

A CULTURA DA MÍDIA NO RIO GRANDE DO SUL/BRASIL: o caso MST e Jornal do Almoço¹

CRUZ, Fábio Souza da

Doutor em Comunicação e Práticas Sócio-Políticas pela
Faculdade de Comunicação Social - PUC/RS;
Professor da Escola de Comunicação Social (ECOS) da
Universidade Católica de Pelotas (UCPel)
fabiosouzadacruz@gmail.com

RESUMO

O trabalho apresenta um estudo envolvendo um movimento social - o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST) - e a mídia do estado do Rio Grande do Sul, mais especificamente o *Jornal do Almoço* (JA), noticiário televisivo local que pertence à RBS TV, emissora da Rede Brasil Sul de Comunicação (RBS). São entrevistados membros do Movimento com vistas a colher dados e posicionamentos sobre a forma pela qual o MST se vê no JA. O *corpus* desta pesquisa é constituído por edições veiculadas pelo JA durante o “Abril Vermelho”, período que caracterizou um mês de manifestações dos mais diversos tipos, anunciadas e realizadas pelo MST no ano de 2004. São adotados os pressupostos teórico-metodológicos de Douglas Kellner e a Pedagogia Crítica da Mídia, e Jesús Martín-Barbero e a perspectiva das mediações.

Palavras-chave: Cultura da mídia. Mediações. Movimentos sociais. Telejornalismo.

1 INTRODUÇÃO

Este artigo pretende investigar como uma determinada identidade cultural² - o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST) - interage com os textos veiculados pelos meios de comunicação - a RBS TV (emissora da Rede Brasil Sul de Comunicação), através do *Jornal do Almoço* (JA) - construindo, dessa forma, suas concepções e interpretações frente às informações apresentadas pelo referido programa a respeito do próprio Movimento.

Um dos focos deste estudo - o MST - consiste em um movimento social formado por agricultores do meio rural, que surge em 1984, na cidade de Cascavel, no estado do Paraná. Insatisfeitos com os rumos de uma política que beneficie o homem do campo, os integrantes do Movimento, oriundos das mais diversas partes deste mosaico social que é o Brasil, emergem, assim, como novos atores na luta pela terra, para trabalhar, reivindicando a implantação de uma reforma agrária digna e justa.

Por outro lado, hoje, a televisão ocupa um lugar central na vida das pessoas. Esse meio agrega os indivíduos virtualmente, promovendo uma verdadeira aliança entre telespectadores das mais variadas classes sociais. Neste processo, afiliada da Rede Globo de Televisão desde 1967, a RBS é considerada a emissora de maior audiência do Rio Grande do Sul, consistindo, assim, em um dos principais agentes de mediação da cultura no Estado, possuindo caráter hegemônico.

A investigação partirá do MST, que terá sua história construída através de um exercício de contextualização, relacionando a questão agrária no Brasil e a política brasileira a partir de 1984, ano de fundação do Movimento. Posteriormente, será apresentado um breve perfil da RBS e do JA .

Como eixo central, a pesquisa fará uma articulação entre os pressupostos teórico-metodológicos da Pedagogia Crítica da Mídia, de Douglas Kellner, e da perspectiva das mediações, de Jesús Martín-Barbero. Ao verificar como se configuram

os movimentos de produção e recepção, a pesquisa levará em conta as questões de texto e contexto.

A técnica utilizada na recepção será o grupo de discussão³. Assim, objetiva-se detectar tendências de posicionamentos dos movimentos sociais sobre a grande mídia, com base em integrantes do MST. Neste sentido, o *corpus* de estudo da investigação é composto por edições do *JA* do mês de abril de 2004, época em que se deu o “Abril Vermelho”⁴. O enfoque empírico da pesquisa consistirá em um grupo de agricultores que pertence a assentamentos localizados no interior do município de Canguçu, situado a 298 Km da capital Porto Alegre.

2 O MST E A TRAJETÓRIA DE LUTA PELA TERRA

O MST foi gestado a partir de 1979, motivado por inúmeros acontecimentos, dentre eles “[...] o aspecto sócio-econômico das transformações que a agricultura brasileira sofreu na década de 1970” (FERNANDES; STEDILE, 2001, p. 151). O que acontece, então, é um processo de modernização das tecnologias no campo, ao mesmo tempo em que se mantém a concentração de terras o que, conseqüentemente, acarreta a exclusão social.

Tendo sua origem vinculada principalmente às lutas que aconteceram no Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná e Mato Grosso do Sul, o Movimento também deve muito de sua força à Comissão Pastoral da Terra (CPT)⁵, que surge em 1975, em Goiânia, capital do estado de Goiás.

Com a frase “Ocupação é a única solução”⁶ (FERNANDES; STEDILE, 2001, p. 52), o MST foi oficializado no mesmo período em que o País lutava pela volta da democracia, em 1984, durante o primeiro Congresso Nacional dos Trabalhadores Sem-Terra, em Cascavel (Paraná). Clamando novamente por uma reforma agrária urgente, o MST vai além: critica o Estatuto da Terra⁷ e sugere a criação de leis novas⁸.

Em seu primeiro discurso, na madrugada de 22 de abril de 1985, logo após o falecimento de Tancredo Neves, dentre outras medidas, José Sarney (1985-1989) promete implantar a reforma agrária no País, o que não ocorre. Esse governo marca um período de ocupações de sedes do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA), além de uma série de desapropriações e assentamentos⁹.

Mais tarde, em 1989, durante o período das eleições presidenciais no País, “Ocupar, resistir e produzir” é definida como a nova palavra de ordem do Movimento (FERNANDES; STEDILE, 2001, p. 53)¹⁰. Nesse mesmo ano, a vitória de Fernando Collor de Melo (1990-1992) sobre Luiz Inácio Lula da Silva indicaria um futuro difícil para o MST. O eleito entra para a história como o que menos assentou famílias. Pelo contrário,

foi quem mais reprimiu os Sem-Terra, com invasões da Polícia Federal a secretarias estaduais do MST, acarretando roubo de documentos, além de processos judiciais e pedidos de prisão contra membros do Movimento. Com um governo marcado pela corrupção, Collor sofre o processo de *impeachment* em 1992. Assume, então, o seu vice, o mineiro Itamar Franco (1992-1994), que, dentre os presidentes da república, foi o primeiro a receber o MST.

Como presidente do Brasil, Fernando Henrique Cardoso (1995-2002) assentou milhares de famílias, mas, no entanto, a política neoliberal de seu governo promoveu a pobreza no campo o que, entre outros fatores, acabou engrossando os chamados cinturões de miséria no meio urbano.

A esperança de novos rumos para o MST surge através da eleição de Luiz Inácio Lula da Silva, em outubro de 2002. Apesar disso, o que se seguiu foi uma política agrária que, comparada ao momento anterior, teve poucas mudanças significativas, o que gerou frustração por parte dos Sem-Terra.

O Movimento atua em 23 estados, envolvendo mais de 1,5 milhão de pessoas, possuindo 300 mil famílias assentadas e 80 mil vivendo em acampamentos. Sua direção nacional é formada por 21 membros; conta com cerca de 400 associações de produção, comercialização e serviços, 49 cooperativas de produção agropecuária, 32 cooperativas de prestação de serviços, duas cooperativas regionais de comercialização e três cooperativas de crédito, além de 96 pequenas e médias agroindústrias, que processam frutas, hortaliças, leite e derivados, grãos, café, carnes e doces (MORISSAWA, 2001) ¹¹.

Aliada à produção está a educação. Cerca de 160 mil crianças estudam, da primeira à quarta série do ensino médio, nas 1800 escolas públicas dos assentamentos. Aproximadamente 30 mil jovens e adultos freqüentam o curso superior através do programa de alfabetização, desenvolvido em conjunto com a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) e universidades¹².

Como identidade visual, o MST apresenta “[...] a bandeira, o hino, as palavras de ordem, as ferramentas de trabalho [...] [e o] uso do boné [...]” (FERNANDES; STEDILE, 2001, p. 132). Entretanto, sua marca é criada a partir de uma ausência, a de não possuir terra. O Movimento luta pelo direito à terra, ao trabalho e à sobrevivência. Sem isso, o agricultor perde a sua dignidade, dando-se por vencido.

No que se refere ao setor de comunicação, o MST produz um jornal mensal, o “Sem-Terra”, desempenha atividades de assessoria de imprensa do próprio Movimento e, além disso, tem programas de rádio em emissoras locais espalhadas por boa parte do País.

Depois de passar por várias fases no que se refere à sua organização e construção, o MST chega aos dias de hoje tendo a reforma agrária¹³ como uma de suas principais bandeiras de luta. No entanto, essa não é mais a sua única preocupação. Agora também apresenta novas frentes reivindicatórias de crédito, escola, saúde e moradia. O Movimento busca, portanto, o exercício da democracia, da cidadania e da participação dos trabalhadores enquanto construtores de suas próprias histórias e da sociedade em que estão inseridos. Essa atividade responde à decisão de que a batalha dos Sem-Terra não termina com a conquista da terra.

3 A RBS TV E O JA: UM BREVE PERFIL

Primeira afiliada da Rede Globo no País, a RBS é um conglomerado de comunicação pertencente à família Sirotsky. Apresenta, em seus marcos iniciais, a filiação de Maurício Sirotsky Sobrinho à Rádio Gaúcha, na condição de sócio, em 1957. Cinco anos depois, a TV Gaúcha é criada em Porto Alegre. Em 1967, associa-se à Rede Globo (CRUZ, 1996; SCHIRMER, 2002; ISER, 2005) e, mais tarde, passa a se chamar RBS TV.

Desde então, a RBS TV distribui a sua programação intercalando as produções que vêm da matriz com material da própria emissora. Prioriza noticiários, esporte, cultura, saúde e entretenimento. Além disso, apresenta uma marcada identidade gaúcha, ilustrada em documentários, programas jornalísticos e musicais.

Além da emissora de Porto Alegre, a RBS TV¹⁴ conta com onze sucursais espalhadas pelo interior do Rio Grande do Sul¹⁵, além de cinco distribuídas pelo vizinho Santa Catarina. Dando espaço à cultura regional dos dois estados, a RBS TV abrange 99,7% das casas que possuem televisão¹⁶.

Nos noticiários televisivos, a RBS TV tem a sua principal produção. Desta forma, a emissora demonstra a preocupação em veicular informações de interesse de cada região. Assim, intercala seus noticiários, com programação para todo o estado, com blocos locais, compostos por notícias específicas das áreas de abrangência da emissora. Além do matutino *Bom Dia Rio Grande*¹⁷ e do noturno *RBS Notícias*¹⁸, apresenta, ao meio-dia, o *Jornal do Almoço*.¹⁹

Indo ao ar de segunda-feira a sábado, o JA apresenta, em suas edições, notícias vinculadas às áreas econômica, política, policial, entretenimento e cultura. Não obstante a isso, informa a previsão do tempo e mostra entrevistas ao vivo (no estúdio e externas). Possui dois apresentadores em sua bancada, além de comentaristas.

No ar desde 1972, o JA tem, atualmente, cerca de 45 minutos. Intercala blocos de interesse geral, transmitidos, na maioria das vezes, pela principal emissora (Porto

Alegre), com blocos específicos para cada região, “[...] apresentados pelas emissoras do interior do estado, cada qual na sua região de cobertura [...]” (ISER, 2005, p. 49).

Detentor de grande audiência entre os telejornais produzidos no Rio Grande do Sul, o *JA* constitui-se, desta forma, num espaço de tematização da cultura gaúcha. Justamente por possuir interesse em reforçá-la, a questão rural é também abordada pelo *JA*. Inserem-se, nesta perspectiva, os movimentos sociais ligados à questão do campo. Deste cenário, portanto, faz parte o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST).

4 NOVOS OLHARES SOBRE A MÍDIA: A PEDAGOGIA CRÍTICA E AS MEDIAÇÕES

De origem norte-americana, Douglas Kellner tem seu lugar de fala nos movimentos de contracultura dos anos de 1960, na recessão da primeira metade da década de 1970 e na implosão da Rússia, a partir de 1980. Articulador de teorias, o autor²⁰ afirma que não há justificativa para estudar em separado a cultura e os estudos da mídia num processo em que estes são englobados por aquela.

Considerado um dos maiores representantes da corrente dos estudos culturais²¹ nos Estados Unidos, Kellner contempla em suas investigações os mais diversos textos da cultura da mídia, com o objetivo de elucidar tendências dominantes e de resistência, vislumbrar perspectivas históricas e também analisar a forma como os meios de comunicação agem com vistas a influenciar a identidade dos indivíduos.

Para Kellner, a leitura dos estudos culturais críticos é política²². Reflete o cenário de práticas e discursos da sociedade. Assim, nesta realidade, torna-se imprescindível e, ao mesmo tempo, enriquecedor investigar, de maneira interdisciplinar, os sentidos que a cultura da mídia produz nas pessoas e, ainda, quais os movimentos contra-hegemônicos que podem ser detectados nessa.

Há, na sociedade, uma nítida separação entre forças hegemônicas e contra-hegemônicas. Através do poder simbólico, essa perspectiva se insere também na cultura da mídia, com vistas a manter o pensamento da classe que está no poder. Observa-se também que todas as situações, todos os conflitos da atualidade são perpassados pelos meios de comunicação, que resultam, assim, no braço mais poderoso da cultura. Inerente ao poder, ela (a mídia) consiste no centro de todos os acontecimentos do mundo contemporâneo. Nesta realidade, diversos grupos sociais procuram utilizá-la a fim de divulgar suas ideologias à sociedade.

Tendo em vista a realidade exposta, nos estudos da cultura da mídia propostos por Kellner (2001), em uma determinada circunstância histórica, são analisadas a

produção da cultura midiática, sua distribuição, através de um meio técnico ou canal, o texto e a recepção deste pelos públicos, também dentro de um contexto.

O processo de produção implica, portanto, recepção. Neste sentido, Jesús Martín-Barbero (1997) atenta para os lugares de fala dos indivíduos. É importante averiguar em que condições as falas estão sendo constituídas e construídas. Estas “posições de enunciação” (HALL, 1996) são individuais e baseiam-se em um contexto particular e, ao mesmo tempo, público, ou seja, referem-se à identidade cultural de cada pessoa a qual, cabe ressaltar, consiste de um processo sempre em construção, pois interage com o social.

Esse contexto particular, individual, consiste nas mediações, que significam as mais variadas formas culturais através das quais os públicos produtores e receptores apropriam-se das mensagens e produzem sentido. Portanto, o deslocamento dos meios para os atores sociais dentro de cenários específicos estabelecidos constitui a complexa questão das mediações.

Dentro dessa realidade, Kellner propõe a “ pedagogia crítica da mídia”, uma nova forma de ver e criticar os textos midiáticos, que acarreta resistência à manipulação e, ao mesmo tempo, promove uma tonificação do receptor com relação à cultura da mídia (dominante). Isto significa dizer que o indivíduo (receptor) estabelecerá significados e usos próprios através da sua própria cultura (lugar de fala), tendo, assim, plenas condições de discernir o conteúdo midiático, produzindo, conseqüentemente, novas formas de cultura.

4.1 A Proposta Metodológica da Pesquisa

Para o presente trabalho, as idéias e anseios de pesquisa ganham força nos pressupostos metodológicos de Martín-Barbero (1997) e Kellner (2001). Tendo como objetivo realizar uma investigação televisiva embasada em uma pesquisa empírica qualitativa²³, a escolha dos autores não implica necessariamente a exclusão de outros.

Ao estudar os textos culturais midiáticos sob o prisma das relações entre ideologias, movimentos sociais e o contexto que os envolvem, inspirado pelo sociólogo Robert Wuthnow, Kellner (2001) lança mão de quatro categorias, a saber: horizonte social, campo discursivo, ação figural e impacto cumulativo.

O horizonte social diz respeito às múltiplas relações, às práticas e experiências que se desenvolvem dentro do campo social, e que acabam, desta forma, por contextualizar o local, a época e o cenário em que se dá a produção da cultura da mídia. O campo discursivo contempla todos os elementos (atores hegemônicos e contra-hegemônicos, dominantes e dominados, superiores e inferiores) envolvidos no discurso

da mídia²⁴. Já a ação figural implica mostrar os desdobramentos sociais de acordo com o contexto do público, expondo, assim, os reflexos da cultura da mídia na sociedade.

Outra categoria importante é o impacto cumulativo. De acordo com interesses particulares, determinadas estruturas podem ser denegridas ou favorecidas pela mídia, quando esta promove constantemente imagens e discursos com o objetivo de afetar a opinião das pessoas. Essas “imagens ressonantes” vão ao encontro das mentes receptoras fazendo com que estas formulem concepções favoráveis, ou não, sobre os elementos envolvidos na questão. Nesse caso, certas construções poderão correr o risco de resultarem em posicionamentos estereotipados e, até mesmo, mecânicos.

Fazendo coro aos pressupostos metodológicos de Kellner e, ao mesmo tempo, complementando-os, Martín-Barbero estabelece, com forte ênfase na cultura e na política, o deslocamento “dos meios para as mediações”. Essa diversidade cultural remete aos lugares de fala de cada pessoa, os quais demarcam uma forma particular, individual de observar, interpretar e produzir sentido, conforme abordado anteriormente.

Assim, promove três lugares de mediação, a saber: “[...] a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 292). Para esse autor, com relação ao primeiro caso, na América latina, as pessoas se reconhecem na televisão e, no Brasil, isso não é diferente. No entanto, para que essa situação possa ser entendida, faz-se necessário estudar o cotidiano dessas famílias. O segundo caso aborda a ligação entre os tempos de produção e as rotinas cotidianas de recepção. Já o último aspecto refere-se às mais variadas bagagens culturais dos componentes da esfera receptiva, o que corrobora para um modo específico de ver/ler, interpretar e usar os produtos da cultura midiática.

Portanto, sendo ativo e dono de uma cultura particular, o receptor produz determinados códigos culturais: a reprodução, em que aceita tudo o que recebe, o que o constitui em uma espécie de cúmplice do pensar hegemônico; a negociação, quando aceita algumas partes daquilo a que está exposto e outras não; e a resistência, processo em que não há aceite de propostas de sentido oriundas da mídia, o que acarreta uma construção alternativa ou contraproposta (HALL, 2003)²⁵.

Conforme colocado antes, os referenciais metodológicos desenvolvidos por Kellner e Martín-Barbero apresentam muitos pontos em comum. Juntos, esses procedimentos podem originar uma reformulação no sentido de investigar as formas simbólicas construídas pelos produtores e receptores, interpretando, assim, a produção e a recepção da cultura da mídia através de outros olhares, corroborando sobremaneira para um pensar crítico.

A idéia de que recepção não é receber, mas, sim, interagir com o meio em múltiplos sentidos é simpática à discussão pretendida. Sabe-se que todas as pessoas, por mais distintas que sejam, têm um repertório de significados que serão tencionados (e negociados) com as produções midiáticas, formando - ou não - novos conhecimentos e ocasionando determinadas respostas na sociedade.

Para isso, nesta pesquisa, julga-se pertinente a realização de grupos de discussão o que, de acordo com Lopes et al. (2002, p. 57), “[...] vem a ser uma entrevista coletiva [não estruturada] na qual o objetivo pressupõe o pesquisador sair de cena e deixar o grupo debater e refletir sobre suas próprias interpretações”. Nesta pesquisa, tentar-se-á, portanto, verificar a opinião de um grupo de agricultores a respeito das edições do *JA* sobre o MST, durante o “Abril Vermelho”.

5 ANÁLISES

A proposta metodológica desta investigação consiste em dois momentos: em primeiro lugar, analisar, de forma panorâmica, os textos do *JA*, levando em conta os seus contextos de produção, durante o mês de abril de 2004, período denominado pela mídia como o “Abril Vermelho”.

Sendo assim, o *JA* começa a noticiar o MST no dia 29 de março, exatos dois dias após o *Jornal Nacional*, da Rede Globo de Televisão, abordar uma fala do coordenador do Movimento, João Pedro Stedile, feita no estado do Mato Grosso do Sul, incitando uma onda de invasões pelo Brasil, com o sentido de forçar o governo federal a acelerar a reforma agrária.

Não obstante, do início ao fim do mês de abril, foram contadas ao todo 18 edições do telejornal em que o tema MST apareceu. Além das notas em estúdio e de reportagens mostrando invasões e bloqueios de estradas, por exemplo, o *JA* também dispensou atenção ao Movimento através das falas dos comentaristas Ana Amélia Lemos, da sucursal da emissora em Brasília, e Lasier Martins.

Destarte, em um horizonte social que denota uma clara aversão ao MST e a reforma agrária idealizada pelo Movimento, o *JA* apresenta um discurso em sintonia com as forças hegemônicas, o que pode ser evidenciado, por exemplo, quando o telejornal afirma que as invasões de terras prejudicam a questão do agronegócio. Neste sentido, em uma de suas falas, Lemos chega a lembrar a opinião do presidente da Federação das Indústrias de São Paulo (FIESP), Horácio Lafer Piva, o qual, ao passo em que recrudesciam as ocupações, afirmava que estas eram vistas como “[...] um impedimento no atrativo de investimentos estrangeiros no País”. Tal declaração traduz

um forte apelo ideológico, que também pode ser verificado quando, em duas edições, é feita uma ligação do Movimento com o governo Lula, “principal aliado do MST”.

Em um campo discursivo onde atuam os governos federal e estadual, ruralistas e Sem-Terra, a justiça, a própria mídia, a igreja e o empresariado, os desdobramentos (ação figural) sempre remetem à idéia de incapacidade do Estado em tomar providências, o que gera instabilidade. Além disso, as invasões e os protestos em diversas cidades gaúchas, através de bloqueios de estradas, por exemplo, afetariam “[...] a imagem externa do País e os impactos sobre o agronegócio no futuro”. Não obstante, em uma das edições, Martins chega a propor uma rediscussão sobre o papel do Estado (“estático e sem reação”, segundo Martins), pois, segundo ele, eram muitas as “aberrações” existentes.

Reforçam isso frases como “o Brasil está virando uma bagunça”, “é um Deus nos acuda”, “é um desconcerto geral” e “a anarquia está crescendo”, sublinhadas por Martins em suas falas. Além disso, o comentarista também abusa de termos como “atormentar”, “bagunçar” e “incomodar”, para se referir ao MST.

A cobertura do JA sobre o MST durante o “Abril Vermelho” lança mão de um impacto cumulativo de cunho negativo sobre o MST e o governo federal, conforme retratam as 18 edições do telejornal sobre o Movimento, o que traduz também a dependência da emissora a determinados setores (forças) da sociedade.

Em segundo lugar, no que tange ao processo de recepção, é pertinente contextualizar o enfoque empírico da pesquisa: são agricultores católicos, pessoas de origem e formação escolar humilde, que vieram também do meio urbano em busca de melhores condições de vida.

Trajando roupas simples e bonés, não raro os membros do Movimento vestem camisetas de políticos ligados ao Partido dos Trabalhadores (PT) e bonés de líderes históricos da esquerda latino-americana, como o guerrilheiro argentino Ernesto Che Guevara. Os integrantes, divididos entre homens e mulheres jovens, crianças e idosos, apresentam uma linguagem típica do meio rural. Percebe-se também a utilização contínua do termo “companheiro” entre eles. Bem organizados, durante a realização do grupo de discussão, cada um respeitava a fala do outro - ordenada por inscrição - sem, em nenhum momento, interrompê-la.

Em sua análise, o integrante Rivail questionou o modelo econômico global e atentou para a conscientização da sociedade com relação a esta questão. Também deixou clara a sua descrença para com os políticos. Ressaltando que a visão da mídia é a de manter o *status quo*, o integrante Jair lembrou também o processo impetrado contra um dos líderes do MST, João Pedro Stedile, a partir de uma matéria veiculada

pela RBS TV. Finalizou a sua intervenção afirmando que acreditava nas rádios e jornais comunitários como formas de resistência à grande mídia brasileira.

A Sem-Terra Patrícia falou que, antes de analisar como o MST enxergava a mídia, era necessário pensar o que o MST entende por esta. Nesse sentido, afirmou que tinha, nas rádios comunitárias, “mais um companheiro” e que a RBS era “motivo de estranhamento”. “Não é um companheiro”, concluiu. Por sua vez, o integrante Jatir afirmou que as empresas de comunicação - lê-se a RBS - “são os maiores inimigos do MST”, pois um trabalho desenvolvido pelo Movimento durante anos pode, “em questão de segundos”, ser arruinado por esses. Reconhecendo implicitamente a importância da grande mídia brasileira, pautou, como alternativa de resistência a este modelo, os meios alternativos. Nessa mesma perspectiva, o assentado Odair sublinhou que os grandes inimigos do MST são a mídia, o judiciário²⁶ e o agronegócio.

Sobre o papel da mídia na sociedade, o mesmo Odair afirma: “Eu não tenho dúvida de que a mídia presta serviço para um modelo, o modelo econômico capitalista”. E acrescenta: “Eles [os mídia] sabem usar muito bem essa ferramenta [a informação] - que devia ser da sociedade -, para fazer esse jogo, em defesa do próprio modelo”.

Mais especificamente sobre o relacionamento do Movimento com a RBS TV, Odair afirma que a tendência é a de não dar entrevistas, pois “[...] o objetivo deles é nos incriminar se nós falarmos qualquer coisa”. Sobre isso, o integrante Paulo ressalta que o grupo RBS é uma empresa que cumpre determinado trabalho. Por outro lado, isenta os jornalistas da culpa, pois estes “obedecem ordens”.

Com relação a Lasier Martins, Paulo enfatiza que, certa vez, “desafiou” no ar o comentarista a conhecer a realidade dos assentamentos, o que não foi correspondido por este. Quando o assunto é pressionar o governo, Paulo alerta para o fato de que ambas instâncias - federal e estadual - eram “ativadas” pelo Movimento. No entanto, segundo ele, Martins enfocava somente as questões em nível federal. “Não dá para condenar todos os funcionários, mas ele [Martins] é o tipo do comentarista que o sistema precisa pra se manter”, conclui Odair.

“A RBS tem bem menos caráter do que qualquer um de nós”, afirma Jatir. Segundo ele, o Brasil sempre conviveu com desigualdades e, nesta realidade, “manda quem pode, obedece quem precisa”, indigna-se. O filho de assentados Marcelo emenda dizendo que, para a mídia, “os movimentos sociais nunca deram certo. É isso que nós [a sociedade] temos que seguir”. E finaliza: “Eles [a mídia] conhecem a história, mas não fazem nada para mudar isso”.

Fortalecendo os argumentos colocados anteriormente, Odair vê a RBS como um aparelho que cria uma imagem distorcida do MST, ligada ao crime, o que legitima uma ação dos fazendeiros e do judiciário sobre o Movimento, ao mesmo tempo em que invalida as lutas dos Sem-Terra, o que é confirmado por Jair. Neste sentido, Paulo compara os meios de comunicação (em especial a RBS e a Rede Globo) a uma arma: perigosa e com graves consequências na sociedade.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É na mídia que, atualmente, encontra-se a forma dominante de cultura. Através de um véu sedutor que combina o verbal com o visual, a cultura da mídia - que é a cultura da sociedade - traduz uma ampla dependência entre comunicação e cultura. Através desta inter-relação, os meios de comunicação divulgam determinados padrões, normas e regras, ensinam o que é bom e o que é ruim, o que é certo e o que é errado; fornecem símbolos, mitos e estereótipos através de representações que modelam uma visão de mundo (imaginário social) de acordo com a ideologia vigente.

Nessa realidade, visualiza-se o contexto de produção do *JA* : apegado a interesses particulares, que respeitam determinados dogmas, o telejornal dispensa, desta forma, determinada modelagem às suas notícias. Tal cenário sedimenta uma mensagem defensora de setores ligados, no caso específico da pesquisa, aos fazendeiros gaúchos, ao judiciário e, de quebra, ao governo estadual. Não obstante, legitima uma intervenção mais extremista da polícia.

Por outro lado, ao divulgar conflitos sociais entre grupos divergentes, a mídia pode vir a promover a aparição de movimentos de resistência à ordem vigente. É o que se percebe na leitura dos integrantes do MST sobre as notícias do *JA* . Com base nos seus contextos particulares, esses decodificam os textos do telejornal de maneira resistente.

Demonstrando sintonia com a ideologia vigente, a RBS simplifica questões complexas. Sem contextualizar a questão da reforma agrária no Brasil, por exemplo, sugere uma defesa do Estado mínimo, sem espaço para movimentos sociais como o dos Sem-Terra, lançando mão, muitas vezes, de frases impactantes, espetaculares. O resultado disso? O enfraquecimento de determinados setores e, no caso específico desta investigação, do MST.

ABSTRACT

This paper is about a social movement - the MST (Movimento

dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra) - and its relation to the media in Rio Grande do Sul state, Brazil, particularly the JA (Jornal do Almoço) - the local televised news at noon from RBS TV, an affiliate to RBS (Rede Brasil Sul de Comunicação). Members of the Movement are interviewed in order to collect their opinions about how the MST sees itself on the JA. The corpus of this research is constituted of programs aired by the JA during "Red April", marked by a month of public manifestations of many types, announced and realized by the MST in 2004. The work is theoretically and methodologically based on Douglas Kellner's Critical Media Pedagogy, as well as Jesús Martín-Barbero's Mediations Theory.

Keywords: Media culture. Mediations. Social movements. Telejournalism.

RESUMEN

Este trabajo presenta un estudio que trata sobre un movimiento social - el MST (Movimiento de los Trabajadores Rurales Sin-Tierra) - y los medios del Estado de Rio Grande del Sur, más específicamente el JA (Jornal do Almoço), informativo televisivo que pertenece a la RBS TV, emisora de la RBS (Rede Brasil Sul de Comunicação). Son entrevistados miembros del movimiento con el objetivo de recoger información sobre cómo el MST se ve en el JA. La investigación está compuesta por ediciones presentadas en el JA durante el "Abril Vermelho", período que caracterizó un mes de manifestaciones de los más variados tipos, realizadas por el MST en 2004. Los marcos teóricos son de Douglas Kellner y la Pedagogía Crítica de los medios, y Jesús Martín-Barbero con la perspectiva de las mediaciones.

Palabras claves: Cultura de la media. Mediaciones. Movimientos sociales. Teleperiodismo.

REFERÊNCIAS

- CRUZ, Dulce Márcia. **Televisão e negócio** : a RBS em Santa Catarina. Florianópolis : UFSC, 1996.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina Damboriarena. **Notas para um estado da arte sobre os estudos brasileiros de recepção dos anos 90** . 2003. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/pos/midiaerecepcao/textos.htm> . Acesso em 21 de outubro de 2004.
- FERNANDES, Bernardo Mançano; STEDILE, João Pedro. **Brava gente** : a trajetória do MST e a luta pela terra no Brasil. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.
- GÖRGEN, Sérgio Antônio. **Os Cristãos e a questão da terra** . São Paulo: FTD, 1987.
- GÖRGEN, Sérgio Antônio (Org.) **Uma Foice longe da terra** : a repressão aos sem-terra nas ruas de Porto Alegre. Petrópolis: Vozes, 1991.
- HALL, Stuart. **Da Diáspora** : identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: UFMG, 2003.
- HALL, Stuart. Identidade cultural e ciáspora. **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional** , Rio de Janeiro, v.24, p.68-76, 1996.
- HINERASKY, Daniela Aline. **O Pampa virou cidade** : um estudo sobre a identidade cultural nas produções de teledramaturgia da RBS TV. 2004. Dissertação (Mestrado em Comunicação e

Informação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

ISER, Fabiana. **Telejornal e identidade étnica** : midiaticização e mediação na recepção do Jornal do Almoço por afro-brasileiros, austríacos e letos. 2005. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Centro de Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2005.

JACKS, Nilda. **Mídia nativa** . Indústria cultural e cultura regional. Porto Alegre: Universidade/UFRGS, 2003.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da mídia** . São Paulo: EDUSC, 2001.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de; BORELLI, Silvia Helena Simões; RESENDE, Vera da Rocha. **Vivendo com a telenovela** : mediações, recepção, teleficcionalidade. São Paulo: Summus, 2002.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações** : comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

MORISSAWA, Mitsue. **A História da luta pela terra e o MST** . São Paulo: Expressão Popular, 2001.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. **Tel-E-Videncias** : metodologias qualitativas de investigação em comunicação, audiências e meios audiovisuais . Porto Alegre: PUCRS, 2003.

RONSINI, Veneza. **Entre a capela e a caixa de abelhas** : identidade cultural de gringos e gaúchos. 2000. Tese (Doutorado) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, 2000.

SCHIRMER, Lauro. **RBS** : da voz-do-poste à multimídia: a história e as histórias nunca contadas da maior rede de comunicação do sul do Brasil. Porto Alegre: L&PM, 2002.

¹ Artigo apresentado durante o XII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación (FelaFacs), em Bogotá, Colômbia, setembro de 2006.

² A referência diz respeito ao grupo social específico do MST, que possui relações sociais, políticas, econômicas e culturais particulares.

³ Neste sistema, os assentados assistirão às edições do *JA* , que contemplaram o MST, e tecerão seus comentários.

⁴ Período marcado por diversas manifestações por parte do MST. Como saldo, resultou na realização de 135 ocupações, por 33411 famílias, em 20 estados brasileiros, de acordo com informações do próprio Movimento.

⁵ Segundo Fernandes e Stedile (2001, p. 19), a CPT é um “[...] organismo pastoral da igreja católica, vinculado à Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB). [...] Embora iniciada no Norte e no Centro-Oeste, estendeu suas atividades para quase todos os estados do Brasil. Atua em todas as dioceses em que há problemas de terra.”

⁶ A ocupação de terras surge como uma das principais táticas dos membros do MST, com o intuito de pressionar o poder e chamar a atenção da sociedade para as questões do campo. Neste sentido, a mídia costuma utilizar também o termo “invasão”. De acordo com Görgen (1991, p.109), invasão consiste em apoderar-se de propriedade alheia com violência. Ocupação implica apoderar-se legalmente de algo. É um ato político que visa chamar a atenção do poder para o problema dos Sem-Terra.

⁷ Lei “[...] que possibilita a desapropriação por interesse social, sem pagamento prévio em dinheiro [...]” (GÖRGEN, 1987, p. 19).

⁸ Segundo Görgen (1987, p. 27), “[os Sem-Terra] exigem desapropriação imediata das terras das

multinacionais, dos latifúndios e das empresas rurais que ultrapassem 500 hectares, propondo assim o módulo máximo para as propriedades rurais; exigem que o governo ponha fim à violência contra os trabalhadores; exigem o controle dos trabalhadores no processo de planejamento e execução da reforma agrária bem como as devidas condições de vida e produção nas terras distribuídas. Reafirmam as ações de massa, as ocupações e os acampamentos como formas concretas de luta”.

⁹ Segundo Fernandes e Stedile (2001), foi durante a segunda metade das décadas de 1980 e 1990 que o MST obteve o maior número de assentamentos.

¹⁰ Em novo congresso, em 1995, seriam criadas novas palavras de ordem: “Reforma agrária é uma luta de todos” (FERNANDES; STEDILE, 2001, p. 54-55).

¹¹ Tais empreendimentos geram emprego, renda e impostos, beneficiando, indiretamente, cerca de 700 pequenos municípios no interior do Brasil.

¹² Não obstante, o MST mantém também cursos de formação de professores e técnicos em administração de assentamentos e cooperativas, para colaborar com o trabalho desenvolvido nos próprios assentamentos.

¹³ Conforme frisa Görgen (1987, p. 44-45), a reforma agrária apresenta inúmeras vantagens no setor econômico, como o aumento da produção agrícola, a resolução do problema de alimentação do povo que não possui terra, o aumento da oferta de alimentos básicos para a cidade e maior justiça na distribuição da renda nacional. No campo social, a reforma diminuiria o êxodo rural e o desemprego, melhoraria os salários dos operários, haveria tendência de diminuição da marginalidade urbana e da criminalidade e maior bem-estar social, ocasionando melhoria da qualidade de vida. No campo político, haveria um processo de conscientização do povo, maior liberdade e maior participação nos vários níveis, como “sindicatos, partidos, cooperativas, entidades de defesa de seus direitos, bem como em outros órgãos intermediários e de decisão na sociedade”.

¹⁴ Ilustrando a postura da RBS TV, Cruz (1996, p. 23) dá a receita: “O crescimento da Rede Brasil Sul está vinculado a determinados fatores que também foram fundamentais ao desenvolvimento da Rede Globo como a principal emissora do País. A televisão vista como um negócio, como um empreendimento comercial que deve dar lucro e ser administrado em termos profissionais, a racionalização dos processos de produção e participação ativa no momento político podem ser apontados como os principais pontos em comum que agiram como elementos impulsionadores da expansão dos dois grupos. Além disso, a criação do conceito de rede como uma forma de barateamento da programação, através da centralização da produção, possibilitou a concentração de capital necessário à constante renovação tecnológica e crescente eficácia do produto representada pelo ‘padrão global de qualidade’ e seguido à risca pela afiliada gaúcha”.

¹⁵ RBS TV Bagé, RBS TV Uruguaiana, RBS TV Passo Fundo, RBS TV Pelotas, RBS TV Cruz Alta, RBS TV Santa Maria, RBS TV Caxias, RBS TV Erechim, RBS TV Rio Grande, RBS TV Santa Rosa e RBS TV Santa Cruz. (JACKS, 2003).

¹⁶ Referente ao estado do Rio Grande do Sul. Dados obtidos junto ao site da emissora: www.clicrbs.com.br. Acesso em 9 de maio de 2005.

¹⁷ Conforme coloca Hinerasky (2004, p. 33), o *Bom Dia Rio Grande* é um “telejornal apresentado de Porto Alegre, entre 6h30min e 7h15min. Mostra os principais fatos da noite anterior e as principais notícias da manhã. Também dá a previsão do tempo”.

¹⁸ Consiste no telejornal “mais curto [...] e é dividido em três blocos. O local, com três minutos, é o do meio. O *RBS Notícias* dá um resumo das principais notícias do dia no estado, além da previsão do tempo.” (HINERASKY, 2004, p. 33).

¹⁹ De acordo com Hinerasky, o JA “[...] é um dos programas mais tradicionais da RBS TV.” (2004, p. 34).

²⁰ O autor é fortemente influenciado pela teoria crítica da sociedade, a qual abriga a Escola de Frankfurt e os estudos culturais britânicos.

²¹ A corrente interdisciplinar chamada estudos culturais surge no final dos anos de 1950. Fortemente influenciados pelo estruturalismo e a semiologia materialista, os estudos culturais nasceram ligados à Universidade de Birmingham, na Inglaterra, através do Centro de Estudos Culturais Contemporâneos (CCCS), fundado oficialmente em 1964, por Richard Hoggart, seu primeiro diretor. Junto a Hoggart, Raymond Williams e Edward Palmer Thompson completam o trio que formou os Estudos Culturais. Vale salientar também o papel do jamaicano Stuart Hall, considerado um dos principais nomes da corrente.

²² Neste sentido, Kellner adota a teoria gramsciana da hegemonia, que prega ser a cultura um autêntico campo de lutas entre diferentes forças.

²³ Segundo Ronsini, a pesquisa empírica qualitativa de audiência marca a descoberta dos atores sociais, de carne e osso, que antes eram entidades imaginárias deduzidas dos textos dos veículos de comunicação de massa ou podiam ser caracterizados pela linguagem matemática dos *surveys* e observados pelos experimentos behavioristas (2000, p. 15). Nesta pesquisa, os estudos de recepção propostos referem-se “[...] àquelas pesquisas onde a temática da recepção se vincula, mas não se resume à relação com os *media*. De um modo geral, trata-se de uma abordagem onde estão envolvidas distintas mediações sociais e culturais que associam a recepção com a vida social, assim os *media* têm distintas significações para distintas culturas e, em parte, a cultura das audiências tem peso no trabalho de apropriação dos *media*. Nessa perspectiva, a compreensão da relação que se estabelece com os *media* se dá a partir das distintas posições ocupadas na estrutura social, apoiando-se com diferentes ênfases na posição de classe social, de gênero, de raça, de idade, de contexto (rural/urbano), de diferentes identidades nacionais, regionais e étnicas, entre outras.” (ESCOSTEGUY, 2003).

²⁴ É justamente aqui que o telejornalismo se faz presente.

²⁵ Para Orozco Gómez (2003), a possibilidade reinante no processo de recepção dos meios é a negociação. Na concepção de Orozco Gómez, isso tudo significa levar em conta toda uma soma de fatores, que pode causar influência no processo de produção de sentido dos receptores, tais como a identidade particular de cada um, a família, a escola, o grupo de amigos, o bairro, o trabalho, a cidade, os meios de comunicação e a disposição dos indivíduos frente a estes, o nível de instrução, sexo, idade, etnia, religião, salário, classe social, ideologia etc. Assim, através dessa identidade construída - e jamais acabada -, o receptor produzirá significados próprios, particulares e individuais. A total apropriação, a negociação ou até mesmo a resistência plena das mensagens midiáticas são decorrentes diretamente das diferentes mediações anteriormente citadas.

²⁶ Segundo Odair, existem mais de 140 processos contra o MST no Rio Grande do Sul.

Copyright (c) 2006 Autor(es) / Copyright (c) 2006 The author(s)
The copyright of works published in this journal belong to the
authors, and the right of first publication is conceded to the journal.
Due to the journal being of open access, the articles are of free use in
research, educational and non-commercial activities.



Selo CC-BY-NC com Direito Autoral_2006