

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO E BIBLIOTECONOMIA  
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM JORNALISMO

PEDRO RAFAEL VILELA FERREIRA

**REFORMA AGRÁRIA DO AR: A COMUNICAÇÃO POPULAR DO MST**  
**UM ESTUDO SOBRE A RÁDIO TERRA LIVRE FM**

Goiânia

2008

PEDRO RAFAEL VILELA FERREIRA

**REFORMA AGRÁRIA NO AR: A COMUNICAÇÃO POPULAR DO MST  
UM ESTUDO SOBRE A RÁDIO TERRA LIVRE FM**

Trabalho apresentado à Coordenação do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás, para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

**Área de concentração:** Comunicação e Cidadania.

**Orientador:** Prof<sup>a</sup>. Ms. Angelita Pereira de Lima

Goiânia

2008

PEDRO RAFAEL VILELA FERREIRA

**REFORMA AGRÁRIA DO AR: A COMUNICAÇÃO POPULAR DO MST**

**Um estudo de caso**

Trabalho de conclusão de curso apresentado no curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás, para a obtenção do título de Bacharel, apresentado em \_\_\_\_ de dezembro de 2008, pela Banca Examinadora constituída pelos seguintes professores:

---

Prof<sup>ª</sup>. Ms. Angelita Pereira de Lima – UFG  
Presidente da Banca

---

Prof<sup>ª</sup>. Ms. Rosana Maria Ribeiro Borges – UFG  
Professora Convidada

Ferreira, Pedro Rafael Vilela.

Reforma agrária do ar: a comunicação popular do MST  
[manuscrito]/

Pedro Rafael Vilela Ferreira. – 2008.

94f.

Referências.

Dissertação (Trabalho de Conclusão de Curso) -  
Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Comunicação e  
Biblioteconomia, 2008.

1. Comunicação popular. 2. Cidadania. 3. MST. 4.  
Mobilização. 5. Participação.

*Aos que sonham caminhando, porque é importante sonhar com os olhos abertos, ajudando a construir o caminho. É preciso sonhar... sonhar e caminhar sempre.*

# Agradecimentos

Agradeço aos meus pais: minha mãe, por seu carinho e cuidado únicos. Ao meu pai, por inocular em mim, desde sempre, o sentimento de solidariedade pelas pessoas e por me inspirar a lutar não por reformas, mas por transformação. Ao meu irmão, que foi, é e continuará sendo meu grande parceiro. A professora Angelita, pelo entusiasmo com que acolheu este trabalho, do começo ao fim. Aos companheiros e amigos que fiz no MST: Maria Mello (Brasília), Dirceu, Ernesto, Roxo, Tobias, Thaís e todas as famílias do assentamento 25 de Maio, que me acolheram com tanta fraternidade. Aos meus amigos, todos eles, e as experiências que compartilhamos e continuaremos a dividir juntos em tantas outras fases da vida.

# Resumo

O presente trabalho tem como objetivo compreender e refletir teoricamente as estratégias de comunicação adotadas pelo Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), a partir do estudo de caso de uma experiência de rádio livre no assentamento 25 de Maio – SC, identificando elementos que possam caracterizar a iniciativa como um processo de comunicação popular. A pesquisa apresenta fundamentos básicos deste tipo de comunicação e como, ao longo da história, grupos e movimentos sociais se organizaram na luta pela democratização dos meios. Em uma análise bibliográfica, foram traçadas algumas diferenças entre o modelo de comunicação empresarial, fundado em duas modalidades básicas – a informação e o entretenimento – e o modelo que se quer popular, que tem na participação coletiva e na conquista da cidadania, os seus pilares mais importantes. O estudo relaciona, também, aspectos dos veículos de comunicação do MST que apontam um outro olhar sobre a própria comunicação. Para isso, foi necessário acessar alguns documentos básicos de atuação do movimento no setor, assim como suas linhas e diretrizes políticas e ideológicas. Ao final do processo de pesquisa, percebeu-se que o MST, ao estimular o surgimento de canais próprios de comunicação, dentro e fora dos seus núcleos de base (assentamentos), tem como meta difundir a visão de mundo do movimento, assim como colocar à disposição dos trabalhadores do campo ferramentas de diálogo com os diversos setores da sociedade. Em uma perspectiva mais ampla, esse trabalho ajuda a costurar a luta pela democratização dos meios de comunicação, marcando posições políticas e pluralizando a esfera pública de debates.

**Palavras-chave:** Comunicação popular. MST. Cidadania. Mobilização. Participação.

# SUMÁRIO

<b>1 – INTRODUÇÃO – EM BUSCA DE NOVOS ESPAÇOS</b>	<b>09</b>
<b>1.1 – MST: reforma agrária no ar</b>	<b>10</b>
<b>1.2 – Relatos sobre o estudo</b>	<b>11</b>
1.2.1 – Considerações sobre o estudo de caso	13
<b>2 – FUNDAMENTOS DA COMUNICAÇÃO POPULAR</b>	<b>16</b>
<b>2.1 – A construção da cidadania</b>	<b>20</b>
<b>2.2 – Educação e cultura na comunicação popular</b>	<b>21</b>
<b>2.3 – Histórico das rádios livres e populares</b>	<b>25</b>
2.3.1 – Legislação e perseguição	28
<b>2.4 – Mídia e Democracia: alguns apontamentos</b>	<b>29</b>
2.4.1 – Padrões de manipulação da grande mídia	31
<b>3 – ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DO MST</b>	<b>33</b>
<b>3.1 – Uma breve história do Movimento</b>	<b>34</b>
3.1.1 – Assentamentos e formas de organização no campo	36
<b>3.2 – A comunicação para o movimento – visão e princípios</b>	<b>38</b>
<b>3.3 – Jornal Sem Terra: mobilização popular por meio da comunicação</b>	<b>41</b>
<b>3.4 – Outros canais de comunicação do MST com a sociedade</b>	<b>42</b>
<b>4 – TERRA LIVRE FM: OCUPANDO O LATIFÚNDIO DO AR</b>	<b>45</b>
<b>4.1 – Rádio Terra Livre e Assentamento 25 de Maio: história de resistência</b>	<b>46</b>
4.1.1 – Recomeçando a desafiar	48
4.1.2 – Regularização e recursos financeiros	49
<b>4.2 – A gestão e os produtores de conteúdo</b>	<b>51</b>
4.2.1 – Princípios da rádio	52
4.2.2 – Perfil do comunicador	54
<b>4.3 – Programação</b>	<b>55</b>
<b>4.4 – A participação popular e o interesse coletivo</b>	<b>59</b>
<b>5 – CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>66</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>70</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>73</b>



## **LISTA DE QUADROS**

<b>Quadro 1. Primeira programação Terra Livre FM</b>	<b>55</b>
<b>Quadro 2. Grade de programação atual rádio Terra Livre</b>	<b>57</b>
<b>Quadro 3. Pesquisa de avaliação</b>	<b>60</b>
<b>Quadro 4. Entrevistas com ouvintes</b>	<b>62</b>
<b>Quadro 5. Entrevistas com os comunicadores populares</b>	<b>63</b>

# 1 – Introdução: em busca de novos espaços

*“A repressão física ou mental é certamente uma importante dimensão do poder dominante. No entanto, se um povo modifica radicalmente seu modo de ver as coisas, se ele passa a pensar de maneira diferente e por si mesmo, não há poder que se possa opor. Torturar um corpo é bem menos eficaz do que moldar um pensamento.”*

(Manuel Castells)

Os meios de comunicação se tornaram uma das instituições culturais mais influentes da humanidade ainda no século passado. Esse desenvolvimento é resultado, principalmente, da convergência da imprensa para um patamar empresarial, a partir do processo de mercantilização da economia.

Ainda no início do século XIX, com o crescimento e o desenvolvimento das prensa a vapor, a imprensa atingiu sua escala comercial. A capacidade reprodutiva da indústria gráfica sofreu um *boom* significativo que permitiu um uso cada vez maior de maquinaria elétrica e a divisão ramificada do trabalho, em um esquema totalmente industrial. Nesse contexto, o mercado também se expandiu, de modo que os jornais passaram a se dirigir não apenas para um público seletivo aristocrático, mas para uma vastidão de pessoas, aliado ao aumento do número de alfabetizados (THOMPSON, 1995).

O crescimento do número de leitores estreitou os jornais com o comércio, e a propaganda adquiriu um papel central na organização financeira da indústria da comunicação. Esses movimentos de expansão e consolidação da mídia levaram a uma concentração de recursos em muitos setores da indústria. *“No começo dos anos 90 na Inglaterra, por exemplo, quatro grandes grupos da mídia controlavam cerca de 92% da circulação dos jornais diários”* (THOMPSON, 1995, p.74).

A concentração assumiu proporções ainda maiores num recente agrupamento de caráter multimídia, com a formação de conglomerados empresariais de comunicação, resultado da fusão dos veículos em escala eletrônica (rádio, TV e internet), além dos meios impressos (editoração de livros e publicações, jornais e revistas).

Um dos resultados mais desastrosos desse fenômeno de acúmulo e controle de conteúdo e tecnologia está no esmagamento da diversidade que existe no seio da sociedade, ou seja, nem todos os setores obtêm espaço nos meios de comunicação para construir um debate público pluralizado.

No entanto, contrariando essa lógica, agrupamentos e movimentos sociais de inúmeras vertentes têm reagido ao modelo concentrador e verticalizado da mídia empresarial. Para difundir propostas de sociedade, os movimentos também utilizam a comunicação como canal de contato com públicos externos e como projeto de mobilização popular.

Assim, eles para esses setores a comunicação é um processo a serviço da luta social em questão, desenvolvendo uma estética apropriada aos valores do movimento. Desse modo, surge uma comunicação participativa, descentralizada e aberta. É uma equação que trabalha simultaneamente a visibilidade do movimento e a formação de indivíduos, por meio da reelaboração do conhecimento e do sentimento de co-responsabilidade por mudanças sociais.

### **1.1 – MST: reforma agrária no ar**

O Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST) é uma das maiores organizações sociais do mundo de luta pelo acesso a terra. Militantes progressistas de todas as partes respeitam e admiram o movimento em sua luta por transformação social no Brasil. Está organizado em quase todos os estados e é responsável pela mobilização de milhares de trabalhadores rurais no campo e por garantir o acesso à terra a mais de 350 mil famílias. Intelectuais e pesquisadores enxergam o MST como um dos movimentos mais legítimos de organização social. Mais de 40 universidades brasileiras têm cursos em parceria com o movimento, a fim de preparar e fortalecer a atuação popular no campo<sup>1</sup>. Dividido por setores, o MST desenvolve trabalhos de educação popular camponesa, frente de massas, luta política, etc. e, dentre as várias atividades, a comunicação também está presente.

O movimento tem na comunicação uma preocupação estratégica. Entre os dias 11 e 15 de junho de 2007, quase 20 mil militantes estiveram em Brasília para o 5º Congresso Nacional do movimento. Além da reforma agrária, os trabalhadores discutiram o que eles consideram ser os principais problemas do país. Por fim, nasceu uma carta, que estampa 18 compromissos com a sociedade brasileira. Entre eles, destaca-se:

---

<sup>1</sup> Só na Universidade Federal de Goiás (UFG), foram implantados, nos últimos anos, dois cursos para os trabalhadores do campo: *Pedagogia da Terra* (Faculdade de Educação) e *Direito Agrário* (Faculdade de Direito).

“Lutar para que cada assentamento ou comunidade do interior tenha seus próprios meios de comunicação popular, como, por exemplo, rádios comunitárias e livres. 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>2</sup>

A comunicação é, portanto, uma estratégia orgânica do MST, pensada como ação política. A organização forjou espaços próprios, na tentativa de preencher uma lacuna para a expressão dos anseios de uma comunidade, que comunga um mesmo ideal – acesso à terra e possibilidade de nela produzir.

Nesse sentido, o movimento desenvolveu um conjunto de veículos de caráter participativo, que visa uma educação popular por meio da comunicação, bem como interligar as ações do movimento pelo país, além do incentivo à criação de rádios livres em assentamentos. O trabalho que se segue procura entender a incompatibilidade ideológica dos movimentos populares com relação à estrutura econômica das redes comerciais de comunicação.

O modelo de comunicação do MST aqui analisado deixou de ser um “grito” de denúncia e pedido de transformação social e passou a um patamar mais complexo e articulado de produção de conteúdo. Resta compreender: será que esses núcleos propõem uma alternativa de comunicação popular ou apenas rebatem os “ataques” dos veículos comerciais? A comunicação do MST é também um espaço de manifestação da cultura? Como se dá a dinâmica social do MST para a produção própria de informação e educação popular por meio da comunicação?

## **1.2 – Relatos sobre a pesquisa**

Como estudante de comunicação, a análise da problemática que envolve a mídia e sua correlação de forças com a sociedade civil organizada deve ser sempre objeto de inquietação acadêmica e, conseqüentemente, profissional. Além do mais, os estudos sobre comunicação popular merecem mais atenção. Entender como a sociedade se organiza e se mobiliza diante das dificuldades impostas pela força econômica do capital, aqui materializadas na mídia empresarial, cria possibilidades de vasculhar ainda mais os caminhos da comunicação e fortalecer seu estudo epistemológico.

---

<sup>2</sup> Carta do 5º Congresso Nacional do MST – 11 a 15/06/2007, Brasília-DF, com 18 compromissos de luta. Pode ser acessada pelo sítio: <http://www.radiomundoreal.fm/rmr/?q=pt/node/22868> (acessado em 16/11/2008).

Com o intuito de alcançar as metas especificadas, o trabalho que se segue fez uso de três métodos científicos básicos: pesquisa bibliográfica, análise de conteúdo e estudo de caso. Antes de mergulhar na interpretação dos mecanismos de comunicação adotados pelo MST, foi preciso resgatar os paradigmas essenciais da comunicação popular. Na América Latina, os estudos sobre comunicação sempre foram determinados pelos limites da dependência cultural.

Mesmo assim, a partir da década de 1970, principalmente, pesquisadores do continente deram início a uma reviravolta na orientação metodológica e passaram a olhar com mais carinho para a comunicação popular (TEMER, 2004, p. 155). Com base nisso, recuperamos aqui os conceitos fundamentais sobre esse tipo de prática comunicativa, historicamente vinculada à trajetória de mazelas sociais e econômicas do continente. A comunicação desenvolvida pelos movimentos populares latino-americanos foi e continua sendo ideologicamente inspirada na perspectiva marxista, mediante conceitos como ideologia, relações de poder e conflitos de classes.

Portanto, nesta primeira fase de investigação, fizemos um levantamento dos principais referenciais teóricos que versam sobre os temas relacionados à formação e consolidação da comunicação popular no Brasil, a fim de obter um panorama razoável para compreender melhor as estratégias de comunicação adotadas pelo MST.

Essas estratégias foram incorporadas ao trabalho a partir de uma análise de conteúdo de documentos, elaborados pelo próprio movimento, para orientar seus veículos de comunicação e o comportamento diante da cobertura dos meios massivos. Trata-se do terceiro capítulo da pesquisa, que posiciona a visão de comunicação do movimento no universo dos conceitos de comunicação popular. Esse olhar do MST sobre a comunicação, como foi observado, não se desvincula das convicções ideológicas que engendram os outros processos de luta social, como as motivações para a ocupação de terras.

Assim, o comportamento do movimento ao estimular e apoiar a abertura de rádios livres nos assentamentos, são demonstrações inequívocas de que o MST pensa as mudanças sociais a partir de ações integradas, tanto no campo, como na cidade. Em outras palavras, para a organização, pleitear a reforma agrária e um novo modelo agrário para o país está intimamente ligado à necessidade de empoderamento também no campo das comunicações, como forma de emancipação política, aumento na capacidade de redistribuir conhecimentos e atribuição de maior visibilidade a luta.

### 1.2.1 – Considerações sobre o estudo de caso

O capítulo quatro foi uma opção metodológica com a finalidade de compreender uma experiência de comunicação popular própria do movimento. Durante uma semana (20 a 27 de outubro de 2008), foi observada a experiência da rádio Terra Livre FM, no assentamento 25 de Maio, região de Abelardo Luz – Santa Catarina. A emissora foi fundada há 12 anos e, embora tenha ficado um intervalo significativo fora do ar ao longo desse período, retomou as atividades há pouco mais de dois anos, envolvendo jovens estudantes secundaristas, filhos de pais e mães camponeses nos assentamentos da região.

A rádio é uma re-conquista recente do MST e motivo de orgulho para o movimento. Sua contribuição para os assentados da região, só no âmbito da visibilidade, já seria justificativa suficiente para que a experiência fosse objeto de estudo. Porém, a rádio cumpre um papel muito mais abrangente na comunidade.

O estudo de caso, neste sentido, é uma ferramenta de pesquisa que possibilita conhecer “*uma instância particular em sua complexidade e em sua totalidade*” (ANDRÉ, 1995, p. 52). A possibilidade do estudo de caso fornecer uma visão profunda, ampla e integrada de uma unidade contribui para a compreensão de outras dinâmicas semelhantes, apesar de isso não ser uma certeza metodológica, como adverte Marli de André:

“não se pode falar em transferência com base apenas no contexto de um estudo. No máximo, o pesquisador pode fornecer informações bem detalhadas do contexto em estudo de modo que o leitor tenha base suficiente para fazer julgamento da possibilidade de transferência para outro contexto” (ANDRÉ, 1995, p. 58).

Essa escolha impôs algumas condições indispensáveis, exigências que, em um estudo de caso, só a condição humana do pesquisador é capaz de atender, já que ele é o principal instrumento na coleta de dados (ANDRÉ, 1995, p. 59). A primeira condição para implementar esse estudo foi lidar com o desafio do desconhecido.

Para enfrentar esse primeiro “obstáculo”, foi preciso costurar um diálogo anterior em outras esferas do MST. O contato primário foi realizado no Setor de Agitação e Cultura de Goiás e no escritório nacional do movimento em Brasília. Foi uma espécie de sondagem. Até então, o objeto a ser observado não havia sido escolhido. Foi preciso

negociar com a assessoria de imprensa as melhores alternativas de caso para serem estudados.

Há pelo menos uma dezena de experiências de rádios livres do MST em assentamentos do Brasil. Essa filtragem foi feita em conjunto com a assessoria do movimento até chegarmos à rádio Terra Livre (SC). Além dos motivos já explicitados, a riqueza de possibilidades de investigação oferecida pelo caso foi decisiva na opção selecionada.

A partir daí, foi a vez de abrir um canal de comunicação com o setor de comunicação do movimento no estado de origem da emissora. A receptividade por parte dos coordenadores locais foi imediata, mas não houve encontro pessoal antes da ida a campo, já que a distância e o tempo escasso impossibilitariam esse pré-contato.

Vencida a etapa da aceitação, que foi muito bem sucedida antes e durante o trabalho de campo, aparecia o segundo momento importante desse processo – desenvolver a metodologia para a coleta de dados. Sabendo que lidar com o desconhecido exigia, à priori, versatilidade por parte do pesquisador, optamos por elaborar um roteiro de entrevistas e um caderno de anotações.

O roteiro<sup>3</sup> adotado foi aberto e flexível, e a entrevista estruturada servia como um guia para a coleta de dados, direcionando-se a três tipos de entrevistados: produtores/comunicadores, ouvintes e lideranças do movimento. Foram escolhidas duas modalidades de questionamentos. O primeiro era um breve aquecimento, a fim de estabelecer uma situação confortável para o entrevistado, e possibilitar, mais adiante, que ele fornecesse detalhes sem que o incômodo de “estar dando um depoimento” pudesse interferir em sua memória objetiva. A seguir, o roteiro apresentava perguntas genéricas, fincadas em categorias teóricas que norteiam a prática da comunicação popular. Ou seja, tratavam-se perguntas que pudessem revelar, a partir da ótica do entrevistado (seja ele produtor, ouvinte ou liderança), elementos característicos da comunicação popular e comunitária. O roteiro também foi elaborado de tal forma que não ficasse restrito a recolher apenas substratos exclusivamente ligados ao arcabouço teórico sobre tema, mas que pudesse permitir a coleta de dados novos, próprios daquela prática específica.

O caderno de anotações era ainda mais flexível que o roteiro, mas se mostrou um instrumento essencial. Nele, foram anotadas as observações julgadas importantes, além da coleta de informações a partir de entrevistas e conversas informais. O caderno também foi

---

<sup>3</sup> Modelos disponíveis em Anexo I.

imprescindível para análise de programas. Teve a função, ainda, de um diário de bordo. Desde o início da viagem até o retorno, foram anotadas as impressões sobre a pesquisa e sobre o contato com a comunidade.

Tentou-se, portanto, estabelecer um equilíbrio entre um esquema teórico muito fechado e um inteiramente descritivo (ANDRÉ, 1995, p. 53). Não bastava somente fazer um relato jornalístico sobre a experiência, assim como era dispensável a idéia de conduzir um estudo teórico muito denso – até porque não houve tempo suficiente para se fazer uma análise aprofundada, que pudesse gerar um acúmulo de dados vigoroso.

A fase mais complexa do estudo foi transportar o fôlego de dados colhidos para a expressão escrita. Isso coincidiu com a preocupação em apresentar os dados da forma mais fidedigna possível. Descrever a experiência e sua riqueza de situações deveria estar condicionada à multiplicidade de pontos de vista dos partícipes do processo em questão, como orienta Marli de André:

“O pesquisador tem, assim, uma certa obrigação de apresentar as interpretações diferentes que diferentes grupos ou indivíduos têm sobre uma mesma situação e deve fazê-lo de tal forma que possibilite uma variedade de interpretações por parte do leitor” (ANDRÉ, 1995, p.55).

Por isso, o estudo priorizou, a partir do enquadramento de categorias definidas, as interpretações dos indivíduos diretamente envolvidos com a prática comunicativa desenvolvida na rádio. Esse foi o critério utilizado para fornecer um conjunto de dados mais fiel possível, sem que isso comprometesse a descrição do contexto em que se insere a rádio no dia-a-dia da comunidade e as mais diversas situações que se apresentaram durante o trabalho de campo.

O que se tem, a partir deste estudo de caso, é uma leitura sobre a experiência estudada. Não foi a intenção recolher dados que pudessem fornecer uma representação única (ANDRÉ, 1995, p. 56). Pelo contrário, aceita-se que o leitor desenvolva sua própria representação diante das situações descritas adiante.

Como se verá adiante, a pesquisa fundamentou os paradigmas da comunicação popular e o diálogo de suas teorias com os modelos desenvolvidos pelo movimento, indicando o tipo de percepção que o MST faz desta prática comunicativa.



## 2 – Fundamentos da Comunicação Popular

*“Os homens não podem ser verdadeiramente humanos sem a comunicação, pois são criaturas essencialmente comunicativas. Impedir a comunicação equivale a reduzir o homem à condição de coisa. Somente através da comunicação é que a vida humana adquire significado.”*

(Paulo Freire)

Os meios de comunicação são os instrumentos centrais para a realização dos debates públicos. A mídia, por excelência, é um dos vetores que mais interferem nos assuntos que a população costuma discutir regularmente. Em outras palavras, o que não passa pela “seleção” de assuntos e temas divulgados pelos veículos de comunicação de massa está, portanto, mais distante da agenda social e, por conseqüência, esquecido pelo poder público e também pela sociedade.

Neste sentido, é importante perceber o papel central que a comunicação tem na construção da cidadania, pois fundamenta a participação e garante a democracia. O problema é que essa função social da comunicação está limitada a uma concentração sem precedentes da mídia, uma situação tal que praticamente impede a participação da população na esfera pública de debates. Este espaço está controlado por um número muito restrito de empresas de comunicação, que dominam a produção de conteúdo e impossibilitam que a maioria das pessoas participe, efetivamente, da agenda de temas relevantes à nação.

Sem uma intervenção mais ampla da sociedade nos debates públicos, a democracia fica totalmente comprometida, desequilibrando a balança da cidadania, o que é muito pior do que a desigualdade econômica, porque restrições à cidadania anulam por completo a autonomia de uma sociedade. Essa obstrução dos canais de participação popular já provocou, há algumas décadas, reação popular na busca de novos espaços. Como sinaliza Cícilia Peruzzo, os grupos sociais costumam reagir ao poderes concentrados a partir de uma iniciativa coletiva:

“Submetido a um processo de pauperização, o povo se agrupa para denunciar, resistir, pressionar e reivindicar o acesso à riqueza, produzida através de melhores condições de vida e o direito de participação política.” (PERUZZO, 1989, p. 134).

É na busca deste espaço que os movimentos sociais desenvolvem instrumentos próprios para dialogar com os demais setores da sociedade, incrementando as estratégias de ação política, participação coletiva, produção de novos conteúdos e manifestação da cultura. A luta de alguns movimentos “contra-hegemônicos”<sup>4</sup> integra uma rede de ideais centrada em uma comunicação popular, participativa, a serviço da construção de uma nova sociedade. Esse papel central da comunicação é identificado por Bordenave, em uma de suas obras sobre o tema:

“O aproveitamento ótimo do poder da comunicação para a expressão, o relacionamento e a participação, dentro de um projeto geral de transformação social, implica a tomada de uma série de medidas pela sociedade, começando pela procura de novas formas de apropriação e administração de meios, até melhores formas de capacitação das pessoas no uso da comunicação” (BORDENAVE, 2006, p. 93).

Esse processo exige, a princípio, uma revolução no âmbito da comunicação e que envolve não só questões de classe e de poder, mas também de cultura e gestão participativa. É uma luta complicada e que em tempos recentes visa à criação espaços e novos modelos ao invés de disputar as mesmas e velhas formas de comunicação.

Não é mais uma questão de entender o popular como exclusivamente uma linha de ataque ao poderio macro-econômico da comunicação massiva, como se fosse um grito oposicionista de libertação. Tanto a comunicação de massa (representada pelas grandes redes comerciais de radiodifusão), quanto a popular, de fato coexistem e se projetam em um contexto que não cabe somente o antagonismo.

Para entender os meios de comunicação popular é preciso ter em mente que

“eles não chegam a colocar-se como forças superadoras dos meios massivos. Os dois são complementares e não excludentes. Os grandes veículos, por um lado, fazem-se necessários e importantes no campo do divertimento e da informação, por exemplo, mas não conseguem suprir todas as necessidades em nível de comunidades e de movimentos sociais organizados. Além disso, o fenômeno da cultura perpassa todo o seu processo, o que colabora para incorporá-los no cotidiano e para que agreguem valores do povo em sua programação” (PERUZZO, 1998, p. 130-131)

Nesta perspectiva, não é possível traçar, ainda, um perfil definitivo para a comunicação popular. Ela pode se manifestar em métodos totalmente distintos, por isso é

---

<sup>4</sup> O conceito de contra-hegemonia aqui trabalhado é de Antonio Gramsci. Para o intelectual italiano, os setores da sociedade que não se identificam com os apontamentos do bloco que dirige moral, intelectual e economicamente a sociedade (hegemonia), manifestam sua posição contrária reivindicando novas atitudes e comportamentos tanto do poder público, quanto da sociedade civil.  
In: [http://www.faac.unesp.br/eventos/jornada2005/trabalhos/26\\_rafael\\_bellan.htm](http://www.faac.unesp.br/eventos/jornada2005/trabalhos/26_rafael_bellan.htm), acessado em 15/11/2008.

precário apenas polarizá-la em linha ofensiva contra os grandes veículos. Como assinala Carlos Nuñez Hurtado, os movimentos sociais que organizam seus próprios canais de comunicação não devem cair no maneirismo de fazer uma simples oposição às redes comerciais de massa e ao poder hegemônico. Pelo contrário, está a constituição de novos veículos a oportunidade de “*ser e expressar uma alternativa ao modelo político dominante*” (HURTADO, 1992, p. 105).

Uma alternativa de comunicação, vislumbrada em especial pelos movimentos sociais, deve estar mais próxima de um sistema expressão aberto, complementar e horizontal, desenvolvido como arma de luta ideológica, intercomunicando o nível de consciência do movimento no sentido de influenciar estrategicamente na organização e nas lutas (HURTADO, 1992, p.107).

Além disso, ela se insere em uma dinâmica social contextualizada aos movimentos que representam (PERUZZO, 1998, p. 115). O que se pode de fato detectar desta comunicação são traços recorrentes que caracterizam o processo de participação popular na produção de informações.

Neste sentido, a comunicação popular é caracterizada e, em grande medida, motivada pelas circunstâncias sócio-econômicas da sociedade. No contexto latino-americano, as desigualdades sociais e a opressão econômica são gritantes. Só para ser ter uma idéia do quadro alarmante, em 2006, estimativas da Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL) revelaram que 38,5% de habitantes do continente estão na linha da pobreza ou abaixo dela<sup>5</sup>. Isso significa o número astronômico de 205 milhões de pessoas.

A comunicação popular brota em um espaço de reivindicação política. Ela está atrelada às lutas sociais e se apresenta como canal de expressão, mobilização e organização das classes subalternas. Funciona ainda como meio de conscientização e manifestação cultural. Por ser instrumento de luta e ação política, a comunicação popular enseja uma crítica social, com conteúdos de denúncia, oposição às estruturas que detêm poder econômico na sociedade e propagação de novos ideais de transformação social.

Como está, normalmente, vinculada a interesses de segmentos subalternos, esta comunicação abre caminho para que novas idéias e conteúdos sejam distribuídos. Isso

---

<sup>5</sup> Dados obtidos do Serviço de Informação da Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL), com base nas tabulações dos censos nacionais realizados pelos institutos de pesquisa dos países. Disponível em [http://www.eclac.cl/prensa/noticias/comunicados/6/27486/grafico1panosoc\\_portu.pdf](http://www.eclac.cl/prensa/noticias/comunicados/6/27486/grafico1panosoc_portu.pdf), acessado em 15/11/2008.

implica maior democratização no acesso à informação e no direito de produzir essa informação, em maior ou menor grau de acordo com o contexto de determinado veículo e seu papel específico dentro da entidade.

A construção deste espaço democrático também é provocada internamente no movimento, que precisa criar formas de gestão dos meios, tornando imprescindível o diálogo e as reflexões de organização interna. Isso é um dos fatores mais transformadores da comunicação popular, pois requer um envolvimento comunitário em todo processo comunicativo. Mário Kaplún explica esse modelo:

Tenemos que hacer medios abiertos al diálogo, medios donde la comunidad pueda expresarse y decir su propia palabra y no simplemente leer o escuchar lo que nosotros decimos o escribimos para ella. Aunque no en todos los casos la gente pueda generar el mensaje, aunque no todos puedan ser emisores, es necesario ir rompiendo poco a poco esa manera vertical de hacer comunicación, esse esquema de emisor por um lado y receptor por el otro. (KAPLÚN, 1985, p. 75-76).

Os meios de comunicação empresariais de massa têm o poder de mistificar personagens, agregando um simbolismo exagerado à imagem e a representação (?????). Neste sentido, as pessoas ligadas à comunicação popular se deslocam ao patamar de protagonistas, legitimando em definitivo a sua participação no processo de cidadania.

O modelo empresarial comunicação de massa no Brasil é altamente concentrado. Uma pesquisa realizada em 2002 pelo Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, intitulado “Os donos da mídia”<sup>6</sup>, revelou dados absurdos no que concerne ao monopólio e o processo de oligopolização dos meios de comunicação de massa. Ao todo, são 6 redes privadas nacionais, que detêm um mercado avaliado em mais de R\$ 3 bilhões. Juntas, essas empresas possuem 138 grupos afiliados que controlam nada menos do que 668 veículos em todo o país, entre canais de TV, estações de rádio, jornais e portais na internet. Outros estudos também comprovam a trajetória de concentração dos meios de comunicação nas mãos de poucas famílias e elites econômicas no Brasil.<sup>7</sup>

Mais do que isso, eles são historicamente comprometidos com interesses políticos e de poder (LIMA, 2006), o que contribui para o esfacelamento total de um espaço público

---

<sup>6</sup> Documento disponível em <http://www.fndc.org.br/arquivos/donosdamidia.pdf>, acessado em 16/11/2008.

<sup>7</sup> Informações sobre concentração da mídia no país podem ser encontradas em estudos de Venício Lima, como no livro *Mídia: crise política e poder no Brasil*, além de artigos e outras publicações do autor. Há também um outro livro importante, organizado pelo jornalista Luiz Egypto em 2004, intitulado *O forró do cartel da mídia* e que está disponível para ser baixado na biblioteca virtual do Observatório da Imprensa ([observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/download/oforrodcarteldamidia.pdf](http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/download/oforrodcarteldamidia.pdf)).

verdadeiramente democrático e plural. A comunicação popular, por sua vez, tem o potencial de abranger classes desprivilegiadas e estabelecer um contraponto, sem, no entanto, configurar-se como opositora aos veículos comerciais.

Além disso, tem sido papel da comunicação popular a busca de cidadania. O acesso à informação, tanto na recepção, quanto na emissão de conteúdos, possibilita uma ação política direta do indivíduo na sociedade.

## **2.1 – A Construção da cidadania na comunicação popular**

A Declaração Universal dos Direitos Humanos estabelece nos artigos 27 e 29 que todos os homens têm o direito de participar livremente da vida da comunidade, com deveres e garantias. A Constituição Federal de 1988, conhecida como a “Constituição Cidadã”, invoca no artigo 5º que informar e ser informado é um direito inalienável do homem.

Portanto, a participação popular nos destinos de sua comunidade e seu país é tida como primordial. Cicília Peruzzo vai além e afirma que comunicação é um dos mecanismos para a reivindicação dos direitos, ou seja, está na essência da democracia:

“Uma das múltiplas instâncias pelas quais o homem pode exercer esse direito e esse dever é a comunicação social, compreendendo-se nela todos os níveis e todos os meios criados para efetivá-la. No Brasil e em outros países latino-americanos, ela (comunicação) tem sido obstaculizada pelo Estado e por setores dominantes, que, por sua posição hegemônica ou pela imposição, acabam ganhando a cumplicidade da sociedade como um todo, embora haja resistências” (PERUZZO, 1998, P. 276)

Cidadania, portanto, implica um processo onde o cidadão é sujeito participante, podendo interferir na dinâmica política, receber proteção legal, votar e ser votado. Cidadania é direito de expressar-se (PePERUZZO, 1998, p. 286). A inserção das pessoas no processo de comunicação social se apresenta com um dos pilares da cidadania. É cada vez mais aceita a noção de que a formação cultural dos seres humanos nas sociedades contemporâneas passa muito pelas intermediações do cotidiano marcadas por um contexto de complexidade. Essas intermediações ocorrem por meio da comunicação interpessoal, grupal e massiva.

A comunicação popular, se desenvolvida em bases sólidas de participação efetiva, transforma receptores em emissores de informação. No caso da rádio popular (nos

movimentos sociais), seu papel reforça princípios para o desenvolvimento e a construção da cidadania. O envolvimento direto dos cidadãos na produção e transmissão de conteúdos resulta em um exercício de liberdade de expressão genuíno, favorecendo a plena participação das pessoas, por meio da valorização da cultura local e processos de mobilização popular.

“A participação na comunicação é um mecanismo facilitador da ampliação da cidadania, uma vez que possibilita a pessoa tornar-se *sujeito* de atividades de ação comunitária e dos meios de comunicação ali forjados, o que resulta num processo educativo, sem se estar nos bancos escolares. A pessoa inserida nesse processo tende a mudar o seu modo de ver o mundo e de relacionar-se com ele. Tende a agregar novos elementos à sua cultura” (PERUZZO, 2002)<sup>8</sup>

No caso do rádio popular (que trataremos com mais atenção neste trabalho), o objetivo é abordar a realidade local a partir de uma perspectiva emancipatória, isto é, a divulgação da cultura e das identidades cotidianas da comunidade, abrindo espaço na programação para as mais diversas manifestações que formam o tecido social no qual se insere a rádio. Daí a necessidade de se pensar a comunicação popular como processo de educação transformadora.

## 2.2 – Educação e cultura na comunicação popular

Segundo Paulo Freire, “*educação é comunicação, é diálogo, na medida em que não é transferência de saber, mas encontro de sujeitos interlocutores que buscam a significação dos significados*” (LIMA, 1981, p. 59). Nesse sentido, para Freire, comunicação significa co-participação dos sujeitos no ato de pensar. Comunicação se faz coletivamente, como reforça Mário Kaplún:

“Todo hombre debe ser visto y reconocido como um emisor-receptor. (...) Todo ser humano está dotado y facultado para ambas funciones; y tiene derecho a participar em el proceso de la comunicación actuando alternadamente como emisor y receptor” (KAPLÚN, 1985, P.69).

Comunicação, para ambos pensadores, é um processo pelo qual indivíduos entram em cooperação mental visando o alcance de uma consciência comum – se educam. Se é

---

<sup>8</sup> Retirado do artigo *Comunicação comunitária e educação para a cidadania*. In: PCLA – volume 4 – número 1: outubro / novembro / dezembro de 2002, publicado e disponível na internet pelo endereço eletrônico <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista13/artigos%2013-3.htm> (acessado em 11/11/2008)

assim, implica dizer que só existe comunicação em um processo dialógico, ou seja, emissor e receptor têm que estar em equilíbrio total (KAPLÚN, 1985).

Uma das principais diferenças entre o modelo de comunicação de massa e o modelo popular de comunicação está no tratamento prático que se dá a comunicação. Nos veículos empresariais, por exemplo, comunicação equivale à transmissão de informações. Isso vale tanto para a prática do jornalismo como do entretenimento. Trata-se de uma relação hierárquica em unidirecional em que o emissor se encontra na posição privilegiada, em detrimento do receptor, que recebe passivamente as informações.

“Nada hay aqui, pues, de participación ni de influencia del receptor en la comunicación. Solo hay acatamiento, adaptación, medición y control de efectos. La retroalimentación no es sino el mecanismo para comprobar la obtención de la respueta buscada y querida por el comunicador” (KAPLÚN, 1985, P. 42).

Neste sentido, não há, segundo Kaplún, comunicação em sua essência, mas somente um efeito de condicionamento gerado pelo bombardeio de informações e “verdades” no receptor. Já no caso dos meios de comunicação populares (especialmente àqueles ligados a movimentos sociais), a comunicação se dá por meio de processo, por meio da relação entre interlocutores, gerando uma reciprocidade entre receptor e emissor ou, até mesmo, a mistura e alternância entre esses dois agentes ao longo do convívio comunicativo.

As redes comerciais de radiodifusão atuam transmitindo informações a um receptor passivo, escondido entre milhares de outros. No modelo de comunicação hegemônico e consagrado até hoje, o que se tem é um emissor que busca persuadir seu receptor<sup>9</sup>.

Esses procedimentos são incorporados do dia-a-dia das pessoas por meio da informação, e determinam o que o receptor deve fazer e como lidar em determinada situação. Diz até mesmo o que pensar. Sua preocupação é com os efeitos, a produção de

---

<sup>9</sup> Aqui é trabalhado o conceito de comunicação persuasiva cunhado por Mário Kaplún, que é também o modelo dominante atualmente. Segundo o pensador venezuelano, esse é um tipo de modelo comunicativo de origem norte-americana, centrado na manipulação da informação com o intuito de provocar determinados efeitos no receptor. Com um alto nível tecnológico, esse modelo estimula o receptor a adotar condutas e comportamentos. Versátil, essa comunicação tolera um nível de participação do receptor no processo comunicativo, mas apenas no âmbito da reação aos estímulos, como mecanismo de aferir, por parte do emissor, o grau de aceitabilidade das influências e estímulos inoculados no receptor. Por isso, segundo o autor, ela é tão complexa e de difícil compreensão.

comportamentos sociais específicos – a persuasão (KAPLÚN, 1985, P. 41). A ênfase nesse processo de aprendizagem educacional modificou a estrutura do conhecimento.

Nesse contexto, o papel do comunicador foi definido como o “arquiteto do comportamento”. Mário Kaplún diz que toda uma Teoria da Comunicação foi implementada até mesmo para dizer que o comunicador exerce função de agente causal prioritário na comunicação:

“Nessas mensagens, procura-se, sobretudo, o impacto; apela-se para os efeitos emocionais, muito mais do que aos conteúdos racionais; e abarrotam-se os espectadores e ouvintes com imagens e estímulos afetivos sem facilitar a própria reflexão” (Kaplún, 1985, p. 44).<sup>10</sup>

O modelo pedagógico trabalhado na comunicação popular é centrado na pessoa e põe ênfase no processo de aprendizagem e produção de conhecimento. A origem desse modelo é na América Latina (Kaplún, 1985, p. 51). Apesar da influência de pedagogos e sociólogos europeus e norte-americanos, a orientação social, política e cultural desse conceito está focada em uma educação libertadora, caracterizada como instrumento de emancipação das classes subalternas, na perspectiva da transformação social.

Trata-se de um processo que valoriza mais do que a transmissão de conteúdos ou o ensinamento puro e simples. A idéia é que o sujeito “aprenda a aprender”, que se torne capaz de raciocinar por si e desenvolver sua própria capacidade de deduzir, de relacionar e, com isso, interferir no seu meio:

“El modelo se basa em la participación activa del sujeto em el proceso educativo; y forma para la participación em la sociedad (...). Se aprende de verdad lo que se vive, lo que se recrea, lo que se reienta y no lo que simplemente se lee y se escucha” (KAPLÚN, 1985, P. 53).

O tripé “ação-reflexão-ação”, proposto por Paulo Freire, mostra que o processo de educação e, conseqüentemente, de comunicação popular, busca a participação direta do educando no processo de construção do conhecimento<sup>11</sup>. Rompe-se com o distanciamento da hierarquia entre professor e aluno, do veículo de comunicação com o

<sup>10</sup> Trecho traduzido livremente para o português.

<sup>11</sup> Ao falar da comunicação libertadora, que põe ênfase no processo, Mário Kaplún recorre ao legado de Paulo Freire para explicar que a comunicação popular também se dá como processo educativo, em que o indivíduo é tanto sujeito receptor, como emissor, e que comunicação implica formação e não apenas informação; diálogo, e não apenas transmissão; transformação social, e não apenas adoção de condutas.



receptor/ouvinte/telespectador/leitor. É uma educação/comunicação problematizadora, que visa à formação de uma consciência crítica. A finalidade é que o sujeito seja capaz de pensar e mudar sua realidade, a partir da sua prática e ação direta no processo educativo/comunicativo.

Historicamente, grande parte da população vive à margem das oportunidades de desenvolvimento individual, o que revela o enfraquecimento também para o desenvolvimento coletivo. A principal fonte de entretenimento e cultura são os programas veiculados pelos meios de comunicação de massa e, muitas vezes o produto cultural que lhes é destinado não reflete em nada a sua realidade, ou, ainda pior, retrata a população de forma caricata, revelando apenas suas mazelas.

“É por isso que, nos últimos anos, os pesquisadores sociais começaram a pensar que os êxitos e fracassos de nossos povos na luta para se defenderem e para renovarem culturalmente estão estrategicamente ligados às dinâmicas e bloqueios da comunicação” (BARBERO, 2003, p. 63)

Os meios de comunicação comerciais atuam não só reproduzindo ideologia, mas também fazendo e refazendo a cultura das majorias. Neste processo, se comercializam formatos culturais e recriam-se narrativas da memória coletiva a partir do imaginário mercantil (JESÚS-MARTINS BARBERO, 2003).

Essa influência direta da mídia sob a percepção do indivíduo a respeito de si, limita a diversidade e as possibilidades de transformação, e demonstra claramente a necessidade de articular o processo de democratização cultural junto ao de democratização dos meios de comunicação. A anomalia provocada pela homogeneização cultural passa, necessariamente, pela concentração dos meios de comunicação.

A cultura tem natureza comunicativa. Ela vive enquanto se comunica e esse movimento comporta um intercâmbio de símbolos e sentidos. Por isso, não há cultura estática, que não se transforma. A cultura está ligada à capacidade de apropriação que ela mobiliza, ativando a competência cultural das comunidades. Essa dinâmica é assim descrita por Venício Lima:

“Para conquistar uma postura crítica, o homem necessita estar engajado num permanente processo dialético de transformação da realidade por meio da reflexão e da ação, isto é, tem de estar comprometido com uma ação cultural voltada para a liberdade” (LIMA, 1981, p. 119)

Nos meios empresariais de comunicação de massa, os emissores formam uma pequena elite que “transfere” cultura a receptores passivos e descontextualizados. Entretanto, existem outros modelos comunicativos que superam esse patamar limitador dos meios massivos. Na comunicação popular, a figura do comunicador assume um outro papel, que não é mais o de intermediário, ou uma referência na apropriação da cultura. Agora, o comunicador passa a ser mediador, ou seja, aquele que facilita a exposição e ajuda a constituir a identidade coletiva pelos próprios protagonistas do processo – os indivíduos, pois

“comunicar foi e continuará sendo algo muito mais difícil e amplo que informar, pois comunicar é tornar possível que homens reconheçam outros homens em um duplo sentido: reconheçam seu direito a viver e a pensar diferente, e reconheçam a si mesmos nessa diferença, ou seja, que estejam dispostos a lutar a todo momento pela defesa dos direitos dos outros, já que nesses mesmos estão contidos os próprios” (BARBERO, 2003, P. 70)

Outro ponto destacável da comunicação popular é que ela se realiza não no plano teórico, mas justamente no campo prático, por isso a dificuldade, como dissemos, em fornecer um perfil único deste tipo de comunicação. O que se tem, na verdade, são inúmeras iniciativas, umas mais maduras do que outras, mas que somam um movimento semelhante no que diz respeito à ocupação de espaços e a luta pela democracia da comunicação.

### **2.3 – Histórico das rádios livres e populares**

Antes do conceito *Rádio Comunitária*, surgiram as Rádios Livres. Tudo começou na Europa, mais precisamente França e Itália, no final dos anos 60. Minorias discriminadas de refugiados, imigrantes, negros, anarquistas, libertários, homossexuais, entre outros, viabilizaram formas de expressar suas idéias entre si e para outros setores da sociedade. Esses núcleos, batizados por Felix Guatari como “moléculas sociais”, organizaram rádios de baixa frequência (com até 50 watts em FM). Foram os primeiros movimentos de rádio livre de que se tem notícia. Pipocaram a partir de então, centenas de rádios pelo continente, que depois se espalharam mundo afora. Duas dessas rádios

fizeram história: Rádio Alice<sup>12</sup>, de Bolonha, na Itália, e Rádio Tomate<sup>13</sup>, na França. Sobre essa modalidade de rádio, diz Chico Lobo<sup>14</sup>:

“Rádio livre é um tio especial de emissora. Ela não possui permissão do governo para seu funcionamento. Opera com baixa potência, fazendo com que seu alcance fique restrito a apenas um bairro ou região de uma cidade. Geralmente é gerida por grupos definidos por afinidade, não abrem para anunciantes nem vendem espaços na programação. Aliás, nem sempre tem programação definida. Vai ao ar espontaneamente e de acordo com a necessidade e possibilidade do grupo gestor. O que pode se chamar de ‘programação’ de rádio livre varia também nessa mesma proporção.” (In: LUZ, 2007, P. 40).

O que fundamentou a expansão destes núcleos de comunicação popular por meio das rádios livres foi o agenciamento coletivo da gestão e programação dos veículos. Elas se desenvolveram, tanto na Europa como na América Latina, a partir de iniciativas gestadas dentro de movimentos políticos contestatórios, estimulando as pessoas a passar da condição passiva de ouvintes para a de agentes ativos de seus discursos. Assim criaram programação própria, diferente do padrão estético predominante.

Na América Latina, o fenômeno das rádios livres e comunitárias nasce em um contexto de luta de classes. Trata-se de uma afirmação da existência, por parte dos movimentos e comunidades que se apropriam dos meios. Fazendo um breve histórico, em 1947, a Rádio Sutatenza começava um projeto que serviria de modelo a muitos outros no continente. O padre José Joaquín Salcedo iniciou, no povoado de Sutatenza, na Colômbia, um projeto de rádio comunitária. Na perspectiva de fornecer novos motivos de luta, o padre levou seu transmissor de 90 watts e contribuiu para a mobilização de camponeses, a maioria formada por (80%) analfabetos. Assim, respaldada pela Igreja Católica, nascia a primeira rádio comunitária da América, que logo seria imitada em todos os quatro cantos do continente.

---

<sup>12</sup> A Rádio Alice começou a transmitir em 9 de fevereiro de 1976 usando um transmissor originalmente militar, na frequência de 100,6 MHz. A rádio é uma combinação de citações literárias, de música clássica, diálogos sem estrutura, linguagem desenfreada e reportagens dentro de acontecimentos diversos, tais como greves, ocupação de lugares, manifestações e festas. O sentido é o de Alice no país das maravilhas, no qual é cultivado o absurdo. No dia 12 de Março de 1977, em plena fase de expansão das rádios piratas italianas (e no resto da Europa), a polícia invade os estúdios da *Radio Alice*, que emitia para Bolonha, e termina com as emissões. Foi reaberta dois anos mais tarde e continuou seu movimento pela democratização dos meios de comunicação.

<sup>13</sup> A Rádio Tomate criada por um núcleo de intelectuais e juristas logo após a tomada do poder pelos socialistas, na França. A rádio reagrupou elementos das várias rádios livres que existiam desde 1977. O grupo fundador incorporou elementos do movimento autônomo e ocupou ilegalmente um local no centro de Paris. Diferente das rádios oficiais, eram convidados grupos inteiros de teatro para conversar e não apenas o líder. Se interessasse, conversavam duas horas ou mais com os convidados, rompendo com o padrão estético dominante no rádio.

<sup>14</sup> Chico Lobo é radialista e produtor cultural. Já instalou mais de 200 emissoras populares no Brasil, ministrou mais de 80 cursos de rádio e luta pela democratização da comunicação desde 1985.

Os regimes totalitários na América Latina, que se instalaram a partir da década de 60, fortaleceram a postura de resistência e transformação social pelas rádios livres. Só para citar, cumpriram papéis importantes as Rádios Mineiras da Bolívia, emissoras sindicais que informaram o golpe militar do general García Maeza, em 1980, e a rádio Quillabamba no Peru, única que relatava os enfrentamentos entre o Sendero Luminoso e o exército peruano quando ninguém queria falar sobre o assunto.

Atualmente, muitas dessas iniciativas se organizaram em redes de todo tipo e quase todas estão afiliadas a alguma organização coordenadora de projetos comuns como Aler, a Associação Latino-americana de Educação por Rádio, ou Amarc, a Associação Mundial de Rádios Comunitárias. Essas parcerias preservam o espírito emancipatório de educação e mobilização popular pelo rádio em dezenas de comunidades latino-americanas, facilitando o intercâmbio de conteúdo e fortalecendo laços culturais.

No Brasil, o movimento politizado de comunicação popular de rádio se fortaleceu no início dos anos 80, quando universitários de São Paulo organizaram a Rádio Xilik. A partir daí, sindicatos, partidos políticos e outras organizações foram começando a lutar pela democratização da mídia constituindo meios próprios.

Chico Lobo, como militante do movimento de rádios livres no país e responsável pela instalação de mais de 200 emissoras de norte a sul do Brasil, conta que a presença marcante de universitários neste processo foi decisiva para sua difusão abrangente. Segundo Chico, foram desenvolvidos projetos rudimentares e quase artesanais de transmissão, mas que funcionaram.

Além da pioneira Xilik, outras experiências importantes, como a Rádio Reversão, da Vila Ré, em São Paulo, que teve um de seus coordenadores, o jornalista Leo Tomaz, preso e processado. Este episódio é marcante porque foi a primeira emissora a ser absolvida pela em processo judicial, o que serviu de base para a defesa de outros projetos (LUZ, 2007).

Em 1985, foi ao ar a rádio Dengue, também em São Paulo. Foi uma iniciativa do Partido dos Trabalhadores (a primeira de um partido político no Brasil) e funcionava no diretório da sigla, na Barra Funda. O objetivo era discutir questões políticas de esquerda, que sempre estiveram fora da pauta da grande mídia. Há também a Rádio favela de Belo Horizonte, um dos exemplos mais clássicos. Surgiu como Rádio Livre, depois foi legalizada e hoje atua como Rádio Educativa.

Vale a pena citar a Rádio Restinga, de Porto Alegre, que chegou a ser fechada pela Polícia Federal em 2004, o que gerou protestos em várias partes do mundo (PERUZZO, 2006). Como a repressão as Rádios livres são intensas (só no governo Lula estima-se que mais de uma rádio dessas é fechada todos os dias<sup>15</sup>), é difícil precisar o número correto e preciso de emissoras. Isso inclui até as comunitárias, que são previstas em lei, mas por força da burocracia, muitas funcionam ainda sem autorização. Mesmo assim, segundo Cicília Peruzzo, há pelo menos 20 mil experiências de rádios comunitárias e livres no país.

### 2.3.1 – Legislação e perseguição

A Rádio Comunitária no Brasil está submetida à lei 9.612/98. Trata-se, segundo diz o texto legal, de “*um serviço de radiodifusão sonora, com baixa potência e com cobertura restrita, outorgado a associações comunitárias e sem fins lucrativos*”. Ou seja, são estações de rádio que transmitem informações, serviços e promovem a integração nas comunidades. A lei é muito restritiva, pois autoriza uma potência máxima de 25 watts, com alcance em um raio de até 1 km. A emissão de autorizações segue critérios questionados pelo movimento do setor, como a Associação Brasileira de Rádios Comunitárias (Abraço).

Há contradições no processo de legalização e, freqüentemente, o Ministério das Comunicações (MiniCom) tem autorizado o funcionamento de emissoras ligadas a igrejas, a particulares ou a políticos, o que é ilegal, em detrimento de autorização para entidades que comprovam sua função comunitária (Peruzzo, 2006). O fechamento destas Rádios tidas como irregulares é feito pela Polícia Federal. Na maioria dos casos, a busca e apreensão é realizada após denúncia da Associação Brasileira das Empresas de Rádio e TV (Abert), que representa os interesses da grande mídia. Em média, a Abert faz 50 denúncias formais por mês contra Rádios Comunitárias que enfrentam problemas de legalização.

“O que se teme, na realidade, é a percepção, pelos indivíduos, e/ou seus movimentos sociais populares, do universo que se abriu com a disponibilização dessas novas tecnologias da comunicação: 1º: o seu uso coletivo, ainda que de baixíssimo custo; 2º: a articulação – segundo interesses comunitários (portanto,

---

<sup>15</sup> Dados não-oficiais divulgados pela Rede Viva Rio de Radiodifusão Comunitária (Revira), durante manifestação na praia de Copacabana (RJ) em 22/07/2008. De acordo com Tião Santos, coordenador da Revira, desde a aprovação da Lei 9.612/98 (que regulamenta as rádios comunitárias), dos mais de 15 mil pedidos de autorização, somente 3 mil foram liberados pela Anatel. Ainda segundo Tião, desde 1998, cerca de 9 mil rádios sem autorização foram fechadas pela Polícia Federal, sendo que 6 mil durante o governo Lula (de 2003 a 2007), o que representa uma média superior a três emissoras por dia.

coletivos) – da produção, distribuição e recepção de bens culturais; 3º: o fim do monopólio no oferecimento de leituras jornalísticas e culturais ao conjunto da sociedade.” (ROCHA, 2004, p. 226).

Existe uma aliança histórica entre os interesses dos latifundiários da terra e do ar, o que contribuiu para o intenso processo de concentração fundiária e midiática no país, como aponta Dioclécio Luz:

“Um dos motivos do golpe (militar, em 1964) foi a mobilização do campo pela reforma agrária. Ela atingia o cerne da elite nacional, centrada na propriedade da terra. A outra questão foi a da comunicação. A rede Globo estava surgindo. E, junto com ela, a tencologia, e a possibilidade de ampliação de seu poderio. Aliar-se aos golpistas era um bom negócio. E foi. A Globo tornou-se poderosa graças a esses amigos fardados ocasionais.”(LUZ, 2007, 172).

O latifúndio da comunicação encontrou no Estado, tanto militar quanto, posteriormente, no governo civil, uma parceria decisiva. Na época, alertou-se para o surgimento das chamadas rádios “piratas”, que estariam contestando o regime. Por isso, em 1967, o general Castelo Branco assinou o decreto 236, modificando o Código Brasileiro de Telecomunicações (lei 4.117/62), determinando a prisão para quem operasse emissora sem autorização federal, ou seja, em pleno governo militar, só poderiam operar as emissoras devidamente autorizadas pelo regime.

## **2.4 – Mídia e Democracia: alguns apontamentos**

Considerando que a democracia pressupõe equilíbrio de forças em uma sociedade, para que se alcance o patamar democrático, o exercício do poder de comunicar também deve ser garantido. A mídia comercial, incluindo aqui a indústria da cultura – emissoras de rádio, televisão, jornais, revistas, cinema, internet, etc. – constitui o aparato tecnológico que possibilita a circulação de informações para as pessoas, organizadas unidirecionalmente, com produção centralizada, integrada, com conteúdos padronizados.

O papel que essa mídia empresarial ocupa na sociedade é central. Sua estrutura permeia diferentes esferas da atividade humana. De acordo com Venício Lima,

“(…) o papel mais importante que a mídia desempenha decorre do poder de longo prazo que ela tem na construção da realidade através da representação que faz dos diferentes aspectos da vida humana – das etnias (branco/negro), dos gêneros (masculino/feminino), das gerações (novo/velho), da estética (feio/bonito) etc. – e,

em particular, da política e dos políticos. É através da mídia que a política e construída simbolicamente, adquire um significado.” (LIMA, 2006, p. 55)

Somente a mídia tem o poder de definir o que é público ou não no mundo contemporâneo. Assim, os atores políticos procuram disputar espaços na mídia, para que sejam incluídos no que ela (mídia) consideram como “evento público”. A imprensa, ela própria, também é um agente político. As empresas de radiodifusão, “com sua capacidade de distribuir capital simbólico”, interferem diretamente no processo político, ao abordarem de uma maneira ou outra um determinado evento de interesse público.

Os estudos de Venício Artur de Lima revelam que o Brasil optou, ainda na década de 1930, por um modelo de radiodifusão voltado, prioritariamente, para a exploração privada, por meio das concessões públicas, mas, segundo Guareschi,

“o produto da comunicação é, inquestionavelmente, um serviço público, com garantias e privilégios específicos, previstos em vários artigos da Carta Magna, o que pressupõe uma atenção especial a compromissos com a ética e grande responsabilidade social. É a sua característica de serviço público que irá decidir sobre como deve ser uma atividade comunicativa e não as empresas, ou os profissionais que apenas executam tarefas subordinadas a essas empresas.” (GUARESCHI e BIZ, 2005, p. 116)

O setor tem tido, historicamente, uma regulação que incentiva, sem maiores restrições, o desenvolvimento de emissoras comerciais, ligadas aos interesses de mercado. O marco regulatório permanece o mesmo desde a distante década de 60, portanto, totalmente desatualizado e desalinhado das atuais demandas tecnológicas.

Ao mesmo tempo em que existem leis, ainda que ultrapassadas, que proíbem a formação de monopólios ou oligopólios de mídia, não há regulamentação que, posta em prática, possa diminuir a discrepância na concentração dos meios de comunicação. Uma das características identificadoras da radiodifusão brasileira é a possibilidade que um mesmo grupo empresarial controle jornais, revistas, emissoras de rádio e TV em um mesmo mercado (Lima, 2006). Foi dessa maneira que se formaram os maiores grupos de mídias nacionais e regionais, resultando em um sistema altamente concentrado por um pequeno grupo de empresas.

A ausência de normas que impeçam, efetivamente, o processo, ainda em curso, de oligopolização da mídia brasileira, aliada a vinculação dos grupos de mídia com lideranças políticas regionais são alguns dos problemas que impedem o exercício pleno da democracia no país. E esse sonho não virá sem diversidade e pluralidade de informações.

#### 2.4.1 – Padrões de manipulação da grande mídia

Os meios de comunicação de massa, segundo Kaplún, programam de antemão seus conteúdos e estabelecem com seu espectador uma relação de transmissão de informação. Há sim, no caso, um “*feedback*”, o que não implica um diálogo participativo entre o emissor (grande mídia) e o receptor (espectador) na relação comunicativa. A seleção dos fatos que são veiculados na imprensa condiciona o receptor a uma conduta diretamente ligada ao que é apresentado.

De acordo com os padrões de manipulação apresentados pelo professor Perseu Abramo, os meios de massa recortam a realidade e elaboram uma outra, que apenas reflete uma parcela do real. O primeiro padrão que ele mostra é o da ocultação. O silêncio da grande imprensa sobre determinados fatos torna impossível o acesso do receptor a essa informação, que por mais importante que seja, não fará parte da vida deste receptor. A fragmentação dos fatos é outro padrão que confere a comunicação de massa um caráter ficcional.

“O todo real é estilhaçado, despedaçado, fragmentado em milhões de minúsculos fatos particularizados, na maior parte dos casos desconectados entre si, despojados de seus vínculos com o geral, desligados de seus antecedentes e de seus conseqüentes no processo em que ocorrem, ou reconectados e revinculados de forma arbitrária e que não corresponde aos vínculos reais, mas a outros ficcionais, e artificialmente inventados.” (ABRAMO, 2003, p. 27)

Há ainda dois importantes padrões de manipulação na mídia tradicional, reflexos da fragmentação e da ocultação. É o fator de inversão, que reposiciona as partes do fato em ordens que privilegiam a importância de uma em detrimento de outra, criando, assim, uma abordagem totalmente artificial do real.

No caso do padrão de indução, a combinação dos anteriores induz o receptor a visualizar a existência de um mundo fictício, que investido como sendo realidade, acaba por incorporar conceitos e modelos de referência que não correspondem à realidade concreta, deformando a visão de mundo do receptor.

Os padrões de manipulação revelam que o modelo empresarial de mídia brasileiro é uma coluna de sustentação de poder e que não basta que se dispute espaço em seu interior, mas que haja alternativas que rompam com esse modelo, que é totalmente voltado para os interesses de mercado, em primeiro lugar, e, para se legitima simbolicamente,



produz consensos, distorce fatos, mistifica, enfim, cria “realidades” parciais que em nada contribuem para a emancipação político-intelectual do cidadão.

Entendendo as dificuldades de disputar espaço neste modelo concentrado de comunicação de massa, o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST) tem desenvolvido formas alternativas de comunicação. O objetivo é inserir a luta do movimento em uma esfera de visibilidade regular, ao mesmo tempo em que a constituição de meios próprios fortalece a unidade popular e contribui na mobilização, além de ser um instrumento de educação e formação dos militantes.

### 3 – Estratégias de Comunicação do MST

*“Para estudar o passado de um povo, de uma instituição, de uma classe, não basta aceitar ao pé da letra tudo quanto nos deixou a simples tradição escrita. É preciso fazer falar a multidão imensa dos figurantes mudos que enchem o panorama da história e são muitas vezes mais interessantes e mais importantes que os outros os que apenas escrevem a história.”*

(Sérgio Buarque de Holanda)

Como afirma um dos coordenadores nacionais do MST, João Pedro Stédile<sup>16</sup>, *“a classe trabalhadora e todas as suas formas de organização devem construir seus próprios meios de comunicação de massa”*. Continua Stédile:

*“Não podemos depender da chamada ‘grande mídia’, ela é a voz da classe dominante para formar a sua opinião entre o povo. Lamentavelmente, a esquerda brasileira ainda não entendeu isso e muitas forças ainda se iludem em ficar ocupando pequenos espaços na grande imprensa. Temos de fazer muito mais esforço para termos nossas rádios, nossos jornais, nossos boletins, ocupar espaço na internet e termos nossos programas de televisão. E, para tudo isso, é preciso ter diretriz política, construir esses meios e priorizá-los”*.

É com a preocupação de difundir suas informações, notícias e visão de mundo que o movimento luta para constituir canais próprios de comunicação com os diversos setores sociais. Internet, jornais, revistas e rádios são os instrumentos diversificados que o MST trabalha para alcançar autonomia comunicativa e ao só combater os ataques sofridos pelos principais meios de comunicação do Brasil, mas principalmente envolver os militantes no processo de gestão e produção de programas dos veículos, como mecanismo de mobilização social e educação. Neste capítulo, procuramos traçar um panorama do movimento no setor de comunicação. Identificamos linhas políticas de atuação, principais meios e as expectativas com a difusão dos próprios conteúdos.

---

<sup>16</sup> O depoimento de João Pedro Stédile foi colhido da entrevista que o coordenador nacional do MST concedeu em 23/04/2008 a Marcela Rocha, para o portal eletrônico do *Le Monde Diplomatique Brasil*. Disponível em [http://diplo.uol.com.br/2008-04,a2302?var\\_recherche=st%C3%A9dile](http://diplo.uol.com.br/2008-04,a2302?var_recherche=st%C3%A9dile) (acessado em 16/11/2008).

### 3.1 – Uma breve história do MST

Em janeiro de 1984, o MST realizou seu primeiro encontro em Cascavel, no Paraná, e apostou na ocupação de terras como ferramenta legítima dos trabalhadores rurais. A partir daí, foi conformada a organização de um movimento, articulado em vários estados, para promover ações visando à mudança do modelo agrícola brasileiro e para mobilizar as massas em favor da reforma agrária.

Para contextualizar o MST é imprescindível fazer uma recuperação histórica de toda a questão agrária do país, em que a concentração de terras é a pedra fundamental na trajetória de lutas populares. Ainda no período colonial, as terras brasileiras da então província foram divididas para menos de uma dezena de proprietários, caracterizando as Capitanias Hereditárias (século XVI). A isso se sucederam diversas formas de resistência à perversa concentração fundiária, como o levante nos quilombos, a Guerra de Canudos (1896-97), as Ligas Camponesas (1954), as lutas de Trombas e Formoso (anos 50), a Guerrilha do Araguaia (anos 70), entre muitas outras.

Nos anos 60, a mobilização popular pelas reformas anunciadas pelo presidente João Goulart foi intensa e começou-se a abrir perspectivas para a realização efetiva da reforma agrária. O clima de efervescência foi contido após o golpe de 1964, que instituiu o regime militar no Brasil. No mesmo ano, foi aprovado o Estatuto da Terra, considerado até progressista, pois prevê a “desapropriação do latifúndio”.

Só que esse dispositivo legal foi elaborado de forma tal que engessava sua aplicabilidade. Assim, com uma legislação insuficiente e uma total repressão militar, as lutas camponesas silenciaram, prevalecendo um modelo agrário centrado nas grandes propriedades. Até o fim dos anos 70, o país mergulhou em um modelo desenvolvimentista que provocou inchaço das cidades, como afirma João Pedro Stédile:

“Para os pobres do campo, camponeses que antes sonhavam com a reforma agrária e um pedaço de terra, os governos militares apresentaram apenas duas saídas sociais: a migração para as cidades, para servir de mão-de-obra barata às indústrias, ou para regiões ainda mais longínquas do norte do país (...), uma lógica de ocupação de todo o território nacional menos habitado, para garantir o país contra ‘possíveis ameaças externas’, como diziam os militares na época”. (STÉDILE, 1997, P. 16)

Apesar da repressão do Estado, os camponeses continuaram a se organizar para lutar pela reforma agrária. Não havia um movimento organizado, mas ocupações foram

feitas. A maior contribuição foi da ala progressista da Igreja Católica, que, em 1975, fez surgir a Comissão Pastoral da Terra (CPT). Já nesta época, o país experimenta uma fase mais amena do regime militar, que foi resultar em lutas políticas no final da década, tanto no campo como na cidade, em uma conjuntura de abertura política.

“Com o término dos regimes militares na metade dos anos 80, o país ingressou também em uma nova etapa quanto à questão agrária. Ressurgiram os movimentos sociais dos camponeses, assim como o debate político e intelectual sobre o tema” (Idem, p. 18).

Em 1985, foi realizado o primeiro Congresso Nacional do MST, em Curitiba (PR), ocasião em que a sigla do movimento também foi concebida. Sob o lema “Ocupação é a única solução”, centenas de trabalhadores decidiram usar a denominação sem-terra, que já havia sido popularizada pela mídia na época.

“A expressão ‘*sem terra*’, cunhada pela imprensa e apropriada pelo movimento, refere-se ao lugar do qual o integrante do MST está excluído. A identidade da organização é a princípio constituída, então, a partir de ausências: a falta da terra, a exclusão e, por fim, a *utopia* (...)” (FONSECA, 2006, p. 11).

De lá pra cá, em 24 anos, o MST enfrentou a conjuntura política de seis governos nacionais. Entre os momentos mais significativos estão: a ocupação do Pontal do Paranapanema, o massacre de Corumbiara (1995), o de Eldorado dos Carajás (1996), além da primeira grande marcha até Brasília (1997). Todos esses eventos receberam atenção da mídia e “apresentaram” o MST para um público mais abrangente. A novela *Rei do Gado* (1997), da Rede Globo, de alguma forma também mostrou um discurso sobre o movimento para o grande público. A reforma agrária, no entanto, pouco avançou, mas o movimento continua a organizar os trabalhadores no campo, na perspectiva de construir um projeto social para o Brasil, para além da simples redistribuição de terras.

### 3.1.1 – Assentamentos e formas de organização no campo: da coletividade na produção à mística camponesa

Desde o final da década de 1980, a direção do MST percebeu que a luta pela terra se desdobra necessariamente na luta pela viabilização econômica dos assentamentos. Acredita-se que as dificuldades do assentado são resultados da pouca capitalização de sua atividade na terra: não há suficiente acesso às tecnologias, aos insumos e às máquinas que permitem aumentar a produtividade, e com ela os rendimentos do trabalho. Esses problemas impõem uma série de limitações para que o camponês possa se inserir no mercado.

“É possível identificar no interior da estrutura do Movimento diferentes projetos para a terra, que se manifestam através das diferentes formas de apropriação e gestão dos assentamentos conquistados. A direção do movimento tem se preocupado muito com a viabilização econômica dos assentamentos conquistados e avalia que o modelo agrícola brasileiro é altamente concentrador e direcionado para a produção de cereais em escala para a exportação. Isso dificulta a sobrevivência de pequenos agricultores, que sem apoio do governo, produzem basicamente alimentos para o mercado interno, o que não é muito rentável”<sup>17</sup>

Em relação a esses problemas apontados, a direção do MST encontrou duas soluções. A primeira consistia em inserir na luta pela terra a reivindicação de políticas públicas de créditos para os pequenos agricultores. A outra solução foi o desenvolvimento de formas de cooperação, permitindo aos agricultores assentados superar em conjunto as dificuldades que enfrentam atuando de forma isolada.

Nesse sentido, a formação de cooperativas foi uma saída inteligente para formar (os produtores) e adquirir equipamentos, além de reunir forças entre os assentados para pleitearem tecnologia e preços de produtos mais favoráveis. Santa Catarina é um dos estados onde a organização nos assentamentos teve excelentes resultados. Lá, por exemplo, são 12 cooperativas, que desenvolvem um trabalho priorizando relações de solidariedade e fundamentado no trabalho coletivo pelos camponeses.

---

<sup>17</sup> Trecho extraído do artigo *Cooperação e cooperativismo no Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra*, de José Geraldo Poker. In: [www.comciencia.br/reportagens/agraria/agr14.shtml](http://www.comciencia.br/reportagens/agraria/agr14.shtml). Acessado em 7/11/2008.

Para o MST, o assentamento não pode ser concebido apenas como espaço exclusivo para a produção.

(...) “precisamos avançar no entendimento de que os assentamentos não são apenas uma unidade de produção. Mas, acima de tudo, são um núcleo social aonde as pessoas convivem e desenvolvem um conjunto de atividades comunitárias na esfera da cultura, lazer, educação, religião, que precisamos estar atentos para que os assentamentos cumpram sua missão histórica para semear as mudanças no meio rural”.<sup>18</sup>

Por esse conceito, o movimento entende que o assentamento é um processo histórico em construção, imerso em transformações que vão tecendo as relações sociais, culturais e econômicas. Trata-se, portanto, de um espaço de afirmação da identidade camponesa. No assentamento, a bandeira do MST ocupa lugar de destaque, o nome das escolas e do próprio assentamento remonta a história de luta e de conquista da terra. São simbologias que, além de afirmarem uma identidade, provocam o sentimento de pertencimento ao espaço. As marcas procuram superar os momentos de tristeza e sofrimento até o acesso a terra. A dor, no assentamento, deve dar lugar ao orgulho. Por isso o espaço é preenchido com símbolos ou, como se diz dentro do movimento, a mística. Sobre esse conceito, Leonardo Boff fez a seguinte análise:

“(...) mística, então é, o conjunto de convicções profundas, as visões grandiosas e as paixões fortes que mobilizam as pessoas e movimentos na vontade de mudanças, ou que inspiram práticas capazes de afrontar quaisquer dificuldades, ou sustentam a esperança em face dos fracassos históricos. Na mística político-social age sempre a utopia, aquela capacidade de projetar, a partir das potencialidades do real, novos sonhos, modelos alternativos e projetos diferentes de história. Geralmente são os grupos oprimidos os portadores de novas visões, aqueles que embora derrotados, nunca desistem, resistem firmemente e sempre de novo retomam a luta. O que os movem são sonhos de uma realidade nova. Por isso desfatalizam a história, não reconhecem como ditado da história a situação injusta imposta e mantida pelas forças opressoras” (BOFF, 1993, p. 154)

Cada assentamento organiza seus momentos de lazer, religiosidade, encontro das famílias, trocas de produtos e outras situações que marcam a coletividade. Dessa forma, o território é “apropriado” definitivamente pelo camponês e se torna o seu espaço de ação direta na construção da história.

---

<sup>18</sup> Caderno de Cooperação Agrícola, 1998. In: **BELEDELLI, Senira; MEDEIROS, Rosa Maria Vieira.** *Assentamento, sua cultura, identidade e organização.* Anais do X Encontro de Geógrafos da América Latina – 20 a 26 de março de 2005 – Universidade de São Paulo (USP). Disponível em [http://mazinger.sisib.uchile.cl/repositorio/pa/arquitectura\\_y\\_urbanismo/h20054111151culturacampesina.pdf](http://mazinger.sisib.uchile.cl/repositorio/pa/arquitectura_y_urbanismo/h20054111151culturacampesina.pdf) (acessado em 16/11/2008).

### 3.2 – A comunicação para o movimento – visão e princípios

Em 2004, após um Encontro Nacional, o MST lançou um material contendo as linhas políticas e os princípios ideológicos para o Setor de Comunicação<sup>19</sup>. Os responsáveis pelo Setor em todo o país receberam documentos que faziam balanço e orientavam o tipo de comunicação, agitação e propaganda que deveria ser seguido pelo movimento.

Foi analisado também o contexto em que se insere a imprensa brasileira e os desafios para preparar comunicadores, preparar canais de comunicação, promover a conscientização popular, se relacionar com a mídia, enfim, tudo aquilo que o movimento pretende com a comunicação, em suas diversas possibilidades. São princípios ideológicos que norteiam a comunicação do MST:

- Resgatar a história dos antepassados em todos os sentidos, reafirmando experiências e extraíndo lições que possam contribuir para a preparação do futuro.
- Estabelecer referências para a criação de uma nova cultura, no sentido de valorizar e desenvolver todos os aspectos que compõem a vida humana, de melhorar e ampliar as formas de convivência, de propiciar que o camponês se enxergue enquanto sujeito da história.
- Contribuir para o despertar do novo camponês que esteja “atualizado” no tempo e localizado no espaço, atacando os vícios que escondem e impedem o avanço das relações na vida familiar e social.
- Incentivar a prática de valores que ajudem a melhorar a vida da sociedade urbana e rural.
- Alimentar a mística em torno do gosto e da razão de fazer as coisas com perfeição, como obra individual e social, que elevará sempre mais a dignidade humana.
- Elevar a qualidade da consciência nos seus diferentes aspectos, no sentido de compreensão da realidade local e mundial.
- Estabelecer perspectivas para o futuro nas suas mais diferentes dimensões.

---

<sup>19</sup> Documentos Básicos da Atuação do Setor de Comunicação – MST (2004).

- Manter a unidade política e ideológica em torno de programas, planos, símbolos, idéias, estratégias, táticas etc.
- Desenvolver a visão nacional e internacional da luta de classes, e despertar o espírito de indignação e de solidariedade.
- Estimular as formas de organização de nossa base social.
- Estar a serviço da construção do Projeto Popular para o Brasil.
- Na forma de comunicação com a base e com a sociedade, desmistificar a visão de que o MST é “violento”.
- Manter uma unidade no comportamento em relação à postura ética dos dirigentes (porta-vozes do MST).
- Combater fortemente os valores burgueses e jamais repetir em nossos meios de comunicação os conteúdos e os valores burgueses.
- Democratizar de maneira mais ampla possível as informações dentro do MST.
- Criar oportunidades para que o maior número possível de militantes se envolvam, planejem e participem de tarefas relacionadas com a comunicação, formando os comunicadores populares e os militantes comunicadores.

Percebe-se, na maioria dos itens, uma preocupação em posicionar as estratégias de comunicação na organicidade do movimento, ou seja, como parte integrante da luta social proposta. Isso implica dizer que a comunicação cumpre um papel de luta e conscientização de seus militantes no ideal traçado pelo MST.

Além disso, um dos princípios, que visa o combate “aos valores e conteúdos burgueses” (alínea n), está claramente associado ao tipo de relação que o movimento tem com a grande mídia, já que os valores aos quais se refere o documento são reproduzidos em escala nacional por um tipo de modelo de imprensa, marcado pela concentração dos serviços informação e entretenimento. “*A mídia brasileira é fortemente controlada por alguns poucos grupos familiares*” (GUARESCHI, 2005, p. 48).

Como afirma o próprio documento básico para o setor de comunicação, “não se deve ter ilusões”. Como os meios de comunicação estão nas mãos de uma elite econômica, detentora do poder, o discurso veiculado por esses meios tende a contemplar os interesses de seus representantes e aliados. De acordo com trechos do documento do MST,



“A primeira tática das elites com os movimentos populares é ignorar estes movimentos. Hoje, na sociedade, se tem a visão de que o que não sai na imprensa não aconteceu ou não é verdade. Assim, os meios de comunicação irão omitir informações, não mencionam nada do que o MST faz ou outras informações como, por exemplo, a como a violência sofrida pelos sem terras e os resultados da nossa luta” (Documentos... 2004).

É clara a percepção, pelo MST, de que a comunicação enseja um espaço de disputas e de discursos ideológicos. Por isso, o movimento estabelece políticas de relacionamento com a imprensa de massa. Esses procedimentos incluem cuidados com informações repassadas pela assessoria do movimento a imprensa, bem como ações para evitar personalismos, e também impedir que o movimento seja associado a situações que se distanciem da luta pela reforma agrária. Seus dirigentes raramente concedem entrevistas fora de uma temática central e sequer participam de programas com caráter de entretenimento.

Por outro lado, o pouco espaço que às vezes é disponibilizado na grande imprensa para o MST é sempre aproveitado para divulgar as ações de luta do movimento. Com isso, ainda que em raras oportunidades, o tema da reforma agrária é sempre tocado pelo MST em suas “aparições” públicas na mídia tradicional.

Dentre as várias recomendações recebidas pelo Setor de Comunicação por meio do documento de janeiro de 2004, pode-se destacar o apelo pela preparação do maior número possível de dirigentes para atender a imprensa, como forma de fortalecer a coletividade do movimento.

No caso da assessoria de imprensa, o monitoramento da cobertura jornalística convencional é ininterrupto, assim como o mapeamento de veículos e de profissionais, para saber o grau de confiabilidade de um e outro veículo quanto à sua postura ideológica frente ao movimento. Sobre isso, há a seguinte advertência:

“Recomenda-se que a assessoria de imprensa leia sempre os editoriais dos grandes jornais locais. É nos editoriais, que a maioria dos leitores não lê, que está a linha política ideológica, que o dono do jornal repassa para os formadores de opinião e para os seus quadros da burguesia. Por isso, é ali que vemos, o que eles mesmos estão pensando. E como depois os editores vão orientar os repórteres para fazer as matérias”.

Tudo isso acaba se transformando em um termômetro, que mede os impactos da cobertura sobre o MST. Essas estratégias de agendamento da mídia comercial é apenas uma das diversas atividades do setor de comunicação. Claro que a assessoria de imprensa

exerce um papel fundamental, pois ajuda a minimizar alguns impactos negativos da cobertura sobre o movimento, além de conter e combater algumas distorções também comumente publicadas. Antes mesmo de constituir a assessoria, o movimento já havia sentido a necessidade de se empoderar de instrumentos próprios de comunicação. O pioneirismo desse processo coube ao Jornal Sem Terra, que foi um elemento central para a organização e unidade do movimento ainda em seu período gestatório.

### **3.3 – Jornal Sem Terra: o primeiro passo para a mobilização popular por meio da comunicação**

Desde o começo de sua história, a estrutura de comunicação desempenhou um papel importante na articulação do MST. O *Jornal do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra* foi criado no acampamento Encruzilhada do Natalino, no Rio Grande de Sul, em 1981, anos antes da fundação oficial do MST. Em 1985, quando aconteceu o primeiro Congresso Nacional, o jornal já estava em seu terceiro ano e na 42ª edição.

A proposta era informar sobre a realidade das famílias acampadas e conquistar solidariedade à luta pela Reforma Agrária. Com isso, o boletim passou a ser um elemento aglutinador do acampamento. Ao mesmo tempo, servia como instrumento para informar os grupos de apoio fora do acampamento e do Estado. No auge da mobilização dos sem terra em Ronda Alta, o boletim era semanal. Depois passou a ser quinzenal, com tiragem que oscilou de 1.500 a 3.000 exemplares. Em novembro de 1983, na histórica edição nº 33, o *JST* circulou pela primeira vez com 16 páginas. Um ano depois, com tiragem ultrapassando os 10 mil exemplares, a circulação passou a ser nacional.

Em 1986, o jornal recebeu o prêmio Wladimir Herzog de jornalismo, devido às contribuições na luta pelos direitos humanos e pela democratização dos meios de comunicação. É a voz do MST na luta pela reforma agrária e para a divulgação das principais idéias. O jornal cumpre funções específicas para o movimento, tornando-se um instrumento de difusão e troca de informações entre os militantes. Além disso, o periódico procura transmitir dados que ajudem na organização e mobilização de ações, já que atualiza informações sobre ocupações, manifestações e atos políticos. O *JST* também alimenta a mística do movimento, ao colocar o trabalhador rural como agente histórico.

Atualmente, o Jornal Sem Terra possui 20 páginas e recebe contribuições dos setores de comunicação de todos os 23 estados onde o MST está organizado, bem como textos de intelectuais que apóiam a luta pela reforma agrária. A tiragem é de 25 mil exemplares a cada edição mensal, e busca atrair não somente o público formado pelos militantes, como outros parceiros de entidades amigas do movimento, como igreja, sindicatos, universidades partidos políticos, etc.

### **3.4 – Outros canais de comunicação do MST com a sociedade**

O vanguardismo do Jornal Sem Terra abriu caminho para que o MST organizasse outros canais de comunicação com parceiros e a sociedade civil. De 24 anos pra cá, o surgimento de novos veículos tem acompanhado também as possibilidades abertas pelas novas tecnologias. Assim, o movimento desenvolve, atualmente, os seguintes meios:

*Página (portal) da Internet* - média de 4500 acessos mensais. No site do MST, é possível encontrar textos do cotidiano de luta do movimento, bem como notícias e informes de ações e eventos que reúnem outros movimentos sociais de todo o mundo. Há também uma convergência: é possível acessar todo o conteúdo do Jornal Sem Terra e da Revista Sem Terra, cadastrar-se no MST Informa (para receber notícias) e baixar arquivos de áudio do Vozes da Terra, além de entrevistas e textos publicados. Outras ferramentas disponíveis possibilitam o acesso a dados do movimento (número de acampamentos, assentamentos e dados econômicos e sociais relativos à questão agrária), poesias e poemas, sugestão de livros, textos e documentos. O internauta pode ainda ouvir músicas que integram discos e obras lançadas com o tema da reforma agrária. Também é possível registrar comentários a comprar brindes, objetos e camisetas na loja da reforma agrária.

*Revista Sem Terra* – Com tiragem de 10 mil exemplares, a revista é bimestral. Seu conteúdo procura aprofundar as questões agrárias e analisar a conjuntura política, econômica e social do País. A revista costuma trazer reflexões de grandes pensadores e estudiosos em temas candentes também fora do país, especialmente os latino-americanos. Possui seções de cultura, humor, charges e resenhas. A publicação é voltada para o meio acadêmico e intelectuais.

Vozes da Terra – O Vozes da Terra surgiu em julho de 2000 com a missão de apresentar a visão de mundo do Movimento Sem Terra e tratar de temas relacionados à luta pela terra por meio do rádio. Parcerias com a Universidade Católica de Santos (Unisantos) e com o Departamento de Jornalismo da Faculdade da Comunicação e Filosofia da Pontifícia Universidade Católica (PUC-SP), junto com a participação de estudantes universitários, possibilitaram a produção de 20 CDs e, no total, cerca de 80 programas (disponíveis na internet, no portal do movimento). Em julho de 2005, começaram a ser produzidos programas semanais, de três minutos em média, distribuídos pela internet.

Rádios - Desafiando a legislação que limita a ação das rádios comunitárias, famílias assentadas organizam seus próprios meios de comunicação, tanto entre si como com a sociedade, por meio das Rádios do Movimento Sem Terra. Como atuam à margem da legislação, há um movimento intenso de abre-e-fecha dessas rádios e o próprio movimento não tem um controle preciso sobre a quantidade e em que condições estão essas rádios. As rádios comunitárias presentes nos assentamento do MST são os meios mais vinculados à realidade camponesa, e também os mais abrangentes.

As emissoras atuam diretamente na mobilização camponesa nos assentamentos, cumprindo papel na educação dos assentados, na difusão da cultura e no embates políticos locais. No Documento Básico do movimento para o setor de comunicação, há uma definição clara do significado das rádios para o movimento:

“Para a nossa realidade, são o que possuímos de melhor no aspecto de alcance. Pela rádio, podemos explicar todos os problemas dos trabalhadores rurais e urbanos, incentivar a organização local, propagar notícias sobre as lutas desencadeadas na região, a repressão, denúncias. Sabemos que para nosso povo é mais fácil ouvir uma rádio do que ler um livro, por isso é um meio de comunicação com potencial para orientar a militância e nossa base”<sup>20</sup>

Atualmente, o MST possui rádio em assentamentos no Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Pernambuco, Sergipe, Ceará e Pará.

---

<sup>20</sup> Documentos Básicos da Atuação do Setor de Comunicação – MST (2004).

MST Informa – boletim semanal, conjuntural, distribuído a amigos e interessados que se cadastram por meio do site.

Há ainda o jornal semanário *Brasil de Fato*, que não é uma publicação do MST, mas o movimento é uma das entidades que colabora com o veículo, que se propõe a discutir temáticas ignoradas pela mídia convencional, abordando assuntos como a própria reforma agrária, os meios de comunicação, política, economia, etc., tudo em uma perspectiva de reflexão crítica de esquerda. A publicação foi lançada em 2002, no Fórum Social Mundial, em Porto Alegre (RS), envolvendo um leque de organizações que varia da Central Única dos Trabalhadores (CUT), às comunidades eclesiais de base (CEBs) da Igreja Católica. Indiretamente, o MST também atua em outros canais. Artigos e publicações de seus dirigentes sempre estão disponíveis em livrarias, bibliotecas e até outras revistas. Destaque para João Pedro Stédile, um dos dirigentes nacionais, que, além de diversos livros, escreve para a revista *Caros Amigos*.

Em nível nacional, o setor de comunicação está organizado por frentes: frente de mídia do MST (veículos impressos e eletrônicos e assessoria de imprensa), frente de rádio, frente de audiovisual, frente de agitação e propaganda e frente digital.

## **4 – Ocupando o latifúndio do ar: rádio Terra Livre e a participação popular na comunicação**

### *Estudo de caso de uma Rádio Livre do MST*

*“Já não nos basta chegarmos a terra, nossa luta é por algo muito maior, e se queremos uma transformação social, é preciso que nos apropriemos também dos meios de comunicação, dos meios formadores de opinião, pois os existentes estão a serviço da elite e nós precisamos de algo que respeite e que seja feito por nós camponeses, resgatando nossa cultura e a nossa luta.”*

(Thaís Paz – Assentamento 25 de Maio – SC)

Para inaugurar o serviço de radiodifusão no Brasil, o presidente Epitácio Pessoa, em 1922, discursou para 70 membros da elite econômica e social do Rio de Janeiro durante a inauguração da primeira emissora do país, a Rádio Sociedade do Rio.

O rádio surgia como meio de comunicação para a elite, pois os aparelhos receptores eram caros, e tinham que ser trazidos do exterior. Como a programação era voltada à educação e a ciência, criou-se o estigma de que era um veículo para intelectuais e não para a classe operária da época.

A programação incluía óperas, poesias, concertos, palestras e temas educativos. Apesar disso, o empresário Roquette Pinto, um dos pioneiros da radiodifusão nacional, tinha a convicção que em um futuro próximo o rádio se transformaria em um importante meio de comunicação da grande massa. E se tornou. Sabemos, no entanto, que boa parte desses veículos continua concentrada nas mãos de poucos, o que dificulta a concretização real do sonho de Roquette, que é ter o rádio como meio de entretenimento, difusão de idéias, conhecimento e, acima de tudo, que seja capaz de irradiar as aspirações populares.

Por isso, o rádio, ainda que tenha seguido uma trajetória de concentração, foi e continua sendo um dos instrumentos mais importantes na luta pela democratização dos meios de comunicação no país e no mundo. Os movimentos populares descobriram seu poder mobilizador e desafiam normas antidemocráticas para manter canais de diálogo com a sociedade. Na rádio Terra Livre FM, no assentamento 25 de Maio, em Santa Catarina, não é diferente. Jovens se apropriam da técnica e numa gestão coletiva, possibilitam a participação de milhares de famílias no processo de comunicação social.

Essa experiência nos chamou a atenção e decidimos entender melhor em que circunstâncias e de que maneira o projeto da emissora é desenvolvido e como isso contribui para a educação, mobilização, construção da cidadania e ação política dos assentados na região. A comunicação popular, como foi analisado nos capítulos anteriores, não possui uma cara única. Ela se desenha no seio do próprio movimento ao qual está vinculada. No entanto, essa modalidade de comunicação só pode ser implementada, se houver efetivamente o envolvimento comunitário no processo de gestão e produção de conteúdo. Além disso, também não é possível pensar a comunicação popular descolada do ideal de transformação social. A seguir, uma abordagem descritiva da estrutura e organização desta emissora, que é uma conquista do MST e uma ferramenta de luta camponesa.

#### **4.1 – Rádio Terra Livre e Assentamento 25 de Maio: história de resistência**

Ao cruzar a ponte sobre o rio Chapecó, região nordeste de Abelardo Luz (SC), um grande monumento do MST surge na margem direita da estrada de terra. É um muro erguido e pintado pelos camponeses, simbolizando uma trajetória de luta e conquistas históricas para o movimento. No dia 25 de maio de 1985, milhares de trabalhadores rurais ocuparam as fazendas da região e deram origem a um dos primeiros assentamentos do MST no país.

Em Santa Catarina, a cidade de Abelardo Luz concentra, atualmente, o maior conglomerado de assentados do estado. São 1.500 famílias, em mais de vinte áreas. A pioneira entre elas foi batizada de 25 de maio, para eternizar a luta que homens, mulheres e crianças travaram pelo acesso a terra. Este assentamento, onde hoje vivem cerca de 60 famílias, é um dos pólos da região. Lá, são duas escolas (ensinos fundamental e médio), posto de saúde, ginásio de esportes, Apae, mercado, armazém, centro comunitário e igrejas (católica e evangélica). Há toda uma infra-estrutura que confere ao assentamento uma posição privilegiada em relação às áreas da reforma agrária em todo o Brasil.

No assentamento 25 de maio, está localizada também uma das filiais da Cooperativa do Oeste Catarinense (Cooperoeste), uma das maiores produtoras de leite e de produtos oriundos de áreas de assentamentos, e que administra o mercado local com a venda dos próprios produtos e de outros itens que se costuma encontrar em qualquer estabelecimento na cidade. Aliás, o estado de Santa Catarina é referência na articulação de

camponeses para consolidar cooperativas e impulsionar a produção. Outras duas entidades, a Coopertrasc (Cooperativa dos Trabalhadores da Reforma Agrária de SC) e a Coopeal (Cooperativa dos Trabalhadores Rurais da região de Abelardo Luz) contribuem para que os assentados possam investir em conjunto na produção e comercialização de produtos agrícolas, fortalecendo a pequena propriedade.

Nesse contexto favorável, proporcionado pelo sucesso na organização de cooperativas e pela mobilização do MST, em 1996, 11 anos após a conquista do assentamento 25 de maio, foi inaugurada a rádio Terra Livre FM. Fábio Luís dos Reis, agricultor assentado na região, participou do processo de construção da emissora.

“Nesse período se tinha um grande avanço de nossas cooperativas e começava a surgir várias necessidades e demandas para suprir. Já que o município (Abelardo Luz e região) contava com apenas uma emissora, que ficava no centro da cidade, de certa forma ficávamos isolados das informações, ou seja, não participávamos. A rádio surge para suprir essas vontades, de informação, participação, avisos e encaminhamentos da regional do MST” (Fábio Luís Reis – MST-SC).

Os grupos políticos que detinham o poder na cidade eram exatamente os proprietários da única rádio que havia em Abelardo Luz. Por isso, a demanda por comunicação era uma questão de ocupação de espaço político.

“O setor de comunicação do movimento conseguiu equipamentos para montamos a rádio aqui. Adquirimos um transmissor, com 50 watts de potência, alguns microfones e mesa de áudio. Instalamos tudo em uma salinha da cooperativa e fizemos um curso de formação de três dias” (Maritânia – Assentamento 25 de Maio).

Uma equipe de sete jovens comunicadores, entre 15 e 20 anos, formou o coletivo para elaborar a programação, que priorizou um conteúdo ligado diretamente à vida camponesa, informações e reflexões da luta do MST e música tradicional – como forma de fortalecer a mística do movimento e a identidade do camponês. A rádio passou a funcionar das 6 às 19 horas. Os programas musicais eram intercalados com dicas de agricultura e manejo da produção. Havia ainda o Jornal do Meio Dia, o jornalístico da rádio.

“No jornal, do qual eu era a responsável, a gente falava da luta do movimento, informações sobre os acontecimentos da reforma agrária na região e no Brasil. Buscávamos assuntos no setor de comunicação do MST e promovíamos debates e entrevistas nas edições do programa” (Maritânia – Assentamento 25 de maio).



Concluído esse processo inicial de nascimento, a rádio passou a ganhar cada vez mais a atenção do seu público prioritário: os assentados da reforma agrária na região<sup>21</sup>. Com uma potência de mais 50 watts, a emissora poderia ser sintonizada com boa qualidade em todos os assentamentos que compunham a região de Abelardo Luz. “*Foi um sucesso. Garantimos autonomia de informação e os militantes e camponeses começaram a ver a rádio como um instrumento de luta política e mobilização popular da comunidade*”, conta Maritânia.

A rádio Terra Livre era a segunda emissora de Abelardo Luz. A disputa pelo “valorizado” público dos assentamentos, que somava milhares de famílias, ficou cada vez mais clara e o grupo político que controlava a rádio na cidade passou a investir contra a emissora camponesa. De acordo com Maritânia, foram várias as denúncias de uma possível operação da Polícia Federal para lacrar a rádio.

“Eles estavam inconformados e, uma certa vez, dezenas de assentados fizeram plantão na porta da cooperativa, onde ficava a rádio, para impedir uma possível invasão da polícia. Sofríamos ameaças e todo o tipo de perseguição. Na época, uma rádio do Paraná havia sido lacrada e um militante foi morto em confronto com a polícia, o que nos deixou muito apreensivos de acontecer alguma coisa assim por aqui no assentamento” (Maritânia – Assentamento 25 de Maio).

A pressão sobre a Terra Livre aumentou tanto que a coordenação da rádio resolveu, após dois anos de funcionamento, fechar as portas e guardar os equipamentos, com receio de uma ofensiva violenta por parte dos grupos poderosos que comandavam a política na cidade. Em 1998, a emissora saiu do ar, tendo ficado desativada por mais de oito anos.

#### 4.1.1 – Recomeçando a desafiar

A nova versão da rádio Terra Livre começou em fevereiro de 2006, mas ainda não pra valer. Naquele ano, o MST foi contemplado com um projeto conjunto com outras três organizações: Atitude (Ceilândia-DF), Pró-Mundo (Rio de Janeiro-RJ) e Papai (Recife-PE). O tema central do projeto era *violência*. As quatro entidades apresentaram a proposta a Child Hope, movimento britânico que promove ações contra a violência em diversas partes do mundo.

---

<sup>21</sup> São 23 áreas de assentamento que somam cerca de 1.500 famílias, segundo dados do INCRA. Além da agricultura familiar, a produção leiteira é uma das atividades mais importantes feitas pelos assentados na região.

O projeto foi aceito pelos ingleses que ofereceram aos representantes das quatro entidades uma ajuda de custo para viabilizar uma série de atividades, inclusive destinação de verbas para a instalação de pólos de informática e rádios. Os centros de informática foram para Pernambuco e Rio de Janeiro, enquanto o projeto de rádio foi oferecido ao Movimento dos Trabalhadores Sem Terra e a entidade do Distrito Federal. Foi aí que a coordenação nacional do MST optou por conceder ao assentamento 25 de Maio o direito de receber os equipamentos de rádio.

Além disso, a Child Hope assegurou toda a verba para construção de um escritório informatizado e todas as instalações. Em julho de 2007, após erguerem uma sede de 80 m<sup>2</sup> e fincarem no chão uma antena de 20 metros de altura, o MST pôs ao ar, novamente, a rádio Terra Livre FM<sup>22</sup>, na frequência 104,9. Agora, a emissora dispunha não só de uma sede própria, como passou a ter equipamentos de última geração. Foram adquiridos oito computadores conectados à internet, transmissor moderno de 50 watts, duas mesas de som, telefones, mesas de escritório e reuniões, impressora, gravadores digitais, *datashow*, caixas de som e máquina fotográfica digital.

O projeto que garantiu o recomeço da rádio continuou a ser executado pelas entidades parceiras, por meio de oficinas e palestras. Representantes das organizações fizeram intercâmbio entre as unidades contempladas e dialogaram sobre diversas abordagens possíveis para o tema violência. Foi decidido que se trabalhasse com violência doméstica, homofobia, violência contra a mulher, dentro das escolas e em comunidades carentes.

Nessa perspectiva, a rádio também passou a veicular boletins sobre violência e formas de combatê-la. Além disso, a coordenação da rádio promoveu diversas palestras dentro dos próprios assentamentos, para tratar do assunto, como previa o projeto.

#### 4.1.2 – Regularização e recursos financeiros

A rádio foi formalizada com a abertura de uma associação, sem fins lucrativos, para gerenciar a emissora. O MST local criou então a entidade jurídica Arca – Associação Cultural de Abelardo Luz. De acordo com Ernesto Puhl, da coordenação estadual do

---

<sup>22</sup> Apesar de contar com novos equipamentos, a rádio tem dificuldades em fornecer sinal para determinadas áreas do complexo de assentamentos. Recente levantamento realizado pela coordenação da emissora revelou que em quatro unidades o sinal é muito ruim. No entanto, consegue atingir parte da zona urbana de Abelardo Luz, Passos Maia e Varjão.

movimento em Santa Catarina, e membro da coordenação política da rádio, o projeto de regularização, que visava obter uma autorização de funcionamento como rádio comunitária, foi encaminhado e, após muita espera, o Ministério das Comunicações negou o pedido.

“Mandamos os documentos conforme pede a legislação em 2006, mas, após dois anos sem resposta, o Ministério enviou recado negando a autorização. Já mandamos um novo pedido, mas continuamos mantendo a emissora no ar”.

Existem duas formas de captação de recursos pela rádio. Uma delas é a ajuda de custo oferecida pela Child Hope para a manutenção do projeto. Outra fonte de captação, adotada mais recentemente, são os apoios culturais. Consiste em oferecer anúncios para estabelecimentos comerciais ou outras entidades. Atualmente, a rádio conta com três anunciantes, sendo uma loja de roupas e calçados de Abelardo Luz, a Cooperoeste (cooperativa dos próprios camponeses), e outro estabelecimento comercial na cidade.

Os próprios assentados, muitas vezes, costumam contribuir com o que podem. Muitos oferecem 10, 20 ou até 50 reais para comprar equipamentos que a rádio precisa. “*A gente também está empenhado agora em realizar eventos na própria comunidade para arrecadar fundos. São festas e bailes para entreter a comunidade e ajudar a manter a rádio*”, explica Ernesto Puhl.

O dinheiro arrecadado é destinado à compra de itens para a emissora, pagamento de contas e assistência técnica.

“A rádio comunitária vende espaços para anúncios e busca patrocínios culturais, mas canaliza os recursos arrecadados para custeio, manutenção ou reinvestimento e não para o lucro particular.” (PERUZZO, 1998, 257)

A regional do MST também contribui. Há alguns meses, a direção estadual ofereceu uma moto à coordenação política da rádio para facilitar o deslocamento entre os assentamentos da região, como forma de estreitar a participação dos camponeses no processo de construção da rádio.

## 4.2 – A gestão e os produtores de conteúdo

A rádio Terra Livre FM, após passar pelo período de reformulação, em 2006, fortaleceu seu potencial de trabalho no movimento. Por isso, para organizar e direcionar as atividades, foi designada uma Coordenação Política, formada por cinco militantes do MST, que ficariam responsáveis por captar, junto aos 23 assentamentos localizados na região de Abelardo Luz, os jovens comunicadores populares e colaboradores da rádio. Além disso, essa equipe ajudou a construir um coletivo para pensar a programação da emissora (que começou a ir ao ar novamente em agosto de 2006). Nesse sentido, firmou-se a seguinte estrutura de gestão para a rádio:

- **Coordenação Política** (5 membros) – traça as diretrizes para a rádio, coordena as reuniões do coletivo, repassa informes do movimento, orienta a produção dos programas e articula os núcleos de base formados nos assentamentos, para captar comunicadores e consultar os assentados sobre a qualidade da programação. A coordenação também é responsável por atividades de militância com a juventude, por meio do cinema itinerante (que exhibe filmes nos assentamentos), de mobilizações e do curso de computação para as crianças dos assentamentos (o curso é ministrado na sede da rádio, que dispõe de quatro computadores conectados à internet).
- **Coletivo de Comunicadores** (30 membros) – se incluem nesse grupo os membros da própria coordenação e todos os (outros) comunicadores da rádio. A média de idade gira em torno dos 17 anos, já que a maioria é estudante secundarista. O coletivo tem poder para alterar a programação, criar novos programas e fazer a avaliação da grade. Para isso, a orientação é que haja sempre um diálogo com a comunidade, a partir desses comunicadores, para legitimar ainda mais as modificações. É a instância máxima de deliberação na parte de programação da rádio.

#### 4.2.1 – Princípios da rádio

Antes mesmo de desenvolver a programação, o coletivo de futuros comunicadores, em conjunto com lideranças do MST, elaboraram um documento com os princípios da rádio Terra Livre. São linhas políticas e ideológicas para nortear o trabalho de escolha da programação e para posicionar claramente o perfil da emissora. Assim, foram definidos os seguintes princípios:

1. A rádio Terra Livre faz parte da organicidade do MST. Fazer deste espaço um local de organização da nossa base, participando como sujeito protagonista da sua história;
2. A rádio tem programação voltada aos princípios políticos e as linhas políticas da organização;
3. Fazer da rádio um instrumento para elevar o nível político e cultural das nossas famílias;
4. A rádio tem como filosofia produzir valores socialistas e humanistas (participação, solidariedade, valorização da vida, da biodiversidade, da dignidade, humana, cooperação, do estudo e para fortalecer a identidade sem-terra);
5. Fazer da rádio um instrumento para divulgar as nossas conquistas e o nosso projeto de sociedade;
6. Os educadores e comunicadores precisam ter como princípios no seu trabalho: criatividade, responsabilidade, compromisso, agilidade e eficiência;
7. Fornecer a comunidade informações com qualidade, eficiência e responsabilidade;
8. Fazer da rádio um instrumento de luta de classes, porque neste espaço estaremos disputando idéias e conceitos de sociedade;
9. Fazer da rádio um instrumento de articulação do campo e da cidade, para fortalecer o projeto da classe trabalhadora;
10. A rádio é um instrumento para desvendar a realidade, ou seja, para ajudar a sociedade e entender o que está além das notícias.

A carta de princípios é reveladora à medida que expõe, de forma clara, a postura ideológica da emissora. Como diz o documento, a Terra Livre FM está vinculada a

“organicidade” do movimento, isto é, como mecanismo de luta, que pertence a seus militantes. Mário Kaplún trabalha essa idéia quando aborda a comunicação popular:

“En el trabajo popular, ella (la comunicación) tiene que estar al servicio de la organización. (...) La comunicación es um instrumento imprescindible de a organización popular. Cuándo ésta aprende a usarlo, el movimiento popular se potencia, se dinamiza, gana cohesión, crece em eficácia.” (KAPLÚN, 1985, p. 78)

Essa visão coloca a rádio a serviço da luta social do MST, pois o movimento entende que um veículo de comunicação popular tem potencial de alavancar a luta como um todo. “*Sua meta é, em última instância, contribuir para a transformação da realidade*” (Peruzzo, 98, p. 276).

Um dos princípios requer da rádio uma cobertura das conquistas e luta do movimento. Um dos papéis do veículo de comunicação popular é exatamente dar visibilidade as ações empreendidas no campo social da instituição à qual pertence. Essa preocupação é estratégica, já que o fenômeno midiático ocorre em um cenário de afirmação de identidades, como explica Denise Cogo:

“Através da busca dessa visibilidade, cujas dinâmicas assumem um caráter mais ou menos organizativo, essas micropolíticas cotidianas de visibilidade vão demandando a inclusão, na agenda pública, de uma multiplicidade de demandas simbólicas e materiais.” (COGO, 2004, p. 44)

Um outro ponto tratado na carta de princípios enseja uma compreensão que o espaço da comunicação é também um espaço público (LIMA, 2006), pois se encontra em uma “arena” de disputa de idéias. O MST entende, neste caso, que a rádio pode ajudar o seu público a interpretar algumas questões sociais que interessa ao movimento que sejam compreendidas, especialmente porque estão fora da agenda midiática convencional.

É importante perceber, ainda, a preocupação do movimento em colocar a rádio como portadora de valores e conceitos do campo para a cidade. Como diz o próprio documento, um “instrumento de articulação”. Por entender que a luta não se faz apenas no campo (STÉDILE, 1997), há sim o objetivo de ser visível também no meio urbano, como forma de socializar os ideais de mudança social propostos pelo movimento.

#### 4.2.2 – Perfil do comunicador

A jovem Thaís Terezinha Paz, de apenas 15 anos, integra a coordenação política da rádio Terra Livre. Estudante do ensino médio no assentamento 25 de Maio, Thaís mora com os pais, ambos militantes do MST e professores nas escolas do próprio assentamento. A influência ideológica que surgiu dentro de casa e o cotidiano político pelo movimento fizeram de Thaís umas das lideranças jovens do assentamento. Ela está na emissora há cerca de seis meses e enxerga a comunicação como um elemento essencial na luta do MST. Thaís acredita que a rádio é um instrumento estratégico dentro de um assentamento, pois possibilita a comunicação entre os assentados, e feita pelos por eles mesmos.

Nos aspecto de mobilização popular, a experiência de Thaís na rádio a fez perceber que a emissora tem contribuído para o fortalecimento da luta camponesa.

“A Terra Livre tem um papel, além de comunicar, de fortalecer a nossa identidade camponesa de lutadores e lutadoras, valorizando o movimento social que nos possibilitou estarmos aqui e as lutas que precisam continuar, e trazer cada vez mais pessoas para o coletivo de militantes da rádio e, conseqüentemente, do MST”.

Essa percepção de Thaís, que coloca a rádio como instrumento privilegiado de fortalecimento da cultura local, encontra respaldo teórico nas idéias de Cicília Peruzzo. Para a pesquisadora, um dos papéis da rádio popular comunitária consiste em *“oferecer uma programação no contexto de uma práxis que contribua para o desenvolvimento da cultura e da educação informal e não-formal”*. (Peruzzo, 2006, p. 116).

Os outros jovens comunicadores têm muitas semelhanças com o perfil de Thaís. A maioria optou por participar da rádio pela possibilidade de se envolver em uma atividade educativa e, ao mesmo tempo, capaz de contribuir com o movimento do qual fazem parte. Eles se orgulham da rádio e há uma disposição espontânea em conciliar as atividades escolares com as atribuições do projeto. Além disso, são jovens e o fato de se tornarem referência na comunidade mexe com o brio e a vaidade de cada um, ou seja, além de contribuir, eles recebem o respaldo e a credibilidade dos camponeses.

### 4.3 – Programação

Depois de viabilizado o projeto que reformulou a rádio Terra Livre, o coletivo de jovens comunicadores se reuniu junto com representantes dos assentamentos para construir uma programação. Para isso, como conta Ernesto Puhl, foi realizada uma pesquisa para saber o que a comunidade gostaria de ouvir na rádio. Com base nesses dados, foi definida uma grade programação que preenchesse às expectativas dos camponeses e que, ao mesmo tempo, cada programa fosse veiculado em horários estratégicos, de acordo com o perfil do ouvinte.

O coletivo optou por iniciar com uma programação apenas nos finais de semana, como processo que levaria os comunicadores a dominarem a técnica, aperfeiçoando as habilidades comunicativas. Além disso, a demanda ainda não permitia colocar, de imediato, uma programação completa para a semana inteira. Como conta Ernesto, foi feito um levantamento nos assentamentos para que os próprios camponeses sugerissem formatos de programa. “*Nós, do coletivo, consultamos a comunidade, indo até as casa e perguntando o tipo de programação que a pessoa gostaria de ouvir*”.

Em meados de 2006, a rádio foi ao ar, com a sua primeira grade de programação:

**Quadro 1. Programação Rádio Terra Livre FM – agosto de 2006 a fevereiro de 2007 – (somente aos finais de semana).**

SÁBADO	DOMINGO
<i>Amanhecer no campo (6h – 8h):</i> programa de música sertaneja de raiz, cujo público-alvo eram os trabalhadores que estavam saindo para a roça, as crianças, que acordavam para ir à escola, e donas-de-casa, que começavam os primeiros afazeres do dia. Além da música, o programa mandava recados.	<i>Amanhecer no campo (6h – 8h)</i>
<i>Manhã Legal (8h – 12h):</i> programa que intercalava músicas sertanejas e regionais com notícias e informes. Tinha dicas de saúde e culinária (muitas vezes como forma de inspirar donas-de-casa que já começavam a preparar o almoço). O programa também tinha o caráter de prestação de serviço comunitário, por meio de recados e convites.	<i>Manhã Legal (8h – 10h):</i> no domingo, o programa tem sua duração reduzida em duas horas.
<i>Brasil em movimento (12h – 13h):</i> programa de variedades. Alternava músicas, notícias do MST e ligadas à questão agrária e debates. Uma espécie de revista radiofônica, com entretenimento e informação.	<i>Banda em festa (10h – 12h):</i> programa voltado para música de banda, outra vertente cultural da região sul.
<i>Juventude de atitude (13h – 17h):</i> o programa foi concebido no intuito de atingir o público adolescente dos assentamentos. Por isso, houve a preocupação em elaborar uma programação com assuntos de interesse desse público. Temas como drogas, sexualidade e	<i>Brasil em movimento (12h – 13h):</i> o programa também se repete no domingo, preservando a duração e o horário do sábado.



<p>educação sempre ocupam as pautas. A idéia era envolver os jovens na discussão de temas importante também para o movimento, como questões políticas e sociais, contribuindo para a conscientização e ação política. A programação também inclui músicas, com variedades de estilos.</p>	
<p><b>Mateando e Cantando (17h – 19h):</b> duas horas de música regional. Nesse horário, os camponeses estão voltando para casa de após um dia inteiro de trabalho na lavoura e, como é tradicional na região sul do país, assim que chegam, já preparam o chimarrão. Assim, o programa foi pensando para os amantes da música gauchesca, que sentam no fim do dia para tomar o mate e ouvir a música da terra.</p>	<p><b>Juventude de Atitude (13h – 16h):</b> o programa sofre redução de uma hora, mantendo o mesmo formato.</p>
	<p><b>É pra acabar (16h – 17h):</b> o coletivo achou que seria interessante desenvolver um programa de crítica social em um formato bem-humorado. Assim, nesse programa, não há roteiro pré-definido. Cerca de 4 ou 5 apresentadores dividiam os estúdios “debatendo” diversos assuntos, sempre com piadas e descontração. Música e notícias locais também eram incluídas no bate-papo.</p>
	<p><b>Mateando e cantando (17h – 19h):</b> novamente mantinham-se duração e horário fixos.</p>

Neste primeiro momento, observa-se que os programas, todos eles, eram recheados por música, até pelo formato definido. Neste sentido, houve a orientação, inclusive a partir dos princípios da emissora, pela não veiculação de canções estrangeiras – mais precisamente as norte-americanas. O envolvimento da comunidade era essencialmente por meio de mensagens, como pedidos de música (prática muito comum em emissoras comerciais), recados, convites e, eventualmente, falas diretas ou gravadas. Assim, foi se buscando a retomada do hábito de se ouvir a rádio local, da comunidade. Como esse período não foi objeto de observação durante a pesquisa, não há como apontar nuances mais específicas dos programas e seus reflexos na opinião das famílias dos assentamentos.

Após seis meses desenvolvendo uma programação apenas aos sábados e domingos, o coletivo decidiu ampliar a grade de dois para seis dias por semana. Neste processo, a equipe analisou os programas até então executados e procurou encaixar novos formatos para os dias da semana, compatíveis com as expectativas dos próprios assentados. Daí surgiu a seguinte programação, que vai ao ar atualmente:

**Quadro 2 Grade de programação atual rádio Terra Livre**

<b>Segunda a Sexta</b>	<b>Sábado</b>
<b><i>Cantar do Galo (6h – 8h)</i></b> : mesmo formato do anterior – <i>Amanhecer no campo</i> . Programa musical de canções sertanejas de raiz. Além da música, o programa abria espaço para que o público pudesse participar, com recados, avisos, etc. O objetivo era reforçar a mística do camponês, programando músicas que reforçavam o perfil do trabalhador do campo.	<b><i>Cantar do Galo (6h – 8h)</i></b>
<b><i>Manhã no campo (8h – 11h)</i></b> : seguindo a mesa linha do <i>Manhã Legal</i> , o programa intercala músicas sertanejas e regionais com notícias e informes. Contém dicas de saúde e culinária. É espaço de prestação de serviço comunitário, por meio de recados e convites.	<b><i>Manhã no campo (8h – 11h)</i></b>
<b><i>Consciência Curiosa (11h-12h)</i></b> : é o espaço aberto para os outros setores do MST nos assentamentos. Cada dia da semana é um setor, que, durante uma hora, apresenta um balanço das atividades que estão sendo desenvolvidas, assim como discutem com a comunidade os eventuais problemas que possam estar ocorrendo. Os setores que participam são: <i>educação</i> (representantes das escolas rurais), <i>cooperativas</i> , <i>setor de produção</i> , <i>frente de massas</i> e <i>setor de mulheres</i>	<b><i>Informativo Cooperoeste (11h-12h)</i></b> : parceira da rádio, a Cooperoeste apresenta aos sábados uma espécie de rádio-boletim de uma hora com informações e dicas agrícolas, notícias das cooperativas dos assentamentos.
<b><i>Jornal Terra Livre (12h-13h)</i></b> : é o programa que discute temas ligados a luta social do movimento. Diariamente, a produção escolhe um ou dois temas, que são discutidos normalmente em quatro blocos intercalados por música.	<b><i>Momento Religioso (12h-13h)</i></b> : espaço aberto para a manifestação religiosa de três correntes cristãs. Cada igreja (Católica, Assembléia de Deus e Deus amor) possui 20 minutos de espaço.
<b><i>Salada Mista (13h-17h)</i></b> : é um programa de entretenimento, quase exclusivamente musical. Diversificada em gêneros musicais (rock, sertanejo, pop, rap etc.) – as diretrizes orientem pela escolha de canções em português apenas. Tem um formato noticioso, com informes de interesse dos assentados e notícias sobre a reforma agrária e o MST.	<b><i>Programa Sem-terrinha (13h-14h)</i></b> : é um dos espaços mais prestigiados no assentamento. Muitos camponeses consultados acham um programa de fundamental importância para os assentamentos, pois envolve crianças na produção de conhecimento e em contato direto com a mística e idéias do movimento. O programa é coordenado pelo professor Vanderlei Luiz, da Escola de Ensino Fundamental do Assentamento 25 de Maio. No programa, as crianças cantam, apresentam informes sobre a reforma agrária e discutem, de forma lúdica, a vida de camponês.
<b><i>Mateando e cantando (17h – 19h)</i></b> : um dos programas de maior sucesso desde a criação da rádio, se manteve inalterado.	<b><i>Juventude de Atitude (14h-20h)</i></b> : o programa foi outro remanescente da programação inicial apenas nos fins de semana.

Como se observa, alguns programas sofreram apenas mudança de nome. Outros foram criados com formato até então não experimentado no processo de retomada da rádio. A idéia do coletivo foi escolher horários estratégicos e veicular programas cujas prioridades fossem informação e debate. Daí surgiram *Jornal Terra Livre*, *Consciência*

*Curiosa, Informativo Cooperoeste e Sem-Terrinha*. Desses, foi possível analisar melhor o jornal.

De acordo com as palavras de um dos produtores, Tobias Martins, “*a finalidade do jornal é contrapor o atual modelo jornalístico vigente, colocar uma nova proposta de jornalismo popular com a participação da comunidade*”. De fato, o jornal não possui um formato convencional. A escolha do conteúdo é feita a partir de temas colhidos de outros meios de comunicação do MST, como o Jornal Sem Terra e o portal do movimento na internet. Com duração de uma hora, o programa sempre destaca um tema. O locutor opta por trabalhar com notas, podendo ou não ser intercaladas com entrevistas, falas gravadas ou debates com mais de dois convidados.

Nas duas ocasiões em que o programa foi analisado, houve um dia (21/10/08) que o tema “democratização dos meios de comunicação” foi debatido com um convidado e, no outro (23/10/08), o produtor optou por apresentar uma reportagem (sem entrevista) sobre o tema “agitação e propaganda”. De imediato, já é possível dizer que, no tocante ao conteúdo, há sim uma ruptura com o modelo jornalístico tradicional. Em uma emissora comercial, dificilmente esses dois temas serão profundamente discutidos, ainda mais em um programa exclusivamente informativo e durante uma hora – o que para o rádio representa muito tempo.

Nesse sentido, a opção por determinados temas ajuda a rádio a construir um modelo diferenciado de comunicação, que, nesse caso

“é abordar os assuntos com profundidade e não apenas a forma do *lead*, que se revela eficiente ao responder quem, o que, como, onde e por que, mas que nem sempre dá conta de explicar as causas que movem os fenômenos.” (PERUZZO, 2006, p. 118)

Outro aspecto interessante no que diz respeito ao formato dos programas está na atuação dos próprios comunicadores. Tomando ainda como exemplo o caso do jornal, o locutor se refere ao ouvinte com tratamento próprio da militância do movimento. Entre uma nota e outra, sempre se ouve um “é isso aí companheirada”. No cumprimento inicial e final, o jargão utilizado é “saudações socialistas”. Além disso, em praticamente todos os programas, o slogan da rádio é repetido: “comunicar, conscientizar e revolucionar”. O hino do MST é tocado todas as manhãs e invariavelmente na abertura e encerramento do *Jornal Terra Livre*. Essa forma de abordagem para com o público cria um efeito de

familiaridade no processo comunicativo. É mais um fator de pertencimento que a rádio provoca no camponês e, mais especificamente, no camponês militante do MST.

“Entenda-se que cabe à comunicação uma articulação de valores e símbolos no processo de construção da identidade de um movimento, estabelecendo de uma maneira mais estruturada a produção destes símbolos, de forma a orientar e gerar referências para interação dos indivíduos, possibilitando a existência de um sentimento de reconhecimento e pertencimento que seja capaz de torná-los co-responsáveis.” (BRAGA, SILVA e MAFRA, 2004, p. 81-82).

O investimento do movimento na propagação de seus símbolos por meio da rádio cumpre um papel fundamental para consolidar afetos e paixões pela luta. Com isso, diariamente, a identidade coletiva se reconstrói e se realimenta, dinamizando a mobilização.

#### **4.4 – A participação popular e o interesse coletivo**

Pode-se dizer que a participação popular efetiva no processo de constituição da rádio Terra Livre se deu em dois momentos específicos. Na primeira etapa, o coletivo de comunicadores percorreu os assentamentos anotando sugestões de programas, “o que os assentados gostariam de ouvir”, a fim de dar maior legitimidade à grade de programação que seria posteriormente aplicada. Houve, nesse contexto, um envolvimento direto dos assentados na escolha dos programas. A partir daí, o coletivo, que é formado por jovens comunicadores de diversos assentamentos – portanto, inseridos em um conjunto representativo – elaborou que se tem hoje como grade da emissora.

Em um segundo momento, há seis meses, a coordenação política decidiu novamente recorrer à consulta popular para uma avaliação mais precisa sobre a impressão dos assentados quanto ao desenvolvimento dos programas. A pesquisa obteve os seguintes dados:

**Quadro 3. Pesquisa de avaliação dos assentados sobre a programação da rádio Terra Livre FM**

Sugestões/comentários gerais para a programação da rádio Terra Livre	Sugestões/comentários específicos sobre os programas
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. A questão técnica da mesa de som, que altera muito de volume;</li> <li>2. Mais compromisso e seriedade com horário dos programas;</li> <li>3. Incentivar a formação dos comunicadores;</li> <li>4. Melhorar o quadro dos comunicadores;</li> <li>5. Planejamento para os programas e disciplina;</li> <li>6. Trazer militantes ao trabalho de base;</li> <li>7. Mais notícias e informações de Abelardo Luz e dos demais assentamentos;</li> <li>8. Menos música e mais diálogo mais com a comunidade;</li> <li>9. Comunicadores precisam falar (locução) com mais entusiasmo, passando mensagens de auto-estima;</li> <li>10. Músicas repetitivas;</li> <li>11. A rádio tem problemas de sinal (sinal muito sensível);</li> <li>12. Explorar a participação dos ouvintes;</li> <li>13. Muito boa a participação das crianças nos programas dos Sem Terrinha;</li> <li>14. Os comunicadores têm dificuldades em desenvolver a fala, quando estão no ar;</li> <li>15. Renovar permanentemente as programações musicais e as vinhetas;</li> <li>16. Necessidade de contribuição financeira mensal por parte das famílias assentadas;</li> <li>17. Aproveitar melhor o espaço da rádio das 11 as 13 horas;</li> <li>18. Fazer sempre a defesa da rádio como instrumento de luta.</li> </ol>	<p><b>Cantar Galo.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trazer notícias dos Assentamentos,</li> <li>• Abrir para visos,</li> <li>• Locutor deve dialogar mais com o ouvinte.</li> </ul> <p><b>Manhã no Campo.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Veicular músicas gaúchas.</li> <li>• Planejar melhor o programa (criar quadros, apresentar novidades, etc.).</li> </ul> <p><b>Consciência curiosa.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mais curiosidades,</li> <li>• Fazer perguntas à comunidade,</li> </ul> <p><b>Jornal Terra Livre.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Notícias de Abelardo Luz,</li> <li>• Informações dos assentamentos.</li> <li>• Reportagens sobre os assentamentos.</li> <li>• Definir uma estrutura fixa.</li> </ul> <p><b>Salada Mista.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mais músicas MPB,</li> <li>• Abrir espaço para os aniversariantes,</li> </ul> <p><b>Mateando e cantando.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Programa com muita participação do público.</li> <li>• Locutor dialogar mais com o ouvinte (excesso de músicas).</li> </ul> <p><b>Programa religioso.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falar a programação da paróquia,</li> <li>• Articular o programa com as comunidades,</li> <li>• Planejamento no programa.</li> </ul> <p><b>Sem Terrinha.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• “Legal” a participação dos Sem Terrinha,</li> <li>• Planejar melhor a participação das crianças no programa,</li> <li>• Mais músicas infantis e educativas</li> <li>•</li> </ul> <p><b>Informativo da Cooperoeste.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trazer mais informações sobre agricultura,</li> <li>• Entrevistar os assentados sobre culturas agrícolas,</li> <li>• Planejar melhor o programa.</li> </ul>

Os resultados, obtidos a partir dos comentários e sugestões, já indicam de imediato que a rádio é ouvida pelo assentamento, de maneira geral. Inclusive, no que diz respeito aos aspectos técnicos levantados, o que mais incomoda aos ouvintes é justamente e inconstância no sinal da emissora e os problemas de áudio, que são recorrentes. Uma das dificuldades para enfrentar essa questão é que não há um operador técnico exclusivo para corrigir as falhas. Assim, quando preciso, o coletivo tem que recorrer a um profissional ligado ao movimento que vive na cidade. *“É um dos nossos maiores desafios hoje aqui na rádio: ter um técnico fixo, para evitar esse tipo de problema”*, reconhece Ernesto Puhl, da coordenação.

Os demais pontos apontados na pesquisa (que ainda não foi convertida em porcentagem) revelam uma preocupação, por parte dos camponeses, com a dedicação dos comunicadores. Como todos são estudantes e jovens, os imperativos de indisciplina podem ser mais recorrentes. Não foi identificada nenhuma insatisfação com algum programa específico, mas, em muitos casos, os ouvintes estão carentes de programação com mais conteúdo, em detrimento da programação musical, que ocupa mais de 80% de todo o tempo em que a emissora fica no ar. Em uma rádio que se propõe popular, o investimento em conteúdo crítico e de formação educativa deve ser um dos pilares fundamentais. *“Uma programação que seja criativa, rica em arte e cultura, educativa, e voltada para os interesses maiores da comunidade”* (LUZ, 2004, p. 83).

Neste aspecto, foi ressaltada a questão da formação dos comunicadores. De acordo com Dioclécio Luz, desenvolver o talento por meio do estudo é essencial em uma rádio popular. Até agora, com quase dois anos de emissora no ar, foram duas etapas de formação, de três dias cada, ministradas por integrantes do Setor Nacional de Comunicação do MST, com o objetivo de permitir, por parte dos comunicadores, a apropriação dos meios e técnicas. O curso envolve a parte de linguagem, com oficinas de locução, entrevista, reportagem e texto radiofônico – a parte teórica: importância social do rádio comunitário, aspectos históricos da imprensa no país – e os aspectos ideológicos da emissora com relação ao movimento: sua importância estratégica no contexto de luta e educação não-formal.

Durante os dias de coleta de dados no assentamento 25 de Maio, foram realizadas duas leituras documentadas com os comunicadores (nem todos) e alguns ouvintes declarados da rádio. Assim, foi possível construir uma idéia de como o interesse coletivo se coloca para quem escuta e que papel os produtores de conteúdo acreditam estar

desempenhando, assim como o modelo de gestão desenvolvido internamente. Vamos ao quadro dos ouvintes:

**Quadro 4. Entrevistas com ouvintes – Assentamento 25 de Maio.**

OUVINTE	Programação	Participação	Interesse coletivo
<b>Georgina Prestes dos Santos</b> (agricultora, 49 anos e militante MST). Escolaridade: ensino fundamental incompleto	“Eu gosto de todos os programas da rádio Terra Livre. Quase não vejo TV, então fico o dia inteiro sintonizada no rádio, das seis da manhã até as sete horas da noite”.	“Ligo quase todos os dias para pedir música. Uma vez eu precisei entrar em contato com a minha filha, deixei um recado pela rádio e acabou dando certo de falar com ela”.	“As pessoas se unem mais com a rádio. A gente fica sabendo das coisas do assentamento e é sempre atendido quando precisamos de alguma coisa”.
<b>Terezinha Nate da Rosa</b> (agricultora, 87 anos e militante do MST). Escolaridade: ensino fundamental	“Eu prefiro os programas de música sertaneja, de raiz, ou seja, música boa, né?”.	“Já fiz o programa ‘Mulheres em movimento’, que tratava dos direitos da mulher na sociedade, os desafios, os conflitos do campo”.	“É uma rádio comunitária, faz parte da nossa comunidade e tudo o que você precisa, a rádio está a disposição. É a nossa rádio”.
<b>Adílio da Silva Paz</b> (professor, 49 anos e militante do MST). Escolaridade: pós-graduação	“Ouço todos os programas da rádio, sempre que possível. Pelo entretenimento, por meio das músicas, pela informação e por questões ideológicas”.	“Colaboro em algumas da coordenação política da rádio, participo de programas e concedo entrevistas, especialmente na área de educação do assentamento. A rádio da toda a abertura para a comunidade participar e se envolver na construção da programação”.	“A rádio se contrapõe ao projeto das classes dominantes, pó isso é muito importante para mostrar a classe trabalhadora dos assentamentos da região que é possível fazer diferente, a partir das informações veiculadas na emissora”.
<b>Vicente Ferreira</b> (agricultor, 70 anos). Escolaridade: ensino fundamental incompleto.	“Gosto dos programas de música gauchesca”	“Estou direto na rádio puxando a orelha dos piás. Fui colaborador da emissora há alguns anos atrás, dando uma contrapartida financeira e gosto de pedir música e orientar a ‘piizada”.	“Eu não milito na questão da reforma agrária pelo MST, mas acho que a rádio é importante porque é o nosso centro de informação e a gente sabe que funciona para nos ajudar, colaborar com a comunidade”.
<b>Nadir Pires</b> (pastor, 45 anos) Escolaridade: ensino fundamental	“A rádio permanece ligada o dia inteiro e, à medida que eu tenho tempo, ouço toda a programação. Gosto de ouvir todos os programas”.	“Faço o momento religioso, uma vez por semana, pela igreja evangélica. Acho que é importante termos momentos de reflexão, de ouvir a palavra de Deus, para fortalecer ainda mais a luta do camponês pela terra”.	“É uma emissora muito importante para a comunidade, pois informa sobre coisas que nos outros meios não é possível encontrar”.

Quatro dos cinco entrevistados admitem, na categoria programação, que gostam dos programas de música sertaneja-raiz e/ou gauchesca. Novamente, temos aí o elemento da identificação. As manifestações culturais que, de alguma forma, aproximam o ouvinte de sua realidade, como é o caso de uma música que remete ao trabalhador rural, ajudam “*a conferir maior atratividade aos micromeios, já que fazem parte do mundo dos anseios e dos interesses das pessoas, na busca de felicidade*” (PERUZZO, 1998, p. 152).

Sobre a participação, alguns contribuem diretamente como colaboradores de programas e outros revelam interagir por meio de recados, ligações, pedidos de música, etc. por se tratar de uma pesquisa qualitativa, não há como delimitar um campo matemático para saber a totalidade e os níveis exatos de participação de todos os ouvintes. De qualquer forma, o quadro demonstra que, em maior ou menor grau, os ouvintes se sentem à vontade para participar, se entendem que isso pode ajudar.

Aqueles que somente ligam, ainda que não participem diretamente da elaboração e estruturação dos programas, são taxativos ao afirmarem que ela representa o interesse coletivo. A própria pesquisa – conduzida pela coordenação política da rádio e que abrangeu um número significativo de assentados – em nenhum momento trouxe um depoimento que questionasse a representatividade da rádio no seu papel de divulgar os anseios da comunidade. Assim, por essas categorias, podemos identificar princípios que podem determinar a função popular da rádio como meio de comunicação comunitário.

O quadro seguinte dispõe os dados coletados nas entrevistas com os comunicadores populares. Nesse esquema, são duas categorias de análise da comunicação popular: gestão e conteúdo. Já verificamos anteriormente (por meio da pesquisa com os assentados e entrevista com ouvintes) que há um sentimento de vínculo e de identidade do público com a emissora. Isso demonstra a sua ligação orgânica com o cotidiano do assentamento. Vamos entender como os comunicadores analisam o tipo de informação (conteúdo) que é veiculado na rádio e o tipo de gestão que se faz nesse processo.

**Quadro 5. Entrevistas com os comunicadores populares.**

COMUNICADOR	Conteúdo	Gestão
<p><b>Adones Guilherme de Almeida</b> (estudante, 16 anos). Escolaridade: ensino médio incompleto.</p> <p><b>Programa:</b> <i>Manhã no Campo</i></p>	<p>“A grade de programação é feita pensando a nossa realidade rural. Fazemos reuniões com representantes da comunidade para saber as demandas ou consultamos as pessoas em conversas banais”.</p>	<p>“As reuniões com o coletivo são feitas semanalmente, para discutir a linha de trabalho do programas e questões de militância para o setor de comunicação”.</p>



<p><b>Ivanir Terezinha Teston Paz</b> (professora, 44 anos). Escolaridade: magistério</p> <p><b>Programa:</b> <i>Mulheres em Movimento</i></p>	<p>“Eu me sinto bem quando posso contribuir com a organização. O programa que ajudo a fazer nasceu de uma demanda para relembrar o papel da mulher nas lutas sociais e contribui com o processo de organicidade do MST e do setor de gênero do movimento no estado”.</p>	<p>“As reuniões para discutir e avaliar o programa são feitas semanalmente com a coordenação política da rádio”.</p>
<p><b>Tobias Martins da Silva</b> (comunicador popular/MST, 24 anos) Escolaridade: ensino médio completo</p> <p><b>Programa:</b> <i>Jornal Terra Livre</i></p>	<p>“A finalidade do jornal é justamente contrapor o modelo jornalístico atual, é colocar uma nova proposta, uma alternativa de jornalismo popular, comunitário, com a participação da comunidade. E, com certeza, a maior finalidade é mostrar e fortalecer a nossa luta, fortalecer a comunidade, contribuindo para a formação e conscientização, que é o papel do jornal”.</p>	<p>“O planejamento e o roteiro são feitos a partir, do tema escolhido o dia. Pesquisamos na internet e sempre usamos como referencia aqui no nosso espaço cultural, o calendário histórico<sup>23</sup>, que fica na sala de formação. A partir daí vemos o conteúdo e o assunto a serem discutidos. Cada comunicador tem a liberdade fazer o seu planejamento e assunto do dia, dentro dessas diretrizes e sempre com orientações da coordenação política”.</p>
<p><b>Elisandro Lima (Roxo)</b> (estudante, 18 anos) Escolaridade: ensino médio incompleto.</p> <p><b>Programa:</b> <i>Consciência Curiosa e Cantar do Galo</i></p>	<p>“Eu acredito na força do povo, por isso acho importante levar informações e conhecimento a nossa comunidade. O pessoal ele fica ligado na rádio Terra Livre porque sabe que ta falando da nossa realidade, do trabalhador, do pequeno agricultor”.</p>	<p>“A gente define (a programação) pelo coletivo. Fazemos uma reunião para decidir conteúdo e ver as condições da pessoa que vai fazer a comunicação ali do programa.</p>
<p><b>Magda de Araújo Moura</b> (estudante, 15 anos). Ensino Médio incompleto.</p> <p><b>Programa:</b> <i>Salada Mista</i></p>	<p>“Eu trabalho em um programa basicamente musical. A gente intercalava, além de músicas, algumas dicas de saúde e eventualmente alguns informes. Isso foi definido porque no horário entre uma e cinco da tarde muitos jovens escutam, daí a gente mistura estilos musicais. Foi pensando para o público do horário”.</p>	<p>“O programa tem um roteiro definido e que deve ser seguido. Para mudanças no formato, só mesmo com o coletivo. Não posso mudar, por exemplo, o nome do programa por decisão própria, então tem que ta todo o coletivo para saber disso e ver o que eles acham, se concordam e o porquê disso”.</p>
<p><b>Rosângela Prestes</b> (estudante, 16 anos). Escolaridade: ensino médio incompleto</p> <p><b>Programa:</b> <i>Manhã no Campo</i></p>	<p>“Na rádio, podemos exercer nossa liberdade de expressão e militância no movimento, focando o conteúdo de acordo como os objetivos do MST. Assim, colaboramos na organização das comunidades e no trabalho com a juventude”.</p>	<p>“As tarefas são distribuídas no coletivo. Em conjunto, os comunicadores desenvolvem os roteiros dos programas. São consultadas também pessoas da comunidade para contribuir com notícias, entrevistas, avisos, etc. Também discutimos nas reuniões do coletivo a qualidade dos programas”.</p>

<sup>23</sup> O calendário histórico das lutas de classes é diariamente utilizado na rádio para marcar datas importantes da trajetória dos movimentos de esquerda no Brasil e no mundo, além de relembrar nascimento e morte de importantes lideranças populares. Disponível em **Anexo 2**.

<p><b>Vanderlei Luiz Lombardi</b> (professor, 27 anos) Escolaridade: pós-graduação</p> <p><b>Programas:</b> <i>Sem-terrinha, Momento religioso (Igreja Católica) e Educação em Debate (Consciência Curiosa).</i></p>	<p>“Gosto de trabalhar como comunicador na rádio por entender que conhecimento e informação devem ser divididos com os outros, pois geram aprendizado e formação de novas consciências. Os programas que ajudo a desenvolver, de modo geral, possuem um sentido educativo e informativo; com as crianças (<i>Sem-terrinha</i>) busca-se criar e preservar valores humanitários e fortalecer a identidade camponesa”.</p>	<p>“Há uma coordenação política que direciona as atividades da rádio, além de reuniões de formação e avaliação. O principal resultado obtido vem através das pessoas que buscam a rádio tendo nela um local de encontro e organização de assuntos da própria comunidade. Se percebem resultados também quando as pessoas nos procuram para comentar os assuntos debatido nos programas. Esse retorno é muito comum”.</p>
--	--	--

Com relação ao conteúdo, os depoimentos são claros em determinar que a finalidade é oferecer aos assentados programas que tratem diretamente da realidade local e que, ao mesmo tempo, ofereçam alternativas de entretenimento, como os programas de música e curiosidades. Há um sentimento coletivo de pertencimento ao processo, como se estivessem cumprindo uma missão importante para o movimento. Isso é um ingrediente importante para o fortalecimento da comunicação popular.

Sobre a gestão, em todas as entrevistas os comunicadores fazem questão de salientar a soberania do coletivo. A comunicação, na rádio, é vista numa perspectiva de compartilhamento,

“gerando nos indivíduos a certeza de que aquilo que fazem, em seu campo de atuação, está sendo feito por outros, com os mesmos propósitos e sentidos. Isso dá coesão e estabilidade a m processo de mobilização, devendo ser feita a partir de modelos de comunicação que garantem uma maior efetividade.” (BRAGA, SILVA e MAFRA, 2004, p. 70)

Pelo discurso apreendido das entrevistas, a coesão do grupo se dá a partir de vínculos de co-responsabilidade, um compromisso maior com a causa, mais do que as aspirações individuais. É a busca por uma consolidação política do grupo, muito além do preparo técnico para dirigir uma emissora.

Os quadros acima formam um recorte dos depoimentos e principais situações vividas pelos diferentes atores da prática de comunicação popular da rádio Terra Livre. A costura desses dados revelou que de fato há preocupações no sentido de viabilizar a participação popular na constituição da emissora, assim como garantir aos comunicadores o máximo envolvimento possível na acumulação de conhecimentos e na ação coletiva voltada para atender as demandas cotidianas da comunidade, contribuindo para ampliação da cidadania, de uma forma duradoura.

## 5 – Considerações Finais

### *É permitido sonhar...*

*Falar de sonho é falar de poesia  
 Que encanta dois mundos numa viagem  
 Trazendo no ventre ousadia  
 O limite infinito da alegria  
 Com o sopro do vento pedindo passagem  
 O mundo que é meu é bastante egoísta  
 É muito chato ter um mundo sozinho  
 Se o mundo é só meu, não é de ninguém  
 Quem não sabe amar não consegue viver  
 O mundo dos sonhos é o de quem sabe crer  
 Sonhar é a magia de buscar o perfeito  
 Alimentando o desejo dentro do peito  
 Só quem tem esperança consegue vencer  
 Dois mundo em conflito, constante ansiedade  
 A certeza do sim está no acreditar  
 Que o mundo da vida é o da verdade  
 E nele quem quiser ter liberdade  
 Não pode perder a razão de sonhar!*

(Dirceu Pelegrino Vieira – MST – SC)

Para delimitar o campo da prática de comunicação popular na rádio Terra Livre FM é importante retomar as categorias de análise. Como foi visto, não existe um modelo genérico deste tipo de atividade. O que existem são diversas experiências, que acumulam formatos desenhados pela própria dinâmica do movimento ou grupo vinculado. O mesmo acontece aqui neste estudo.

Os movimentos populares constituem uma “malha”<sup>24</sup> produtora de informação e conhecimento. A necessidade de luta política e de enfrentamento obrigou esses movimentos a desenvolverem estratégias próprias de auto-conhecimento. Esse fluxo de informação que se difunde nestes organismos é orientado diretamente para a defesa de seus projetos sociais (ESCOBAR, 2004).

---

<sup>24</sup> Esse termo é utilizado por Arturo Escobar para designar as redes compostas pelos diversos instrumentos de comunicação.

Do ponto de vista orgânico, a maturidade política da rádio é clara. Por estar umbilicalmente conectada à estrutura do MST, no que tange a compreensão da luta social, os objetivos da emissora são claros: mobilizar os assentados e ser instrumento de ação política e formação dos militantes.

Neste sentido, a rádio tem conseguido aplicar uma prática bem-sucedida de gestão coletiva. Constituída por um grupo de 30 comunicadores, a qualidade dos programas e os formatos são discutidos em conjunto. Há um estímulo para que os jovens participem ativamente dessa construção, ainda que, na prática, nem todos, voluntariamente, se envolvam de forma igual e na mesma intensidade. Nesta perspectiva, a formação de uma coordenação política, integrada por comunicadores e militantes mais experientes, com domínio político mais maduro, resultou positivamente no processo autogestionário da rádio, pois contribuiu para a articulação do coletivo, impulsionando-o.

Outro aspecto que deve ser levado em consideração na análise de experiências de comunicação popular é a participação. Segundo Cicília Peruzzo:

“A participação popular implica uma decisão política e o emprego de metodologias operacionais que a favoreçam. Em matéria de comunicação, não basta incentivar o envolvimento. É necessário criar canais para tanto e mantê-los desobstruídos. Isso tem a ver com objetivos estratégicos, ou seja, aonde se quer chegar” (PERUZZO, 1998, p. 276).

No caso da Terra Livre, o ponto alto da participação popular se deu durante a pesquisa, realizada pelo coletivo de comunicadores, que resultou em um levantamento abrangente em todos os 23 assentamentos da região, para identificar os anseios das famílias quando da elaboração e, posteriormente, da avaliação dos programas da rádio.

Além disso, como registrou em depoimento um dos comunicadores, a proximidade emissor/receptor é tanta que há diálogo fora da rádio. Ao circularem pela comunidade, os jovens comunicadores são invariavelmente interpelados pelos camponeses sobre um ou outro programa e o respectivo conteúdo. Essa ponte de livre troca de troca de idéias complementam o processo participativo.

Quanto ao conteúdo, há certa anomalia na prática vivenciada durante a pesquisa. De um lado, tem-se uma grade de programação que foi fortemente legitimada pela comunidade, haja visto terem sido feitas consultas nesse sentido. Entretanto, existe um distanciamento entre o que foi concebido e o que, efetivamente se desenvolve

concretamente. Apontaremos aqui dois fatores considerados determinantes para que isso ocorresse:

**Excesso de música/pouca diversificação:** não foi realizada nenhuma contagem matemática, mas seguramente 80% da programação da emissora é preenchida quase que exclusivamente por música. É inegável a importância da música na articulação da cultura (PERUZZO, 1998, p. 156-157), mas não é nenhum pouco criativo ficar refém de praticamente um formato. O que se pode perceber, na verdade, é instinto de repetição por parte dos comunicadores ou o medo de apostar e diversificar conteúdos. Em tese, a programação é segmentada, mas muito pouco esforço foi notado para o desenvolvimento de novas abordagens. Isso é lamentável se considerarmos o grau de liberdade editorial que dispõe o coletivo de comunicadores, para ousar e experimentar linguagens.

**Formação:** a prática requer um banho de teoria que, por sua vez, ilumina novamente a prática. Essa equação, que remonta a Paulo Freire, funciona bem quando realmente é aplicada. Muito embora os comunicadores estejam se submetendo a cursos de formação ministrados pelo próprio Setor de Comunicação do MST, a falta de criatividade na programação pode ser creditada, em parte, a uma carência de maior preparo. Não é um preparo técnico. Pelo contrário. O que se pretende é uma programação rica em cultura, arte e educação. Isso implica estudo e cabe ao próprio comunicador se esforçar nesse sentido também. O acesso à internet já garante um universo de possibilidades. É preciso saber usar essas ferramentas e efetivamente usá-las, ou seja, estudar. O comunicador, como alerta Dioclécio Luz (2007), deve sempre se qualificar, de todas as maneiras possíveis. A escola, por exemplo, pode ser um laboratório de idéias. Estabelecer canais com os professores, tentar adaptar conteúdos da escola para os programas de rádio (claro que deve-se atentar para a mudança de formato, pois a educação formal não cabe em um modelo comunicativo de rádio, tampouco o inverso).

Ainda sobre conteúdo, vale lembrar que uma rádio livre, que pratica comunicação popular, a difusão de conteúdos não precisa e nem deve seguir uma lógica mercantil. A comunicadora Thaís Paz analisa a postura da emissora quanto a esse papel:

“Enquanto nas rádios comerciais quem manda é o patrocinador, na nossa rádio quem decide como ela deve ser organizada é a própria comunidade, onde resgatamos nossa cultura, valorizando a identidade regional e não a européia ou norte-americana, e mantendo uma visão política de esquerda, defendendo a unidade camponesa contra o capital”.

Podemos pontuar diversas facetas da comunicação do MST no âmbito da rádio Terra Livre, que também contribuiriam para subsidiar seu caráter popular. Entretanto, existem dois elementos em que a prática comunicativa popular mostra sua força mais transformadora em nossa sociedade: democratização dos meios e conquista da cidadania.

Como foi analisado, não se pode conceber uma sociedade onde os instrumentos de dão densidade significativa ao nosso cotidiano estejam concentrados nas mãos de poucos. Enquanto mecanismos de poder e vinculados ao poder (GUARESCHI, 2005), os meios de comunicação ajudam a traduzir a democracia. Neste sentido, o trabalho de comunicação que desenvolvem os movimentos sociais, em especial o MST, é, no mesmo diapasão, uma contribuição muito importante para garantir a soberania popular.

A prática da comunicação popular não é e nem se pretende hegemônica na sociedade civil, mas não há dúvidas de que ela representa uma conquista muito significativa no processo educativo de quem dela se serve (PERUZZO, 1998). A cidadania, neste modelo de comunicação vinculado aos movimentos sociais, pode ser exercida plenamente à medida que o indivíduo manifesta sua leitura de comunidade, e obtém espaço para divulgação de desejos de mudança.

## Bibliografia

ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. Editora Fundação Perseu Abramo. 1ª edição: janeiro de 2003.

ANDRÉ, Marli Eliza Dalmazo Afonso de. **Etnografia da prática escolar**. Campinas (SP): Papirus, 1995 (Série Prática Pedagógica).

BOFF, Leonardo. **Ecologia mundialização espiritualidade**. São Paulo: Ática, 1993.

BORDENAVE, Juan E. Díaz. **O que é Comunicação?** São Paulo: Brasiliense, 2006.

BRAGA, Clara; SILVA, Daniela Brandão & MAFRA, Rennan. **Fatores de identificação em projetos de mobilização social**. In: HENRIQUES, Márcio Simeone (org.). **Comunicação e estratégias de mobilização social**. 2ª edição. Autêntica, Belo Horizonte (MG), 2004.

COGO, Denise. **Mídias, identidades culturais e cidadania: sobre cenários e políticas de visibilidade midiática dos movimentos sociais**. In: PERUZZO, Cícilia K. (org.). **Vozes cidadãs: aspectos técnicos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina**. Angellara editora, São Paulo, 2004.

ESCOBAR, Arturo. **Atores, redes e novos produtores de conhecimento: os movimentos sociais e a transição paradigmática nas ciências**. In: SANTOS, Boaventura de Sousa (org.). **Conhecimento prudente para uma vida decente: um discurso sobre as ciências revisitado**. Editora Cortez, 2004.

FONSECA, Isabel Costa da. **Estratégias de Comunicação do MST para se inserir na Esfera Pública**. Revista Brasileira de Inovação Científica em Comunicação (ano 1 nº 1), maio 2006. PUC-MG.

GUARESCHI, Pedrinho A. e BIZ, Osvaldo. **Mídia e Democracia**. 2ª edição. Porto alegre: P.G/O.B, 2005.

HURTADO, Carlos Nuñez. **Educar para transformar, transformar para educar: comunicação e educação popular**. Editora Vozes, Petrópolis, RJ, 1992.

KAPLÚN, Mário. **El comunicador popular**. Lúmen-Humanitas, Argentina (1ª edição: 1985).

LIMA, Venício Artur de. **Comunicação e cultura: as idéias de Paulo Freire**. Rio de Janeiro. Editora Paz e Terra, 1981.

\_\_\_\_\_. **Mídia: crise política e poder no Brasil**. Editora Fundação Perseu Abramo, São Paulo, 2006.

LUZ, Dioclécio. **A arte de pensar e fazer rádios comunitárias**. Brasília: (s.n.), 2007.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Globalização comunicacional e transformação cultural**. In: MORAES, Denis de (org). **Por uma outra comunicação** – mídia, mundialização e poder. Editora Record. Rio de Janeiro – São Paulo. 2003.

PERUZZO, Cicília Krohling. **Rádio comunitária na internet: empoderamento social das tecnologias**. Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologias. PUC-RS, Porto Alegre, nº 30 – agosto de 2006.

\_\_\_\_\_. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. Petrópolis, RJ. Editora Vozes, 1998.

\_\_\_\_\_. **Comunicação comunitária e educação para a cidadania**. In: PCLA – volume 4 – número 1: outubro/novembro/dezembro de 2002, disponível em <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista13/artigos%2013-3.htm>, acessado em 11/11/2008.

\_\_\_\_\_. **Participação popular: dos “fiscais de Sarney” aos movimentos sociais**. In: MELO, José Marques (org). **Comunicação na América Latina: desenvolvimento e crise**. Papyrus, Campinas (1989).

POKER, José Geraldo. **Cooperação e cooperativismo no Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra**. In: <http://www.comciencia.br/reportagens/agraria/agr14.shtml>. Acessado em 7/11/2008.

RAMONET, Ignacio. **A tirania da comunicação**. Editora Vozes, Petrópolis (RJ), 2ª edição, 2001.

ROCHA, Nilton José dos Reis. **O circo e seus sonhos andantes**. In: PERUZZO, Cicília K. (org.). **Vozes cidadãs** – aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina. Angellara Editora. São paulo, 2004.

STÉDILE, João Pedro. **A questão agrária no Brasil**. São Paulo: Atual, 1997.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa & NERY, Vanda Cunha Albieri. **Para entender as teorias da comunicação**. Uberlândia (MG): Aspectus, 2004.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**; tradução de Wagner de Oliveira Brandão. 2ª edição – Petrópolis, RJ: Vozes, 1998 (1ª edição: 1995).

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

Documentos Básicos da Atuação do Setor de Comunicação – MST (2004).



**SÍTEOS PESQUISADOS:**

<http://www.mst.org.br>, acessado em 7/11/2008.

<http://www.incra.gov.br>, acessado em 11/11/2008.

<http://www.monografia.net/abnt/index.htm>, acessado em 13/11/2008.

<http://www.radiomundoreal.fm/rmr/?q=pt/node/22868>, acessado em 16/11/2008.

[http://diplo.uol.com.br/2008-04,a2302?var\\_recherche=jo%C3%A3o%20pedro%20st%C3%A9dile](http://diplo.uol.com.br/2008-04,a2302?var_recherche=jo%C3%A3o%20pedro%20st%C3%A9dile) (entrevista com João Pedro Stédile – MST), acessado em 16/11/2008.

# **ANEXOS**

# **ANEXO 1 – Roteiros de entrevista (modelos)**

## **QUESTIONÁRIO – COLETA DE DADOS**

**ASSENTAMENTO MST – ABELARDO LUZ (SC) – OUTUBRO 2008**

### **ENTREVISTA ESTRUTURADA**

## **EIXO CENTRAL – Rádio Comunitária – Dados Básicos** **Roteiro 1**

### **Regularização**

Tem?

Já funcionou sem autorização?

Por quanto tempo?

Quando?

Há filiação em alguma entidade?

### **Dados técnicos**

Alcance/potência –

como conseguiu equipamentos? –

Estrutura (quantidade de equipamentos, etc.) –

### **Recursos**

Técnicos –

Financeiros –

Humanos (quantas pessoas atuam?) –

### **Programação**

É segmentada (programas musicais, para adolescente, mulheres, movimentos negros, movimentos sociais, etc.)

## **Gestão**

Quem coordena (quantas pessoas?) –

Quais funções?

Há reuniões pra discutir a programação? (como são feitas?)

Há treinamentos? Cursos de formação?

## **Data de fundação (histórico):**

Quando começou a operar?

Como surgiu a idéia? Por que a escolha de uma Rádio?

## **Audiência**

Qual a audiência da Rádio?

Há aferição de audiência? Como é feita?

## **Público Alvo**

Qual é o público alvo da Rádio?

**QUESTIONÁRIO – COLETA DE DADOS****ASSENTAMENTO MST – ABELARDO LUZ (SC) – OUTUBRO 2008****ENTREVISTA ESTRUTURADA****EIXO 1 – Sujeito: PRODUTOR – Roteiro 2****(Locutor/apresentador; Redator/produtor; Pauteiro/direção)**

Nome: \_\_\_\_\_ Onde mora: \_\_\_\_\_  
Idade: \_\_\_\_\_ Renda familiar: \_\_\_\_\_  
Profissão: \_\_\_\_\_ É do MST? ( ) sim ( ) não  
Escolaridade: \_\_\_\_\_

---

**Participação**

O que você faz na Rádio? Qual (s) programa (s) faz?

Você gosta dessa função? Por que?

Já desempenhou outras funções? Quais?

Como que é definido o que cada um deve fazer?

**Programação/Conteúdo**

- Como a grade de programação é elaborada? (as pessoas do assentamento são consultadas? Como? Quem?)

- Há reuniões regulares para discutir a programação? (analisar qualidade, fazer alterações...) Como são feitas essas reuniões?

**QUESTIONÁRIO – COLETA DE DADOS**

**ASSENTAMENTO MST – ABELARDO LUZ (SC) – OUTUBRO 2008**

**ENTREVISTA ESTRUTURADA**

**EIXO 2 – Sujeito: OUVINTE**

**(dividido por áreas)**

Nome: \_\_\_\_\_ Onde mora: \_\_\_\_\_  
 Idade: \_\_\_\_\_ Renda familiar: \_\_\_\_\_  
 Profissão: \_\_\_\_\_ É do MST? ( ) sim ( ) não  
 Escolaridade: \_\_\_\_\_

---

**Audiência**

Você ouve a rádio?

O que você ouve na Rádio? Por que?

Você já participou da rádio diretamente? Por que?

Se você precisar participar de alguma forma da rádio, tem como? Mandar recado, pedir que falem de um assunto que aconteceu com você?

Você conhece outros meios de comunicação do MST? Quais? Você lê? O que acha?

**Interesse Coletivo**

A Rádio é importante pra você? Por que? Em que ela é importante?

E para o MST, você acha que a Rádio é importante? Por que? Em que?

**Conteúdo/Difusão de idéias**

Quando você não está ouvindo a rádio, que outros meios de comunicação gosta/prefere ouvir/assistir?

O que você busca neste (s) veículos?

QUESTIONÁRIO – COLETA DE DADOS  
ASSENTAMENTO MST – ABELARDO LUZ (SC) – OUTUBRO 2008

ENTREVISTA ESTRUTURADA

**EIXO 3 – Sujeito: lideranças**

Nome: \_\_\_\_\_ Onde mora: \_\_\_\_\_  
Idade: \_\_\_\_\_ Renda familiar: \_\_\_\_\_  
Profissão: \_\_\_\_\_ É do MST? ( ) sim ( ) não  
Escolaridade: \_\_\_\_\_

---

**Interesse Coletivo**

Por que uma rádio comunitária para se instalar no assentamento?

Como surgiu a idéia de criar a Rádio?

Existem dificuldades? Quais? São as mesmas ao longo do tempo?

**Conteúdo/difusão de idéias**

Há diferença entre o que é veiculado na Rádio do Assentamento com o que passa normalmente nos outros meios de comunicação?

**Mobilização Popular**

A Rádio de alguma forma ajuda/tem ajudado na luta pela reforma agrária na região?  
Como?

## ANEXO 2 – Calendário histórico

### Janeiro

**“O grande problema brasileiro é levantar o nível dessa massa da população, porque cultura é um fato coletivo, e não individual. É preciso usar o máximo dos recursos do país para dar saúde e educação para essa massa.”**

**(CAIO PRADO JUNIOR)**

- 01 - Criada a primeira Liga Camponesa, em Vitória de Santo Antão, Pernambuco, 1995.
- 01 - Rebeldes tomam Havana. É o triunfo da Revolução Cubana, 1959.
- 01 - Levante popular organizado pelo Exército Zapatista de Libertação Nacional, em Chiapas, México, 1994.
- 01 - Independência da República Negra do Haiti, 1804.
- 03 - Nasce Luís Carlos Prestes, líder comunista brasileiro, Porto Alegre, 1898.
- 04 - Assassinado Quintino, herói dos posseiros da gleba Cidapar, pela polícia militar paraense, 1985.
- 04 - Morre o cartunista Henfil, 1988.
- 05 - Escravos nagôs, hauçás, e jejês se insurgem no Recôncavo baiano, 1809.
- 06 - Começa a Semana Vermelha liderada por Rosa Luxemburgo, Berlim, 1919.
- 06 - Os Cabanos tomam Belém e assumem o poder no Pará, 1835.
- 07 - Assassinado o escravo João, líder da rebelião de escravos em Queimadas, Espírito Santo, 1850.
- 07 - Forças comunistas tomam a primeira cidade do Vietnã do Sul, Phuoc-Binh, 1975.
- 14 - Massacre de Pau de Colher, Bahia: 400 sertanejos remanescentes de Caldeirão são mortos pela polícia e pelo exército, 1938.
- 15 - Rosa Luxemburgo é assassinada pela contra-revolução, Berlim, Alemanha, 1919.
- 19 - Começa a greve na estrada de ferro Central do Brasil, Rio de Janeiro, 1950.
- 20 - Rubens Paiva é assassinado pela ditadura militar, Rio de Janeiro, 1971.
- 20 - Assassinado Amílcar Cabral, revolucionário africano pela ditadura portuguesa de Cabo Verde e Guiné Bissau, 1973.
- 21 - Morre Lênin, líder da revolução russa, Moscou, 1924.
- 21 - Levante indígena e popular no Equador, 2000.
- 21 - Começa o 1º Encontro Nacional-Fundação do MST, em Cascavel, Paraná, 1984.
- 24 - Greve geral convocada pela CGT argentina tem adesão de 97,4%, 1986.
- 25 - Revoltas dos Malês, Bahia, 1835.
- 29 - 1º Congresso Nacional do MST, com 1.500 participantes, em Curitiba, Paraná, 1985.
- 29 - O rebelde cubano José Martí inicia a guerra pela independência de Cuba, 1895.



## Fevereiro

**“Para estudar o passado de um povo, de uma instituição, de uma classe, não basta aceitar ao pé da letra tudo quanto nos deixou a simples tradição escrita. É preciso fazer falar a multidão imensa dos figurantes mudos que enchem o panorama da história e são muitas vezes mais interessantes e mais importantes que os outros os que apenas escrevem a história.”**

**(SÉRGIO BUARQUE DE HOLLANDA)**

- 01 Assassinado Farabundo Martí, líder comunista salvadorenho, 1932.
- 01 Instalada a Assembléia Nacional Constituinte, Brasília, 1987.
- 02 A URSS vence a batalha de Stalingrado, decisiva para a derrota dos nazistas na II Guerra Mundial, 1943.
- 03 Nasce Camilo Torres, padre e revolucionário colombiano, 1929.
- 03 Yasser Arafat torna-se líder da Organização para Libertação da Palestina (OLP), 1969.
- 05 Na França, a jornada de trabalho dos mineradores é fixada em nove horas, 1902.
- 07 Morre em combate no Rio Grande do Sul Sepé Tiaraju, líder guarani, 1756.
- 07 Primeiro bombardeio estadunidense no Vietnã do Norte, 1965.
- 09 Começa a Revolução Mexicana, 1913.
- 10 Nasce Bertold Brecht, poeta e dramaturgo alemão, 1898.
- 14 Nasce Nadejda Krupskaya, pedagoga russa e companheira de Lênin, 1869.
- 15 Morre em combate o padre guerrilheiro Camilo Torres, 1966.
- 17 O MST inicia a Marcha Nacional pela Reforma Agrária, percorrendo mais de mil quilômetros até Brasília, 1997.
- 21 O líder nicaraguense Augusto César Sandino é assassinado por aliados do futuro ditador Somoza, 1934.
- 21 O líder do movimento negro Malcolm X é assassinado pelo serviço secreto dos Estados Unidos, 1965.
- 27 Começa a revolta armada de índios em Wounded Knee, Dakota do Sul, Estados Unidos, 1973.

## Março

**“A cultura oficial brasileira, a dos homens oficialmente cultos do Brasil nutriu-se, frequentemente, e de uma visão vesga do mundo. A globalização agrava essa vesguice.”**

**(MILTON SANTOS)**

- 01 Nasce Anton Makarenko, pedagogo russo, 1889.
- 05 Cerca de três mil famílias do MST promovem maior ocupação de terras no Brasil, ao tomar a Fazenda Macaxeira, Pará, 1996.
- 08 Dia Internacional da Mulher.
- 09 Assassinado Teixeira, líder Sem Terra do Paraná, 1993.
- 13 Comício na Central do Brasil reúne 200 mil. O presidente João Goulart anuncia a nacionalização das refinarias de petróleo, Rio de Janeiro, 1964.
- 15 Revolta de Porecatu, Paraná, 1951.
- 15 O estudante Alexandre Vannuchi Leme é morto DOI/CODI de São Paulo, 1973.
- 18 Começa a Comuna de Paris, 1ª Revolução Proletária da história, 1871.
- 19 A Marcha da Família com Deus pela liberdade, articulada pelas forças revolucionárias, reúne 500 mil contra Jango, São Paulo, 1964.
- 19 O MST recebe o Prêmio Rei Balduino, em Bruxelas, Bélgica, 1997.
- 21 Dia Mundial pela Eliminação da Discriminação Racial.
- 23 Impasse nas negociações entre metalúrgicos e patrões provoca a intervenção no sindicato do ABC. No ano seguinte, a mesma situação culminaria com a prisão dos dirigentes, entre eles Lula, em São Bernardo, 1979.
- 24 Assassinado Dom Oscar Romero, bispo salvadorenho, 1980.
- 24 Início da Revolta dos Balaios, Maranhão, 1839.
- 24 Começa a rebelião dos marinheiros, Rio de Janeiro, 1964.
- 25 Fundação do Partido Comunista do Brasil, Rio de Janeiro, 1922.
- 26 Dia Mundial do Teatro.
- 28 O estudante Edson Luís Lima Souto é morto, Rio de Janeiro, 1968.
- 31 O Departamento de Estado dos Estados Unidos aciona a Operação Brother Sam, com os navios e aviões trazendo armas e combustíveis para derrubar Jango, 1964.
- 31 Golpe Militar no Brasil, 1964.
- 31 Assassinada Roseli Nunes Silva, líder Sem Terra, Rio Grande do Sul, 1987.

## Abril

**“Quando eu vou na cidade tenho a impressão de que estou no paraíso. Acho sublime ver aquelas mulheres e crianças tão bem vestidas. Tão diferentes da favela. As casas com seus vasos de flores e cores variadas. Aquelas paisagens hão de encantar os visitantes de São Paulo, que ignoram que a cidade afamada da América do Sul está enferma. Com suas úlceras, as favelas.”**

**(MARIA CAROLINA DE JESUS)**

- 01 Camponeses famintos ocupam grandes propriedades rurais na Rússia e são duramente reprimidos, 1902.
- 01 Assassinado João Teixeira, líder das Ligas Camponesas de Sapé, Paraíba, 1962.
- 02 Inicia-se o maior movimento grevista ocorrido no país, até então, conhecido como Greve dos 300 mil, São Paulo, 1953.
- 04 Assassinado nos Estados Unidos Martin Luther King, pastor negro e líder da luta contra o racismo, 1968.
- 06 Comício de 1,3 milhão pelas Diretas Já, do Vale do Anhangabaú, em São Paulo, 1984.
- 09 É decretado o Ato Institucional desencadeando uma onda de cassações e prisões. Até dez de outubro do ano seguinte seria aplicado 3.535 vezes, 1964.
- 10 Assassinado Emiliano Zapata, líder da Revolução Mexicana, 1919.
- 11 Rebeldes paulistas e gaúchos encontram-se em Foz do Iguaçu e formam a Coluna Miguel Costa-Pretes, 1925.
- 11 Governo admite que Brasil já desmatou na Amazônia área equivalente a França, 2000.
- 12 Início da Guerrilha do Araguaia organizado pelo PC do B, Pará, 1972.
- 14 Dia da Conservação do Solo.
- 17 Assassinado 19 companheiros Sem Terra em Eldorado dos Carajás, Pará, 1996.
- 17 Dia Internacional da Luta Camponesa.
- 18 Revolta Popular de Trombas e Formoso, Goiás, 1964.
- 19 Dia da Luta Indígena.
- 19 Derrota dos Estados Unidos na invasão da Baía dos Porcos, Cuba, 1961.
- 20 Assassinado índio Galdino, em Brasília, 1997.
- 21 Enforcamento de Tiradentes, líder da Inconfidência Mineira, 1792.
- 22 Invasão do Brasil pelos portugueses: 508 anos de exploração e lutas.
- 22 Nascimento de Lênin, líder revolucionário russo, 1870.
- 22 Greve paralisa 15 mil operários em Contagem, Minas Gerais, 1968.
- 24 Panelaço nas principais cidades brasileiras por Eleições Diretas, 1984.
- 30 Derrota final dos Estados Unidos no Vietnã, Saigon, capital do Vietnã do Sul, é batizada de Ho Chi Minh, 1975.

## Maio

**“É uma necessidade conversar com os poetas. E se os poetas morrerem, provocarei os mortos, as flores do mal que estão na minha estante.”**

**(PATRÍCIA GALVÃO “PAGÚ”)**

01 Dia do Trabalhador.

05 Nascimento de Karl Marx, 1818.

05 Dia da Comunicação

08 Vitória de Ho Chi Minh na guerra contra o exército colonialista francês, Vietnã, 1954.

08 II Congresso Nacional do MST, com 5 mil delegados e delegadas, Brasília, 1990.

09 Carlos Marighella, dirigente comunista, é baleado e preso em um cinema no Rio, 1964.

10 Assassinado Josimo Moraes Tavares, padre e líder dos posseiros, Imperatriz, Maranhão, 1986.

12 Retomada das greves operárias no Brasil, ABC, 1978.

13 Lei da Abolição da escravatura, 1888.

13 A Universidade Sorbonne é ocupada pelos estudantes. Operários entram em greve, Paris, 1968.

14 Mais de 100 mil metalúrgicos participam de assembléia no Estádio da Vila Euclides, que aprova a continuação da greve, São Bernardo, 1979.

15 Os teatros fecham as portas em protesto contra a censura da peça Abajur Lilás, de Plínio Marcos, a 400ª proibida pela ditadura militar, São Paulo, 1975.

15 Fundação da CONCRAB (Confederação das Cooperativas de reforma Agrária do Brasil), 1992.

16 A Índia se torna a sexta nação a ter bomba atômica, 1974.

17 A avaliação israelense bombardeia campos de refugiados palestinos no Líbano, 1974.

19 Morre em combate José Martí, poeta e patriota cubano, 1895.

19 Nasce Ho Chi Minh, líder da revolução socialista do Vietnã, 1890.

19 500 mil pessoas protestam em Washington contra a guerra do Vietnã, 1971.

23 Os jovens Martins, Miragaia, Drauzio e Camargo (MMDC) são mortos em choque com a polícia e é deflagrado o movimento da Revolução Constitucionalista, São Paulo, 1932.

## Junho

**“O revolucionário é um otimista. E nada de tomar resoluções lógicas, irrefutáveis. A morte ilumina a vida, coroa o sacrifício. Lega às gerações a dignidade da escolha.”**

**(IARA LAVELBERG)**

02 Criada a Organização para a Libertação da Palestina (OLP), 1964.

02 Soldados brasileiros da força interamericana participam da tomada do palácio do governo na República Dominicana, 1965.

03 Começa a Eco-92, reunindo ONGs e representantes de 178 países, rio de Janeiro, 1992.

05 Dia Mundial do Meio Ambiente.

06 Santos transforma-se em “praça de guerra” durante greve dos estivadores, 1963.

07 Mais de 2.500 jornalistas assinam manifesto da ABI contra a censura, 1977.

10 Luís Carlos Prestes assume o Estado Maior da Coluna Miguel Costa-Prestes, 1925.

13 Criado o SNI (Serviço Nacional de Informação) e Golbery do Couto e Silva é seu primeiro chefe, 1964.

17 Dia do Migrante.

19 Nasce José Artigas, “Pai da Pátria”, Uruguai, 1764.

19 2 mil policiais ocupam a Universidade de Brasília, 1977.

21 Manifestação de 10 mil mulheres pelo voto feminino em Londres, 1908.

26 Passeata dos Cem mil no Rio de Janeiro, 1968.

28 Juscelino Kubitschek rompe com o Fundo Monetário Internacional, 1959.

## Julho

**“Contra a intolerância dos ricos, a intransigência dos pobres. Não se deixar cooptar. Não se deixar esmagar. Lutar sempre.”**

**(FLORESTAN FERNANDES)**

02 Criada a Operação Bandeirantes (Oban), centro de repressão política. Patrocinado por empresários, foi o embrião do DOI/CODI, São Paulo, 1969.

05 Começa o levante armado dos tenentes, conhecido como Revolução de 24. Forças legalistas atacam a cidade com pesados bombardeios, São Paulo, 1924.

08 Primeiro congresso do PCB na legalidade, 1986.

08 Índios Xavantes armam-se pra conter invasão de suas terras, Mato Grosso, 1972.

09 Dia Nacional da Alfabetização.

15 Militares brasileiros são denunciados na Itália como participantes da Operação Condor, articulação das ditaduras latino-americanas para repressão e seus opositores, 1999.

15 Início da Greve Geral, Setenta mil operários cruzam os braços em São Paulo, 1917.

18 O Comando de Caça aos comunistas (CCC) invade e depreda o teatro Galpão, espancando o elenco da peça Roda Viva, de Chico Buarque, São Paulo, 1968.

18 Início da Guerra Civil Espanhola, 1936.

19 9ª Assembléia da CNBB condena falta de liberdade no país, 1968.

19 Começa a Revolução Sandinista, Nicarágua, 1979.

23 Massacre da Candelária: oito crianças são assassinadas por policiais, Rio de Janeiro, 1993.

24 Começa o III Congresso Nacional do MST – “Reforma Agrária, Uma Luta de Todos”, Brasília, 1995.

25 Dia do Trabalhador Rural.

26 Enterro do sapateiro Martinez, assassinado pela repressão. Marca um dos momentos mais dramáticos da Greve Geral, São Paulo, 1917.

28 Lampião, Maria Bonita e mais 15 cangaceiros são mortos na fazenda Angico, Sergipe, 1938.

31 Guerrilheiros Tupamaros seqüestram o cônsul brasileiro Aluísio Gomide, Montevideú, 1970.

31 Começa a I Conferência da Organização Latino-Americana de Solidariedade (OLAS), Havana, 1967.

## Agosto

**“A experiência dos povos latino-americanos os ensinou que a concentração de poderes nas mãos do Estado, quando esse não é seu, apenas reforça a máquina da opressão da burguesia.”**

**(RUY MAURO MARINI)**

- 02 Revolta dos Muckers, camponeses imigrantes alemães, Montenegro, Rio Grande do Sul, 1870.
- 04 Atentado neofascista no expresso Roma-Munique mata 12 e deixa 48 feridos, Itália, 1974.
- 05 Morre Frederich Engels, pensador e militante revolucionário, Inglaterra, 1895.
- 05 Dia Nacional da Saúde.
- 06 Os Estados Unidos lançam a bomba atômica sobre Hiroshima, 120 mil mortos, 1945.
- 07 Começa o IV Congresso Nacional do MST – “Reforma Agrária: por um Brasil sem latifúndio”, Brasília, 2000.
- 09 Massacre de 10 sem-terra em Corubiara pela Polícia Militar, Rondônia, 1995.
- 09 Morre Herbert de Souza, o Betinho, 1997.
- 10 Morre Florestan Fernandes, sociólogo brasileiro, São Paulo, 1995.
- 12 Assassinada Margarida Maria Alves, líder sindical rural, Paraíba, 1983.
- 12 Revolta dos Alfiates, Bahia, 1798.
- 13 Nasce Fidel Castro, líder da Revolução Cubana, 1927.
- 13 Massacre dos Astecas, 1521.
- 13 É fundada a União Nacional dos Estudantes, 1937.
- 14 Morre Bertold Brecht, poeta e dramaturgo, Alemanha, 1956.
- 17 Exterminados os últimos guerreiros da rebelião dos Tamoios, em Cabo Frio, Rio de Janeiro, 1575.
- 19 A direita terrorista promove atentados à bomba na ABI e OAB, Rio de Janeiro, 1976.
- 20 Assassinado Leon Trotski, líder revolucionário russo, México, 1940.
- 20 Iara Iavelberg, militante do MR-8 e companheira de Carlos Lamarca, morre em Salvador, 1971.
- 21 Golpe na Bolívia derruba Juan Jose Torres. Com a ajuda do governo brasileiro assume o coronel Hugo Banzer, 1971.
- 22 Sacco e Vanzetti são executados nos Estados Unidos, provocando uma onda de revolta e manifestações no mundo todo, 1927.
- 23 Martin Luther King comanda a Marcha sobre Washington e faz seu famoso discurso “Eu tenho um sonho”, 1963.
- 27 É decretada a Anistia política no Brasil, 1979.

## Setembro

**“Nenhum fator é mais negativo para a situação de abastecimento alimentar do país do que a sua estrutura agrária feudal, com um regime inadequado de propriedade, com relações de trabalho socialmente superadas e com a não utilização da riqueza potencial dos solos. Apresenta-se deste modo a Reforma Agrária como uma necessidade histórica.”**

**(JOSUÉ DE CASTRO)**

- 04 A Unidade Popular elege Salvador Allende presidente do Chile, 1970.
- 07 Ocupação da fazenda Macali, que deu origem ao MST, Rio Grande do Sul, 1979.
- 07 Grito dos Excluídos.
- 09 Morre Mao Tse-tung, líder da Revolução Socialista Chinesa, Pequim, 1976.
- 11 Golpe militar no Chile. O presidente socialista Salvador Allende morre na resistência, em Santiago, 1973.
- 12 Morre na prisão Steve Biko, líder popular sul-africano, 1977.
- 15 Stuart Angel morre após torturas na Base Aérea do Galeão, Rio de Janeiro, 1971.
- 16 Assassinado Olívio Albani, Sem-Terra, Santa Catarina, 1989.
- 17 Assassinado Carlos Lamarca, dirigente da VPR (Vanguarda Popular Revolucionária) e militante do MR-8, Bahia, 1971.
- 18 Começa a Guerra do Paraguai, 1865.
- 18 Lei de Terras legitima o latifúndio no Brasil, 1850.
- 18 Massacre de palestinos nos campos de refugiados de Sabra e Chatila, Líbano, 1982.
- 19 Comício da Fome no Rio de Janeiro, 1959.
- 21 Dia da Árvore.
- 21 Segunda Conferência Nacional dos Trabalhadores do Campo, quando se decide criar as ULTABs, São Paulo, 1954.
- 22 Morre Antônio Conselheiro, em Canudos, Bahia, 1897.
- 23 Morre Pablo Neruda, poeta e comunista chileno, 1973.
- 23 A guerrilha proclama a independência da Guiné-Bissau, 1973.
- 26 Marcha das Ligas Camponesas, Recife, Pernambuco, 1960.
- 27 Greve de 50 mil petroleiros em 21 estados brasileiros, 1994.
- 28 Fundada, por iniciativa de Karl Marx, a Associação Internacional dos Trabalhadores, Londres, 1864.
- 29 Greve dos 200 mil cortadores de cana, Pernambuco, 1980.
- 30 A ditadura chilena mata o ex-ministro da Defesa de Allende, general Carlos Prats, e sua mulher, Buenos Aires, 1974.



## Outubro

**“Só conseguimos deitar no papel os nossos sentimentos, a nossa vida. Arte é sangue, é carne. Além disso não há nada. As nossas personagens são pedaços de nós mesmos, só podemos expor o que somos.”**

**(GRACILIANO RAMOS)**

- 01 Triunfo da Revolução Chinesa, 1949.
- 02 Chacina de 111 prisioneiros do presídio do Carandiru pela PM, São Paulo, 1992.
- 02 Nasce Mahatma Gandhi, líder pacifista, Índia, 1869.
- 02 Golpe militar derruba o general Juan Perón da Argentina, 1955.
- 03 Vitória dos acampados e acampadas de Encruzilhada Natalino, Rio grande do Sul, 1983.
- 04 Fidel anuncia que Che Guevara renunciou a nacionalidade cubana para lutar contra o imperialismo, Havana, 1965.
- 05 Exército massacra Canudos, Bahia, 1897.
- 08 Massacre dos metalúrgicos da Usiminas: 117 feridos e 32 mortos, pela PM, em Ipatinga, Minas Gerais, 1963.
- 09 Assassinado Ernesto Che Guevara, pelo exército boliviano, 1967.
- 12 Grito latino-americano dos Excluídos.
- 12 Dia da Criança.
- 15 Dia do Professor.
- 16 Morte de 5 trabalhadores acampados na BR 358, Cuiabá, Mato Grosso, 1996.
- 16 Dia Mundial da Alfabetização.
- 22 Morre em combate José Maria, líder do Contestado, Santa Catarina, 1912.
- 23 Preso e assassinado Joaquim Câmara Ferreira, o Toledo, sucessor de Marighella na ALN, São Paulo, 1970.
- 25 Os Estados Unidos invadem Granada e depõem governo socialista, 1983.
- 25 O Exército mata o último guerrilheiro do Araguaia, conforme Relatório do Ministério da Marinha. É Walquíria Afonso Costa, de 27 anos, ex-aluna da Universidade Federal de Minas Gerais, 1974.
- 25 Vladimir Herzog, jornalista, é preso e torturado até a morte no DOI/CODI, São Paulo, 1975.
- 26 Levante popular armado de Augusto Sandino, Nicarágua, 1926.
- 29 Começa a Greve dos 700 mil, São Paulo, 1963.
- 30 Assassinado Santo Dias, líder metalúrgico, São Paulo, 1979.
- 30 Congresso de fundação da CMP (Central de Movimentos Populares), 1993.

## Novembro

**“Em épocas de crise como a que vivemos cumpre deixar de lado muitas das idéias recebidas, particularmente as explicações que pretendem ignorar as responsabilidades morais das elites. Temos o dever de nos interrogar sobre a raiz dos problemas que afligem o povo e repudiar posições doutrinárias fundadas num reducionismo econômico.”**

**(CELSO FURTADO)**

04 Assassinado Carlos Mariguella, dirigente da ALN (Ação Libertadora Nacional), São Paulo, 1969.

04 Rebelião contra os espanhóis liderada por Tupac Amaru, Peru, 1780.

07 Revolução Russa, 1917 (25 de outubro pelo antigo calendário russo).

07 Revolta da Sabinada, Bahia, 1889.

09 A polícia destrói o sítio Caldeirão, em Juazeiro, expulsando 2 mil camponeses, Ceará, 1936.

09 Exército invade a Companhia Siderúrgica Nacional e assassina três metalúrgicos, Volta Redonda, Rio de Janeiro, 1988.

10 Marítimos e ferroviários fazem Greve da Paridade para equiparação salarial com os militantes, 1960.

11 O Brasil reconhece a independência de Angola. Fidel Castro manda tropas por avião e por navio, e garante a sobrevivência do governo do presidente Agostinho Neto, do MPLA, 1975.

15 Proclamação da República Brasileira, Rio de Janeiro, 1889.

15 I Congresso Nacional de Lavradores e Trabalhadores Agrícolas, Belo Horizonte, Minas Gerais, 1963.

20 Dia da Consciência Negra.

20 Morte de Zumbi dos Palmares e outros 20 guerreiros, 1695.

22 Estoura a Revolta da Chibata, Rio de Janeiro, 1910.

23 Início da rebelião comunista em Natal, Rio Grande do Norte; no dia seguinte levanta-se o 29º Batalhão de Caçadores em Recife e, no dia 27, sublevam-se o 3º Regimento de Infantaria e a Escola de Aviação no Rio de Janeiro, 1935.

27 Primeiro comício pró-diretas em São Paulo, 1983.

28 Nasce Friedrich Engels, filósofo alemão, 1820.

## Dezembro

**“Ninguém ignora tudo, ninguém sabe tudo. Todos nós sabemos alguma coisa. Todos nós ignoramos alguma coisa. Por isso aprendemos sempre.”**

**(PAULO FREIRE)**

- 01 Irlanda do Norte ganha autonomia, depois de 25 anos de domínio britânico, 1999.
- 06 Bomba na Editora Civilização Brasileira, no Rio de Janeiro, 1976.
- 09 CPT e MST recebem prêmio Nobel Alternativo, Suécia, 1991.
- 10 Dia Universal dos Direitos Humanos.
- 10 Começa a Intifada, revolta palestina na faixa de Gaza e Cisjordânia contra a ocupação de terras por Israel, 1987.
- 10 A Anistia Internacional organiza o Congresso Mundial Contra a Tortura, Paris, 1973.
- 11 O MST recebe o prêmio UNICEF “Educação e Participação”, 1995.
- 12 Denúncia na Argentina: desde 1970, 6 mil pessoas foram executadas e mais de 15 mil pessoas presas pela ditadura militar, 1977.
- 13 Decretado o Ato Institucional Nº. 5, suspendendo as garantias constitucionais, fechando o Congresso e cassando mandatos, 1968.
- 16 Assassinados Pedro Pomar e Ângelo Arroio, dirigentes do PCdoB, São Paulo, 1976.
- 17 Morre Simon Bolívar, Colômbia, 1830.
- 17 Cai o último reduto da Guerra do Contestado, 1915.
- 19 Zapatistas tomam 38 aldeias no Estado de Chiapas, México, 1994.
- 21 Massacre de Santa Maria de Iquique mata 3.600 mineiros em greve, Chile, 1907.
- 22 Assassinado Chico Mendes, líder dos seringueiros, Xapuri, Acre, 1988.
- 25 Natal.
- 25 Carlos Danielli, Lincoln Oest e Luís Ghilardini, dirigentes do PC do B, são mortos sob tortura, 1972.
- 26 Nasce Mao Tse-tung, líder de Revolução Socialista, China, 1893.
- 27 Levante de quatro mil garimpeiros de Serra Pelada. A PM reage a bala: 133 são mortos na rodovia PA-150, Pará, 1987.

## ANEXO 3 – Imagens Rádio Terra Livre



Foto 1. Grupo de comunicadores



**Foto 2. Coletivo de comunicadores em reunião semanal**





**Foto 3. Rádio Terra Livre no ar**



**Foto 4. Reforma agrária no ar**