbólica do MST: Expansão da ocupação do ciberespaço na busca por reconhecimento”<sup>3</sup>, defendida em março de 2016, na UFCG.

A partir do referencial teórico baseado em autores como Fraser (2007) e Honneth (2003), foram problematizadas as demandas do MST por redistribuição e reconhecimento. Com o estudo da expansão da política de comunicação da organização pelo ciberespaço, foi detectado o alargamento da relação de interdependência entre os campos simbólico e material da luta desenvolvida pelo grupo.

No decorrer da pesquisa, buscou-se compreender como um movimento eminentemente agrário passou a ocupar o ciberespaço com o objetivo de assegurar reconhecimento e aumentar a sua visibilidade. Foi necessário realizar o mapeamento dos usos e apropriações de ferramentas on-line efetuadas pelo MST, em um novo espaço público intrincado pelas relações de poder que conformam as lógicas de atuação dos atores que constituem, segundo a segundo, o “universo virtual”, cuja equivocada percepção de separação com o mundo real foi superada gradativamente.

Sem dúvidas, um dos desafios da tese foi elaborar uma metodologia que conseguisse dar conta de analisar as dinâmicas sociais resignificadas pelos mais distintos dispositivos digitais de comunicação conectados à internet e que fazem parte do cotidiano de milhões de brasileiros. A construção de ferramentas metodológicas para interpretar as táticas implantadas pelo MST no ciberespaço em busca de reconhecimento foi baseada na etnografia<sup>4</sup>.

Os resultados obtidos na tese, que serão apresentados e contextualizados neste artigo, permitem propor uma nova perspectiva na compreensão do MST, onde a luta no campo simbólico, por reconhecimento, não pode ser vista como secundária. Ela deve ser compreendida como central para o grupo, assim como sempre foi entendida a luta utilitária pela conquista da terra. Ambas são equivalentes e mutuamente dependentes, pois compõem dimensões distintas de uma mesma realidade.

---

<sup>3</sup> Dessa forma, vários trechos da nossa tese foram inseridos integralmente neste trabalho.

<sup>4</sup> Nesta pesquisa, não serão adotados termos como netnografia ou etnografia virtual “[...] uma vez que eles aludem a uma suposta distinção entre os ambientes on-line e off-line em vez de uma relação de contiguidade e atravessamento entre ambos, que é observada em boa parte dos estudos” (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 178).

## 2 – Relação do MST com o campo simbólico

Desde o seu surgimento, a dimensão simbólica exerce papel-chave na estruturação do movimento<sup>5</sup>. Seja na divulgação de ideias, na conquista de novos militantes, na construção identitária do sem-terra, como estratégia de resistência, entre outras inúmeras possibilidades de intervenção social, as formas simbólicas são indissociáveis do cotidiano do movimento.

Transpor a entrada de um assentamento ou acampamento do MST é o começo de uma incursão por um espaço caracterizado pela riqueza de símbolos e ritos que explicitam a força do simbólico na organização social do grupo. A famosa bandeira parece onipresente, já que é vista ao longe em lugar de destaque da maior parte dos assentamentos, penduradas em muitas casas, estampada em dezenas de camisas e bonés dos assentados. Porém, mesmo se ela não estivesse ali, o simbólico já foi internalizado pelo sem-terra.

Isso ocorre porque quase todas as suas ações são envolvidas por essa força “invisível”. Levar jovens, por exemplo, para o Centro de Formação Elizabeth e João Pedro Texeira, na cidade paraibana de Lagoa Seca, torna o contato com a memória desses heróis camponeses parte do processo de capacitação. As práticas pedagógicas ali desenvolvidas reforçam que os sonhos de personalidades da “esquerda” podem ser realizados.

Esse apelo simbólico aumenta em ocasiões como reuniões políticas, celebrações religiosas, datas comemorativas, entre variadas situações cotidianas, em que a mística é usada. Considerada uma prática de comunicação grupal do MST, ajuda a projetar a imagem do movimento por meio de seus símbolos e, até certo ponto, contribui para a constituição do próprio movimento (NUNES, 2014).

Pertencer a uma coletividade é, hoje, uma carência e uma necessidade, pois o capitalismo corrói as causas coletivas na mesma medida em que privilegia o caráter egoísta dos seres sociais. A mística socialista reedifica as causas coletivas privilegiando a prática de valores coletivos como os da justiça e da igualdade. Ela está comprometida com a tarefa de forjar uma nova identidade. (BOGO, 2010, p. 233).

De maneira sintética, Nunes (2014) explica a importância da mística na formação desse novo agente social, ao citar Vieira (2008): “a mística enquanto ritual é aqui compreendida como um complexo de ações simbólicas que busca a construção da identidade de um sujeito político através da formação da subjetividade dos indivíduos” (NUNES apud VIEIRA, 2014, p. 38). No processo de “transformação” do agricultor em um componente do

---

<sup>5</sup> Com quase 33 anos de existência, “O Movimento Sem Terra está organizado em 24 estados nas cinco regiões do país. No total, são cerca de 350 mil famílias que conquistaram a terra por meio da luta e da organização dos trabalhadores rurais”. Disponível em <http://www.mst.org.br/quem-somos/#full-text>. Acesso em: 22 jan. 2017.

movimento ou de formação do sem-terra há o cuidado de resgatar a autoestima dessa pessoa, quase totalmente devastada pela lógica capitalista.

Mais uma vez, o simbólico é uma questão-chave para desconstruir as reificações que legitimam o *status quo* e, por consequência, justificam a exploração e, em muitos casos, o aniquilamento das populações rurais e até mesmo dos recursos naturais do planeta. Assim como, conforme Castells (2013), a indignação é fundamental para vencer o medo e levar um grupo a se revoltar e lutar por mudanças, a certeza de que sua luta é justa e legítima é a senha para arregimentar pessoas e deixá-las preparadas para defender o grupo ao qual tem orgulho de pertencer e as concepções desse movimento social.

Conforme os resultados da pesquisa desenvolvida por Nunes, a mística também exerce uma função de destaque na organização política do MST. Segundo a pesquisadora, essa prática comunicativa é necessária para o desenvolvimento e o êxito de movimentos sociais, os quais contam com integrantes que usam esse mecanismo como uma fonte de motivação para dar continuidade à coesão da organização política interna. “A mística nesse aspecto, explicam Betto e Boff (2008), é o conjunto de convicções, visões e paixões que mobiliza as pessoas para continuar na luta por mudanças e desenvolver práticas para essa luta, mesmo se defrontando muitas vezes com o fracasso”, (NUNES, 2014, p. 83).

Nessa luta para desnaturalizar as lógicas que produzem e perpetuam as desigualdades sociais, além da mística já bastante enfocada (NUNES, 2014; BOGO, 2010; VIEIRA, 2008) até por ser uma das principais características do MST, esses atores utilizam outros processos comunicativos. Ao longo de sua história, o movimento investiu um aporte considerado de recursos, sejam humanos, logísticos, tempo, na construção de um sistema de comunicação próprio, mais precisamente uma política de comunicação.

De acordo com Barbosa (2013), a política de comunicação do MST vai além dos meios clássicos de comunicação (rádio, TV, impresso, Internet). Ela compreende também músicas, encenações teatrais, pinturas muralistas, entre outras formas de manifestações simbólicas.

[...] a política de comunicação do MTS não tem o objetivo de ser um instrumento de “relações públicas” da organização ou apenas dar conta para a base dos planejamentos e ações da direção. A política de comunicação teve o papel de incentivar os militantes e os demais trabalhadores rurais a prosseguir na luta por reforma agrária e pela construção de uma nova sociedade e que agora precisa continuar nesse processo de elevação da capacidade crítica. (BARBOSA, 2013, p. 12).

Durante nossa pesquisa desenvolvida no doutorado, apenas o universo jornalístico, ou por ele apropriado, da política de comunicação foi analisado, pois o movimento busca se valer

da credibilidade inerente ao jornalismo como uma das principais estratégias comunicativas para conquistar reconhecimento enquanto movimento social e visibilidade para suas ações, contribuindo também para a superação do processo de estigmatização do qual é vítima.

Às interrelações, aos acordos tácitos, às abordagens, aos parâmetros e orientações que subjazem a elaboração dos canais de comunicação, e seus congêneres, usados com fins jornalísticos pelo movimento, aos consensos e dissensos constituídos entre a sua lógica de produção e circulação no social, demarcamos, aqui, como política de comunicação a ser estudada nesta pesquisa. Política de comunicação que, em sua própria estruturação, evidencia a mística como um de seus elementos basilares e reforça a ligação das ações comunicativas do movimento com o jornalismo de resistência, combativo.

A mística, aqui, entra como um terceiro elemento da constituição da política de comunicação do MST, ao lado da influência marxista, que pode ser vista nos princípios leninistas de jornal como organizador coletivo, e ao lado da influência gramsciniana na formação da consciência crítica, a partir da formação de quadros que desenvolvam esses veículos. (BARBOSA, 2013, p. 13)

Conforme Engelman (2013), os militantes que trabalhavam com a comunicação integravam o setor de jornal e propaganda, que no final dos anos 1990 recebeu a denominação de setor de comunicação. Ainda segundo Engelman, ele ficou com a missão de conduzir os debates e elaborar as linhas políticas do processo de comunicação do MST, junto à sua base, fomentando o diálogo com a classe trabalhadora em geral e coordenando a organização dos meios de comunicação usados pelo movimento. O setor é estruturado em âmbitos local, estadual e nacional.

Sua coordenação nacional é composta por dois militantes, dos quais um também integra a direção nacional. Uma equipe de comunicadores, sob a orientação do setor de comunicação e da Secretaria Nacional do MST, em São Paulo, coordena a edição dos principais veículos de comunicação do MST, que possuem abrangência nacional – Jornal Sem Terra, Revista Sem Terra, programas de rádios, assessoria de imprensa, página de internet do MST e rede de computadores (MST, 2001). (ENGELMANN, 2013, p. 120).

A análise que desenvolvemos dessa política de comunicação foi fundamental para a percepção da centralidade da luta simbólica implementada pelo MST, que visa a garantir reconhecimento ao movimento e, além disso, dar legitimidade às ações utilitárias dos sem-terra. Neste sentido, o referencial teórico foi baseado principalmente no debate entre as categorias de reconhecimento e redistribuição aplicadas aos estudos científicos dos movimentos sociais.

Fraser critica a teoria clássica social que separa as lutas por reconhecimento daquelas por redistribuição. Em sua visão, ambas compõem faces distintas do mesmo processo de construção de uma sociedade mais igualitária. “Justiça, hoje, requer tanto redistribuição quanto reconhecimento; nenhum deles, sozinho, é suficiente. A partir do momento em que se adota essa tese, entretanto, a questão de como combiná-los torna-se urgente” (FRASER, 2007, p. 103).

Isto implica que toda luta por reconhecimento perpassa por redistribuição. Elas se unem, embora uma não seja explicada a partir da outra. A luta do MST no campo simbólico envolve o próprio reconhecimento do grupo pela sociedade como um movimento social, enquanto reivindica uma política redistributiva da terra. Dessa forma, apenas a luta por estima social não conseguirá promover a justiça social, já que sozinha não busca, necessariamente, a redistribuição. Segundo a autora, esse é o problema da tese de Honneth (2003) e Taylor (1998), que associaria o reconhecimento a uma questão ética.

É possível, ao contrário, construir um modelo abrangente em que se pode acomodar ambos, seguindo o caminho perseguido aqui. Primeiro, deve-se construir o reconhecimento como uma questão de justiça, em oposição à “boa vida”. Isso, por sua vez, requer a substituição do modelo padrão de reconhecimento da identidade pelo modelo alternativo, o modelo de status, esboçado aqui. Em seguida, deve-se ampliar o conceito de justiça para incluir distribuição e reconhecimento como duas dimensões mutuamente irreduzíveis. Isso envolve colocar ambas as dimensões sob a norma deontológica da paridade participativa. Finalmente, depois de reconhecer que a justiça pode, em alguns casos, exigir o reconhecimento das particularidades acima e além da humanidade comum, deve-se submeter as reivindicações por reconhecimento ao padrão de justificação da paridade participativa. (FRASER, 2007, p. 136).

De acordo com a tese de Fraser, a sonhada justiça social plena defendida pelo MST pressupõe reconhecimento e redistribuição. Em síntese, como explica Fraser (2007), qualquer vitória, por parte de um agente social, na esfera da redistribuição é significativamente frágil quando não está associada à justiça da causa bem como à legitimidade dos beneficiados. Honneth (2003) assegura que o conflito, o qual tem como gramática a luta por reconhecimento, é a base da interação social. Assim, em sua concepção, a luta social é moralmente motivada, embora não descarte as razões utilitárias. Nesse sentido, as lutas e ações implementadas no campo simbólico são constituintes e constitutivas da própria construção identitária do movimento, além de estruturar as próprias ações utilitárias do movimento, como, por exemplo, a ocupação de um prédio público.

Como explicado neste tópico, desde a criação do MST, o poder simbólico (BOURDIEU, 2011) é imprescindível para o movimento enfrentar o poderio econômico e político de seus adversários. A dimensão simbólica foi cuidadosamente trabalhada com o objetivo de oferecer unidade e criar o sentimento de pertencimento ao grupo, além de mais recentemente ser imprescindível na luta desenvolvida pelo movimento na busca por reconhecimento.

### **3 – Desafio metodológico**

Na análise da política de comunicação do MST, foram priorizadas as novas formas de sociabilidade, que emergem das interações sociais mediadas por dispositivos digitais conectados à internet, marcadas pelo hibridismo on-line e off-line. Elas, acredita-se, contribuem para remodelar as estratégias e os próprios movimentos sociais neste novo milênio. O MST é emblemático nesse contexto, pois percebeu a simultaneidade e interdependência inerentes entre diversas práticas que ocorrem dentro ou fora da rede mundial de computadores.

A partir desta constatação, trabalhou-se com a perspectiva da internet enquanto artefato cultural (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011) – concepção elaborada no contexto da Antropologia – para analisar os usos e apropriações realizados pelo MST das tecnologias e redes digitais. Conforme as autoras, essa perspectiva facilita a observação da nova mídia, que é entendida como fazendo parte da cultura e não como um ser à margem. Ou seja, essa percepção integra os campos on-line e off-line.

Ainda baseado em Fragoso, Amaral e Recuero (2011) e em Hine (2000), que adotam a etnografia para estudos empíricos relacionados à internet, e a partir do enfoque centrado nos usos e apropriações das novas mídias, buscou-se aplicar uma metodologia qualitativa, mais especificamente o método etnográfico, o qual se mostrou adequado para superar um dos principais desafios do estudo: construir o aporte metodológico que consiga dar conta dessas práticas sociais reconfiguradas na sociedade estruturada em rede.

A “netnografia” foi criticada, segundo Fragoso; Recuero; Amaral (2011), por antropólogos e cientistas sociais mais ortodoxos como, por exemplo, Kozinets (2010). Ainda segundo as autoras, eles acreditam que a reconfiguração espaço-temporal proporcionada pelas novas mídias comprometeria características básicas da pesquisa etnográfica como o deslocamento, estranhamento e “ir ao campo” do pesquisador. Entretanto, conforme Velho (1978), não é necessário ir a campo, no sentido de viajar para fazer uma etnografia, pois é possível acessar vários mundos sem que o pesquisador saia do seu próprio mundo.

O fato é que dentro da grande metrópole, seja Nova York, Paris ou Rio de Janeiro, há descontinuidades vigorosas entre o ‘mundo’ do pesquisador e outros mundos, fazendo com que ele, mesmo sendo nova-iorquino, parisiense ou carioca, possa ter experiência de estranheza, não reconhecimento ou até choque cultural comparáveis à de viagens a sociedades e regiões ‘exóticas’ (VELHO, 1978, p. 40).

Por meio de uma “netnografia”, mesmo sem deixar sua residência, o cientista social pode continuar a desempenhar a função de comutação. De acordo com Matta (1978), o pesquisador deve apreender as categorias que regem a lógica do mundo analisado e construir mecanismos que permitam comutar o mundo estudado com o mundo do pesquisador. Mas o cientista está em uma situação de liminaridade.

É vivenciando esta fase que me dou conta (e não sem susto) que estou entre dois fogos: a minha cultura e uma outra, o meu mundo e um outro. De fato, tendo me preparado e me colocado como tradutor de um outro sistema para minha própria linguagem, eis que tenho que iniciar a minha tarefa. (MATTA, 1978 p. 25).

De todo modo, compreender as interações que ocorrem nas distintas esferas do ciberespaço é uma tarefa complexa e justifica a produção de inúmeras pesquisas em Ciências Políticas, Antropologia e Sociologia. Em todos esses campos, pesquisadores se defrontam com a necessidade de elaborar metodologias que deem conta dessas novas dinâmicas sociais.

A sociedade em rede nos força a trabalhar de novas maneiras e a estudar a sociedade de modos igualmente novos. Ela nos força a pensar novamente sobre nossos instrumentos, e ter certeza que eles são apropriados para as tarefas que os aplicamos. Ao encarar esse desafio, nós nos preparamos para nosso próprio Renascimento na compreensão da sociedade (HALAVASIS, 2011, p.16).

Como seria inviável, mesmo em uma tese, o estudo etnográfico de toda a política de comunicação do MST, o corpus da pesquisa foi composto pela página oficial do MST no Facebook e pelo *Jornal Sem Terra*, analisados a partir da amostragem delimitada por critérios de conteúdo e temporalidade (narrativas que abordavam o VI Congresso no intervalo de outubro de 2013 a junho de 2014). O VI Congresso foi escolhido por ser a principal instância de decisão do movimento e o intervalo foi demarcado para dar conta dos eventos de preparação, execução e avaliação do congresso.

A página do MST no Facebook foi selecionada para análise por ser esse o site de redes sociais mais popular no Brasil, assim como por ter sido apropriado pela estratégia de expandir a ocupação do movimento no ciberespaço e, ao contrário do que ocorre com o site dos sem-terra que já virou objeto de vários trabalhos científicos (TEJERA, 2014; ENGELMANN, 2013; LAHNI, COELHO, PEREIRA, 2009), por seus usos e apropriações

pelo MST quase não serem investigados, apesar da crescente importância adquirida por esses dispositivos na sociedade.

Nesse sentido, também foram observados os usos dessa ferramenta em consonância, ou não, com o *Jornal Sem Terra*, escolhido para complementar a análise porque acompanha a política de comunicação do movimento desde os seus primórdios e simboliza a interação dos canais on-line e off-line que compõem a política de comunicação do MST. Assim, ambos materializam, em parte, essa política de comunicação, a qual tem papel significativo na estruturação do movimento ao longo de 32 anos.

A etnografia desenvolvida foi meramente observacional, já que em nenhum momento o pesquisador postou, comentou, curtiu ou fez qualquer outra modalidade de intervenção na página do MST no Facebook. A participação do pesquisador nessa conversação em rede não contribuiria significativamente para responder as questões da pesquisa.

É pertinente ressaltar que foram acompanhadas as postagens públicas da página oficial do MST no Facebook durante nove meses. Ou seja, aqueles posts, além das intervenções estimuladas por eles, que podem ser acessados por qualquer pessoa, mesmo que ela sequer tenha uma conta nesse site de rede social. A escolha evitou dilemas éticos relacionados à privacidade dos autores das postagens, já que todas as mensagens estudadas são públicas.

Ao longo de nove meses de mapeamento, o MST fez 58 postagens no Facebook. Destas, 13 foram relacionadas ao VI Congresso e tornaram-se foco principal da análise. Em outubro e novembro, nenhuma das oito postagens (quatro em outubro e quatro em novembro) tinha relação com o evento. O primeiro conteúdo sobre o encontro só foi aparecer em 16 de dezembro de 2013, mês que contou com mais três publicações de assuntos diversos. Em janeiro de 2014, cinco postagens realizadas e nenhuma abordou o Congresso.

Já em fevereiro, o mês com maior número de publicações registradas, 12 postagens tratavam do congresso, enquanto apenas 3 enfocavam outros temas. Em seguida, nenhuma das 5 publicações de março, das 8 de abril, das 8 de maio tampouco das 5 de junho voltaram a abordar o Congresso. Apesar da pesquisa não ser quantitativa, os dados ajudaram a compreender a amostra estudada.

Três entrevistas em profundidade com lideranças nacional, regional e local do movimento, análise minuciosa de três edições completas do *Jornal Sem Terra*, de vídeos, e de demais documentos referentes ao MST foram outros métodos utilizados na construção e coleta de dados da pesquisa. Por fim, a análise do objeto tornou-se factível com a construção de categorias, nas quais fossem distribuídas as publicações da página do MST no Facebook,

facilitando a sistematização de dados que viabilizaram a compreensão dos usos e apropriações efetuados, pelo movimento, desse mecanismo de comunicação e de suas relações com os demais dispositivos comunicacionais do MST.

#### **4 – Síntese dos resultados da pesquisa**

Antes de apresentar alguns dos resultados obtidos durante o estudo, é pertinente ressaltar que ambos os dispositivos constituintes da política de comunicação do movimento, página oficial no Facebook e Jornal Sem Terra, desempenham funções essenciais na luta simbólica travada pelo MST. Em tese, se bem articulados, aumentam o potencial de levar a organização a conquistar visibilidade e reconhecimento perante a maior parte da sociedade.

As postagens que faziam alguma referência ao VI Congresso na página do MST no Facebook foram agrupadas em uma das seguintes categorias: Informação, cujo principal diferencial é simplesmente passar informações gerais sobre o Congresso; Mobilização, quando objetivavam mobilizar pessoas para ações on-line ou off-line; e Contradiscorso Midiático, caracterizadas por responderem aos discursos de criminalização do movimento promovidos pela mídia hegemônica.

Conforme o levantamento preliminar revelou, durante o período analisado, o MST publicou uma média de pouco mais de quatro conteúdos por mês em sua página no Facebook. Assim, percebe-se que a ferramenta, pelo menos cotidianamente, não era priorizada pela equipe de comunicação do movimento. Afinal, esse número de mensagens é pequeno em se tratando de uma página no Facebook, principalmente de um movimento como o MST com mais de 200 mil seguidores no Facebook naquele período, e não parece corresponder ao discurso oficial do movimento sobre a função que desempenha.

A aposta nas redes sociais ocorre na tentativa de atingir um público mais jovem e tornar a divulgação das informações mais rápida e objetiva. Procurando assim, ampliar o diálogo com a sociedade de forma geral, a classe trabalhadora urbana e rural, e levar a esses públicos informações sobre a luta pela terra, o campo e a necessidade de um projeto de reforma agrária, além de informar a própria base social (militantes e famílias acampadas e assentadas nos 24 estados em que o MST se encontra organizado)<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Solange Inês Engelmann, integrante da Coordenação Nacional do Setor de Comunicação do MST, concedeu entrevista, por e-mail, ao pesquisador. As questões respondidas foram encaminhadas ao pesquisador no dia 04 de maio de 2015.

Outra discrepância com o posicionamento oficial do movimento sobre a utilização dos sites de redes sociais foi percebida no período analisado. A página oficial do movimento não foi usada pelo MST para praticar a conversação em rede.

Os sites de redes sociais permitiram às pessoas publicar e ampliar suas redes, criando novas conexões e novas formas de circulação de informação (Recuero e Zago, 2009), além de novos modelos de interação (Primo, 2006). Mais do que isso, essas ferramentas também propiciaram o advento de novas formas de conversação: conversações coletivas, assíncronas ou síncronas, públicas e capazes de envolver uma grande quantidade de atores, que chamamos aqui conversação em rede. (RECUERO, 2012, p. 123).

Apesar de poucos comentários postados pelo internauta nas postagens analisadas, algo que facilitaria um contato mais próximo e a troca de ideias com todos que resolveram registrar seu pensamento sobre as temáticas abordadas, nenhum foi “respondido” pelo movimento. O posicionamento de ignorar essa possibilidade de interação, seja ela síncrona ou assíncrona, enfraquece o movimento na internet e talvez seja uma das explicações para o fato de que algumas mobilizações on-line desenvolvidas pelo movimento tenham obtido um número ínfimo de adesões.

Nesse sentido, o movimento também deixa de aproveitar apropriadamente a possibilidade de contar com o conteúdo (fotos e vídeos, por exemplo) enviado pelos seus seguidores. Certamente, com a colaboração desses internautas, além de viabilizar uma comunicação mais democrática, as postagens da página oficial do movimento seriam enriquecidas. Foi o que ocorreu quando um militante, mesmo sem ser solicitado pelos administradores da página, adicionou uma galeria com 32 fotografias referentes à abertura do Congresso do MST nos comentários de uma postagem oficial do MST. Provavelmente, novos conteúdos colaborativos agradariam aos internautas que pediam mais informações sobre o congresso.

No decorrer da análise do material empírico da pesquisa foi possível identificar alguns comentários em espanhol nas postagens da página oficial do MST no Facebook. Elas, ao menos em tese, reforçam a importância da ocupação do ciberespaço efetuada pelo MST. Agora, o discurso dos sem-terra rompe porteiras e fronteiras, pois pode ser acessado de qualquer lugar do mundo, segundos depois de subir à internet, seja essa publicação uma postagem no Facebook, um tweet, uma notícia no site, um vídeo no YouTube etc.

A apropriação dos sites de redes sociais, embora no período estudado não sendo usada de forma plena, permitiu ao MST uma nova forma de luta no campo simbólico. O movimento demonstra estar inserido no combate viabilizado pelo ciberativismo<sup>7</sup>.

Considerando tais elementos, as redes sociais, um instrumento individual por sua natureza, pode ser apropriada como uma ferramenta que atenda os interesses coletivos, de forma que estimule a luta social. É com esse objetivo que o MST passa a se utilizar desses novos canais de internet<sup>8</sup>.

Isso fica claro em uma postagem de apenas três frases no Facebook. Primeiro veja o texto da mensagem: “JÁ ESTÁ PARTICIPANDO DO TWITTAÇO? PUBLIQUE COM A HASHTAG #MarchaMST! ACOMPANHE AO VIVO - <http://t.co/hA53v2f5IM> NA MÍDIA NINJA”.



Figura 1: Convocação para participar do Twittaço publicada na página oficial do MST no Facebook

Na primeira frase, há um convite implícito para que os internautas participem de uma mobilização on-line em apoio à marcha do MST, que em 13 de fevereiro de 2014 tomava as

<sup>7</sup> Consiste, em síntese, na apropriação diversas plataformas do ciberespaço para a organização e desenvolvimento de ações de resistência, cujos desdobramentos podem resultar desde mudanças pontuais nas ações de governo até a mobilização de milhões de pessoas nas ruas com o objetivo de derrubar um ditador, por exemplo.

<sup>8</sup> Solange Inês Engelmann, integrante da Coordenação Nacional do Setor de Comunicação do MST, concedeu entrevista, por e-mail, ao pesquisador. As questões respondidas foram encaminhadas ao pesquisador no dia 04 de maio de 2015.

principais ruas de Brasília. Aqui o setor de comunicação demonstra como ações de rua, tão características do MST, podem ser complementadas com a apropriação e uso simultâneo de duas, no caso Facebook e Twitter, ou mais plataformas. Como observou João Pedro Stédile, a maior liderança nacional do MST, a internet pode contribuir para levar militantes à rua. Todavia, neste caso específico foi usada principalmente para mobilizar pessoas com disposição de amplificarem on-line a dimensão da manifestação durante a sua realização.

Dessa forma, a marcha já não está apenas nas ruas, embora este seja seu locus principal. Ela está presente também no ciberespaço, o ocupa, mobiliza e agita internautas que, mesmo à distância, dão sua contribuição para o sucesso e uma maior repercussão do protesto, aumentando assim a pressão sobre o poder público, que se vê questionado nas ruas e no ciberespaço. A ideia era conseguir, via Twittaço, tornar a marcha, que percorria as ruas de Brasília em direção ao Congresso Nacional, presente no *Trending Topics*<sup>9</sup> do Twitter, plataforma na qual o perfil do MST tinha, no período enfocado, cerca de 60 mil seguidores.

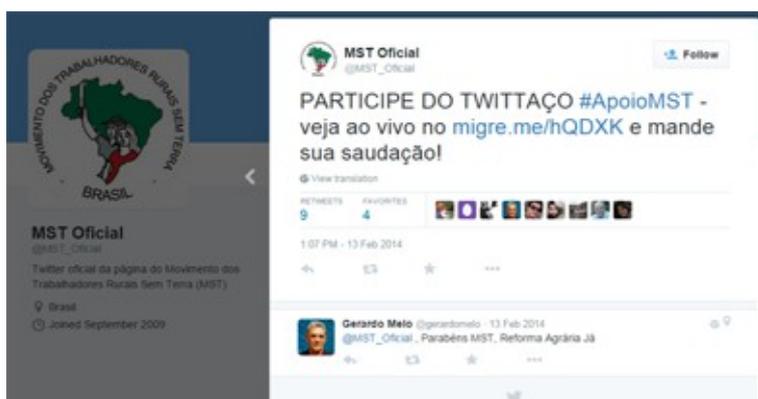


Figura 2: Convocação para participar do Twittaço também foi feita pelo movimento no Twitter

<sup>9</sup> Ranking com a lista em tempo real dos dez temas mais comentados no Twitter. Essa listagem pode ser filtrada de acordo com uma área geográfica. É possível saber, por exemplo, quais os assuntos mais populares no Rio de Janeiro, em todo o Brasil ou no mundo.



Figura 3: Logo após o convite, milhares de postagens<sup>10</sup> de apoio tomaram o Twitter

Ações dessa natureza demonstram que o setor de comunicação do movimento domina os básicos protocolos próprios da comunicação mediada por computadores via “mídias sociais”, a exemplo do uso da *hashtag* no Twitter e no Facebook. A partir de estratégias de *social media*<sup>11</sup>, ele se apropria dessas ferramentas para usá-las como um dispositivo de engajamento à caminhada construída não só passo a passo, mas também tweet a tweet e/ou post a post. Por meio de mensagens publicadas com hashtag #MarchaMST, outros milhares de cidadãos juntam-se, ao menos metaforicamente, aos 15 mil sem-terra na marcha no coração do poder político nacional.

Para reunir quantas vozes for possível, a segunda frase do post analisado é tão enfática ao ponto de usar o imperativo: PUBLIQUE COM A HASHTAG #MarchaMST! Em outras palavras, há o chamado (na verdade, o grito, já que caixa alta tem o sentido de gritar no ciberespaço) senão para ir à rua, mas para ocupar e agitar o ciberespaço. A adesão à convocação sugere que milhares de cidadãos, embora não estando nas ruas, queriam estar lá ou, pelo menos, apoiam a reivindicação dos sem-terra. Estes, em plena marcha pela capital federal, podem acompanhar em tempo real o apoio conseguido no Twittaço e percebem que a luta é encapada por milhares de pessoas, desde os mais diversos e distantes pontos do país. Busca-se, via internet, uma espécie de legitimidade da ação no seu transcorrer, registrada e dimensionada a cada tweet conquistado.

<sup>10</sup> Disponível em <https://twitter.com/search?q=%20%23ApoioMST&src=typd>. Acesso em: 17 set. 2015.

<sup>11</sup> Domínio de técnicas que objetivam dar a maior visibilidade possível aos conteúdos postados nos sites de redes sociais e melhorar o relacionamento com os internautas. Normalmente, são muito utilizadas por profissionais de assessorias de comunicação, marketing e publicidade.

Guardadas as devidas proporções, em parte, é semelhante às grandes manifestações da chamada Primavera Árabe e das Jornadas de Junho no Brasil, quando sites de redes sociais foram apropriados para convocar as pessoas para irem às ruas e, em seguida, usados durante os protestos para lhes proporcionar uma maior visibilidade e legitimidade. Em contrapartida, por meio desses mesmos canais, a comunidade internacional aumentava seu conhecimento sobre o que ocorria. Tinha mais uma opção de se manter informada, além do noticiário da mídia tradicional. Por conta das facilidades de diálogo inerentes às novas tecnologias, integrantes da sociedade civil de vários países prestavam, por meio de sites de redes sociais, solidariedade aos manifestantes ao promoverem e participarem de inúmeras ações de ciberativismo, semelhantes ao Twittaço proposto pelo MST.

Assim como ocorreu durante a marcha, o MST já não se limita a fazer atos nas ruas, praças, rodovias, em prédios ocupados, ele busca evidenciar essas ações também no ciberespaço, por meio de “agitações” cada vez mais dirigidas para atingir os objetivos previamente planejados. Com essa atuação em rede do movimento, é necessário compreender como ocorre a expansão da ocupação do ciberespaço desenvolvida pelo MST.

Com base no estudo das postagens da página do MST no Facebook foi possível demarcar os usos e apropriações do site de rede social pelo movimento. O resultado da análise demonstra que, no período pesquisado, essa ferramenta foi utilizada principalmente para mobilizar militantes, amigos, simpatizantes e a base do MST para ações on-line ou off-line. O canal de comunicação também foi usado pontualmente para informar e, em menor escala, tentar desconstruir pontualmente o processo de criminalização sofrido pelo MST.

Contudo, a interpretação desses resultados não pretende sequer sugerir que a ferramenta é, portanto, apropriada “apenas” para mobilizar pessoas. Na verdade, se percebe que o movimento a utiliza de distintos modos e, a depender do objetivo a ser alcançado, tem a possibilidade de definir se é melhor trabalhá-la com maior ênfase na mobilização, informação ou contradiscurso midiático.

A análise permitiu também apresentar o MST como um movimento que alia as suas tradicionais manifestações de rua às “agitações” no ciberespaço com o objetivo de dar visibilidade e legitimar suas ações. Ficou claro também que, provavelmente de acordo com uma estratégia de comunicação macro, o MST usa o site de rede social para postar conteúdo criado especificamente para ser consumido no Facebook do movimento, como uma galeria de imagem, por exemplo. Em outras ocasiões, seguindo a mesma diretriz macro, utiliza a plataforma como um canal para levar seus seguidores ao site ou ao Twitter do movimento.

Como no site do movimento, é importante sublinhar, também há links para seus perfis nas redes sociais e para Webrádio, está evidente a tentativa de levar o internauta a obter informações nas diversas plataformas usadas oficialmente<sup>12</sup> pelo movimento na internet, caracterizando a intenção de trabalhar em uma perspectiva *crossmedia*. A tentativa funciona de forma parcial nas plataformas digitais. Porém, quando se tratou da interligação entre os canais on-line e off-line, o movimento não obteve nem mesmo êxito parcial.

Essa constatação foi possível por meio da análise do *Jornal Sem Terra*, estudado com base em critérios de conteúdo e temporalidade. O material selecionado para análise enfocava o VI Congresso em edições publicadas de outubro de 2013 a junho de 2014, totalizando nove meses. A intenção foi perceber se, antes, durante e depois do evento, o MST conseguiu interligar os conteúdos do Facebook com o *Jornal Sem Terra* e vice-versa ou, pelo menos, evitou ser redundante ao abordar o mesmo tema em canais de comunicação diferentes, cujas linguagens são distintas.

A partir dessa amostra é possível perceber se há uma harmonia entre os canais de comunicação on-line e off-line, denotando uma maior capacidade de ação desses mecanismos de comunicação. Acredita-se que quanto mais os usos e apropriações desses dispositivos operarem complementarmente crescem as probabilidades de êxito no conjunto da política de comunicação do movimento. Isso porque comprovaria a adequação dessa política à sociedade em rede. Nesta um número significativo de seus atores já não separam, mas, sim, fundem suas ações on-line e off-line, ao menos em contextos específicos, de forma a dotá-las de um grau de complementaridade tamanho que as transformam em faces distintas de uma mesma realidade indivisível.

Mas, durante o período pesquisado, a comunicação do MST ainda não atingiu esse ponto de fusão entre on-line e off-line. No total, 12 narrativas jornalísticas foram estudadas detalhadamente. Um número bem próximo das 13 postagens, relativas ao VI Congresso, na página do MST no Facebook. Outra semelhança foi a falta de interligação entre ambos. Assim como a página do movimento não fez nenhuma referência ao *Jornal Sem Terra*, este também não a mencionou nem direcionou os seus leitores para acompanharem as informações, sobre o evento, postadas no Facebook oficial do MST. Dessa forma, a análise efetuada na página do movimento no Facebook e no *Jornal Sem Terra* não detectou, na amostragem selecionada, sequer o uso da estratégia *crossmedia* entre esses canais on-line e off-line do MST.

---

<sup>12</sup>Aplicações como WhatsApp são utilizadas, principalmente, pela juventude do MST. Um de seus usos viabiliza a comunicação em tempo real, com um custo ínfimo se comparado à telefonia móvel convencional, entre pessoas que vivem em diversos assentamentos na Paraíba. Contudo, não havia, segundo as lideranças do MST na Paraíba, nenhum grupo formal do movimento nesse aplicativo.

## 5 – Considerações finais

A Reforma Agrária Popular apresentada pelo MST é estruturada pela matriz ambientalista, com ênfase no respeito à “mãe terra” e na proteção dos recursos naturais para as gerações futuras. A teoria de base agroecológica que constitui o discurso do movimento é aplicada na prática com a produção de alimentos orgânicos, evitando a contaminação dos solos e águas com veneno.

Em síntese, esse é o modelo defendido pelo MST para a ocupação das áreas rurais brasileiras. Proposta que vai de encontro ao projeto executado pelo agronegócio, no qual o uso de defensivos agrícolas em larga escala, monoculturas e plantio de sementes geneticamente modificadas são os pilares de uma produção que, quando não é voltada essencialmente para exportação, oferece aos brasileiros alimentos transgênicos e com altos índices<sup>13</sup> de agrotóxicos.

Nesse embate, cujo principal front ocorre no campo simbólico, a comunicação é acionada mais uma vez para exercer um papel-chave. Ela foi e continua a ser vital para resignificar as históricas bandeiras do movimento e amplificar esse discurso para toda a sociedade, além de fomentar o diálogo do MST com os potenciais parceiros que encampam o desenvolvimento sustentável no Brasil e no mundo.

Essa nova investida no campo simbólico é basilar para o processo de reinvenção do MST. O desafio é desenvolvê-la pautada pela sofisticação da apropriação e utilização das novas tecnologias no intuito de aproveitar ao máximo as possibilidades comunicacionais existentes no ciberespaço.

Caso consiga converter sua criatividade e *know-how* na comunicação popular para criar novos usos das plataformas de comunicação disponíveis na internet, o MST tem chance de passar para a vanguarda dos processos comunicativos de resistência ancorados no ciberespaço. Assim, talvez, consiga desenvolver um diferencial competitivo imprescindível no campo simbólico para conquistar o tão sonhado reconhecimento social.

Nesse sentido, a maior qualificação da atuação do movimento no ciberespaço demanda a completa adequação de suas ações comunicativas às lógicas inerentes à sociedade

---

<sup>13</sup> Em relatório divulgado no mês de abril de 2015, o Instituto Nacional do Câncer (Inca) solicitou a redução da aplicação de agrotóxicos no Brasil. O Inca explicou, a partir de dados da pesquisa “Agrotóxicos no Brasil: um guia para ação em defesa da vida”, publicada em 2011, pela pesquisadora Flavia Londres, que o Brasil, desde 2009, é o maior consumidor mundial de agrotóxicos ultrapassando naquele ano a marca de 1 milhão de toneladas. O Inca, ainda de acordo com notícia publicada no G1, garante que os transgênicos aumentaram a necessidade do uso dessas substâncias, as quais colocam em risco à saúde. Disponível em: <http://g1.globo.com/bemestar/noticia/2015/04/brasil-lidera-consumo-de-agrotoxicos-no-mundo-e-inca-pede-reducao-do-uso.html>. Acesso em: 01 out. 2015.

em rede. Esta demanda uma constante comunicação multiplataforma, caracterizada, por exemplo, pela cobertura de um mesmo episódio pelos mais distintos canais de comunicação. Algo mais avançado do que as estratégias *crossmedia* que, no caso do MST durante o VI Congresso, ficaram restritas ao ciberespaço.

Porém, apesar das limitações diagnosticadas na comunicação e dos desafios que devem ser enfrentados nessa área estratégica, é possível propor, a partir dos resultados da pesquisa, que as ações desenvolvidas no campo simbólico operam na estruturação do movimento desde a sua formação e são essenciais no atual processo de reinvenção do MST.

### **Referências bibliográficas**

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

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 15 ed Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.

BOGO, Ademar. **Identidade e luta de classes**. 2. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2010.

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

ENGELMANN, Solange Inês. **A página virtual do movimento dos trabalhadores rurais sem terra (MST) como instrumento de contrainformação na luta político-ideológica pela reforma agrária**. Dissertação (Mestrado) Universidade Federal de Uberlândia, 2013.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

FRASER, Nancy. **Reconhecimento sem ética?** Lua Nova. São Paulo, 70: 101-138, 2007.

HALAVAIS, Alexander. Prefácio. In: AMARAL, Adriana; FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

HINE, Christine. **Virtual Ethnography**. London: Sage, 2000.

HONNETH, Axel. **Luta por reconhecimento e gramática moral dos conflitos sociais**. São Paulo: Ed. 34, 2003.

KOZINETS, Robert V. **Netnography: Doing Ethnographic Research On-line**. London: Sage, 2010.

LAHNI, Cláudia Regina; COELHO, Fernanda; PEREIRA, Maria Fernanda de França. **O MST, sua comunicação e universidade: um estudo do site da entidade e parceria entre o movimento e a UFJF**. Sociedade em Debate, Pelotas, n. 15, p. 179-196, jan./jun. 2009.

MATTA, Roberto da. O ofício do Etnólogo ou como ter 'Anthropological Blues'. In NUNES, Edson de Oliveira (Org.). **A aventura sociológica: objetividade, paixão, improviso e método na pesquisa social**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

NUNES, Márcia Vidal. **Teologia da Libertação, Mística e MST: O Papel da Comunicação Grupal Libertadora na Organização Política do Movimento**. Fortaleza: Imprensa Universitária, 2014.

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede: comunicação mediada por computador e redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

\_\_\_\_\_, Raquel. **A nova revolução: as redes são as mensagens**. In: BRAMBILLA, Ana (Org.). Para entender as mídias sociais. E-book colaborativo, 2011. Disponível em: <http://paraentenderasmidiassociais.blogspot.com.br/2011/04/download-do-ebook-para-entender-as.html>. Acesso em: 25/06/2013.

TAYLOR, Charles; et al. **Multiculturalismo: examinando a política de reconhecimento**. Lisboa: Instituto Piaget, 1998.

TEJERA, Marta H. D. MST e Cibercomunicação: o uso da Internet enquanto ferramenta de Comunicação por um movimento social do campo. In: XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Foz do Iguaçu, 2014, p. 1-15. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/2014/resumos/R9-1836-1.pdf> Acesso em: 26/09/2015.

VELHO, Gilberto. Observando o familiar. In NUNES, Edson de Oliveira (Org.). **A aventura sociológica: objetividade, paixão, improviso e método na pesquisa social**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

VIEIRA, Luiz Carlos. A mística no MST: um ritual político. In: ENCONTRO DE HISTÓRIA DA ANPUH, 2008, Rio de Janeiro. Disponível em: [http://www.encontro2008.rj.anpuh.org/resources/content/anais/1213630966\\_ARQUIVO\\_AMi sticanoMST.pdf](http://www.encontro2008.rj.anpuh.org/resources/content/anais/1213630966_ARQUIVO_AMi sticanoMST.pdf). Acesso em: 25/09/2015