



CAMILA BONASSA FARIA

No ar e na rede: o uso da internet nas práticas radiofônicas do Movimento dos Trabalhadores
Rurais Sem Terra

São Paulo - SP

2021

CAMILA BONASSA FARIA

No ar e na rede: o uso da internet nas práticas radiofônicas do Movimento dos Trabalhadores
Rurais Sem Terra

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Territorial na América Latina e Caribe (TerritoriAL), do Instituto de Políticas Públicas e Relações Internacionais (IPPRI) da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp), como exigência para obtenção do título de Mestre Desenvolvimento Territorial na América Latina e Caribe (área de Geografia), na área de concentração “Desenvolvimento territorial”, na linha de pesquisa “Território, Educação e Cultura”.
Orientador: Prof. Dr. Rafael Litvin Villas Bôas.

São Paulo - SP

2021

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”
Instituto de Políticas Públicas e Relações Internacionais – Biblioteca
Graziela Helena Jackyman de Oliveira – CRB 8/8635

Faria, Camila Bonassa.

F224 No ar e na rede : o uso da internet nas práticas radiofônicas do
Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra / Camila Bonassa
Faria. – São Paulo, 2021.

177 f. : il. ; 30 cm.

Orientador: Rafael Litvin Villas Bôas.

Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Territorial na
América Latina e Caribe) – Universidade Estadual Paulista “Júlio de
Mesquita Filho”, Instituto de Políticas Públicas e Relações
Internacionais, Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento
Territorial na América Latina e Caribe, São Paulo, 2021.

1. Geografia rural. 2. Desenvolvimento rural – Brasil. 3.
Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra. 4. Mídia digital –
Brasil. 5. Radiodifusão – Brasil. 5. Internet. I. Título.

CDD 301.350981

IMPACTO POTENCIAL DESTA PESQUISA

Ao analisar o uso da internet nas práticas radiofônicas do MST, a partir da experiência da Camponesa, a pesquisa mostra mudanças significativas na adoção das mídias sociais no cotidiano da rádio, que não perde sua essência de emissora popular com sujeitos protagonistas formados na luta, mostrando as potencialidades da prática comunicativa coletiva e abrindo novas possibilidades de temas a serem pesquisados.

POTENTIAL IMPACT OF THIS RESEARCH

By analyzing the use of the internet in the radio practices of the MST, based on the experience of Camponesa Radio, this research reveals significant changes with the adoption of social media in the daily operations of the radio station. Despite these transformations, the station remains true to its essence as a broadcaster with protagonists shaped by the struggle, highlighting the potential of collective and communal communication practices and opening new avenues for research topics.

IMPACTO POTENCIAL DE ESTA INVESTIGACIÓN

Al analizar el uso del internet en las prácticas radiofónicas del MST, a partir de la experiencia de la Camponesa, la investigación muestra cambios significativos en la adopción de las redes sociales en el cotidiano de la emisora, que no pierde su esencia de emisora popular con protagonistas formados en la lucha, mostrando el potencial de la práctica comunicativa colectiva y abriendo nuevas posibilidades de temas a investigarse.

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE CAMILA BONASSA FARIA, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL NA AMÉRICA LATINA E CARIBE, DO INSTITUTO DE POLÍTICAS PÚBLICAS E RELAÇÕES INTERNACIONAIS - UNIDADE COMPLEMENTAR - SÃO PAULO.

Aos 16 dias do mês de dezembro do ano de 2021, às 09:00 horas, por meio de Videoconferência, realizou-se a defesa de DISSERTAÇÃO DE MESTRADO de CAMILA BONASSA FARIA, intitulada **No ar e na rede: o uso da internet nas práticas radiofônicas do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra**. A Comissão Examinadora foi constituída pelos seguintes membros: Prof. Dr. RAFAEL LITVIN VILLAS BOAS (Participação Virtual) do(a) UnB / Universidade de Brasília, Prof. Dr. JOSÉ SOBREIRO FILHO (Participação Virtual) do(a) PPGeo / UFPA, Prof. Dr. HELENA MARTINS DO RÊGO BARRETO (Participação Virtual) do(a) Instituto de Cultura e Arte - Campus do Pici / Universidade Federal do Ceará (UFC). Após a exposição pela mestranda e arguição pelos membros da Comissão Examinadora que participaram do ato, de forma presencial e/ou virtual, a discente recebeu o conceito final: APROVADA. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelo(a) Presidente(a) da Comissão Examinadora.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Rafael Litvin Villas Boas", with a long horizontal stroke extending to the right.

Prof. Dr. RAFAEL LITVIN VILLAS BOAS

À Luiz Beltrame de Castro (em memória), meu amigo Seu Luiz, pela vida, força e versos que sempre me inspiram a seguir.

À Izael Fagundes (em memória), meu camarada Bombinha, por ignorar os limites técnicos e pessoais, romper a cerca do latifúndio do ar e se construir um comunicador popular a serviço da classe trabalhadora.

AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001. As opiniões, hipóteses e conclusões ou recomendações aqui expressas são de responsabilidade dos autores e não necessariamente refletem a visão das instituições que apoiaram esta pesquisa.

Assim como na vida e na militância, o caminho da dissertação nunca é solitário. Ainda que seja fundamental a dedicação de quem se propõe a estudar, uma pesquisa que se pretende de utilidade coletiva, nunca se realizará somente por mérito pessoal. Ao longo da trajetória contamos com pessoas e organizações que, de uma forma ou de outra, nos ajudam a dar cada passo. Por isso, quero lembrar, reconhecer e agradecer, em especial, a algumas delas.

Ao Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra por me fazer militante e me mostrar que existem muitas cercas a serem rompidas. E que fincar a bandeira da Reforma Agrária Popular no latifúndio do ar também é fundamental para seguir a luta.

À minha família de sangue. Minha mãe Marilda, meu pai Mauro, minha irmã Juliana, meus irmãos Rafael e Mateus. E em especial aos meus sobrinhos Benjamin, Aisha e Mariana, por fazerem meus dias mais felizes e por me ensinarem o que é um amor infinito. E à Nayara e ao Alpha, meus cunhados, por toparem a empreita de se juntar a essa trupe.

À Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp) e ao Instituto de Políticas Públicas e Relações Internacionais (IPPRI) por proporcionarem a realização deste mestrado, tão caro aos movimentos sociais. À Graziela, bibliotecária do IPPRI, por sua dedicação ímpar para nos livrar do sufoco chamado ABNT. À Escola Nacional Florestan Fernandes (ENFF) pela acolhida e suporte durante todo o período do curso.

Ao meu amigo e orientador Rafael Litvin Villas Bôas por topar o desafio de me ajudar a recomeçar, com um olhar camarada, sincero e acolhedor nessa construção que é coletiva. À Helena Martins e José Sobreiro (Nino) pelas valorosas contribuições desde a banca de qualificação.

À turma Violeta Parra que me acolheu na retomada desse projeto. À minha querida Turma Manuela Sáenz, onde comecei esse mestrado. Todos os momentos – pessoais e virtuais – ficarão guardados num cantinho especial no meu coração. Os debates, discussões, estudos, festas, risadas e divergências foram fundamentais nos anos de convivência. Cada um e cada uma de vocês, cada qual da sua forma, contribuiu nessa caminhada e não deixou que se tornasse mais pesada e solitária.

Fazer um mestrado em Geografia traz “exigências” que não daria conta sozinha. Meu obrigado mais que de verdade aos meus camaradas Diógenes Rabelo, João Pompeu e Gabriel Gonçalves. Sem vocês os mapas (em todas as fases) não existiriam.

À equipe da Rádio Camponesa Palmares por me receber e me confiar todas as informações e ferramentas necessárias para a pesquisa. Às famílias do Assentamento Palmares por me receberem com tanto carinho. Um agradecimento especial à Creonice, Pedro, João e Leninha, família linda que me acolheu, deu rede e me fez sentir em casa. Ao MST do Estado do Ceará pelas conversas formais e informais durante o processo do estudo e pesquisa de campo. Aqui vale um reconhecimento especial à Aline e ao Pedro Neto, que mesmo à distância e com muita paciência, me socorreram nos momentos de aflição e de desespero, próprios da fase de tensão pré-dissertação. À Kamila e ao Victor por terem aberto as portas de casa e me acolhido durante a passagem por Fortaleza.

Ao MST da Regional Sudoeste e à equipe da Rádio Camponesa 96,7 pela compreensão das ausências, principalmente nessa reta final. Ao Coletivo Estadual de Comunicação do MST São Paulo, por me ensinar sempre que a comunicação popular só existe porque é feita por muitas vozes. Um “gracias” de coração à Julia, Dió, Filipe, Guilherme e Yuri, amigos e parceiros dessa “vida loka” que é a comunicação sem terra. À Maria Aparecida e à Jade, pela solidariedade ao atender meus pedidos. Ao Coletivo Nacional de Comunicação por me confiar essa tarefa.

Por fim, qualquer agradecimento não bastará para reconhecer toda a dedicação de duas pessoas, em especial. Sem elas, tenho certeza, seria muito mais difícil chegar até aqui. À Ana Terra, minha “corega”, amiga, parceira, camarada, pela paciência, pela coorientação solidária, pelas leituras compartilhadas e por todo amor dedicado. Ao Zé Batista, parceiro de vida, sonhos, amor e luta, pelo estímulo, incentivo e apoio incondicionais em duas décadas de partilha.

Toquem o meu coração
Façam a revolução
Que está no ar
Nas ondas do rádio
No submundo repousa o repúdio
E deve despertar. (Schiavon; Ricardo, 1985)

RESUMO

Partindo da premissa de que existe uma intensa atividade radiofônica nas áreas organizadas pelo Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), o presente estudo analisa e discute a utilização da internet e das mídias sociais nessas atividades, o papel que desempenham na projeção e divulgação das lutas, bem como de que forma contribuem para a territorialização do MST. Lateralmente, outras questões relacionadas também são abordadas a fim de somar esforços neste caminhar, tais como a disputa do espectro radiofônico, a consolidação das rádios nos territórios de Reforma Agrária e a legislação que rege os serviços de radiodifusão comunitária vigente no Brasil. Elementos históricos sobre o rádio no Brasil e a construção do Sistema Sem Terra de Comunicação complementam o arcabouço. Comunicação, hegemonia, espaço e território são conceitos que dão embasamento à pesquisa. Com base no método da pesquisa participante, segue um modelo de investigação social no qual a formação teórica e a prática cotidiana dialogam entre si. Por fim, ao analisar a trajetória de uma década da Camponesa FM, localizada em Crateús (CE), o estudo mostra que a complementariedade das tecnologias é um grande potencial para as emissoras sem terra e contribui também para a expansão da referência política do MST.

Palavras-chave: Rádio; MST; Mídias Sociais; Rádio Camponesa Palmares; Territorialização.

ABSTRACT

Based on the premise that there is intense radio activity in many areas organized by the Landless Rural Workers Movement (MST), this study analyzes and discusses the use of the internet and social media in those activities, the role they play in the projection and dissemination of struggles, as well as how they contribute to the territorialization of the MST. Tangentially, other related issues are also addressed in order to join efforts along this path, such as the dispute over the radio spectrum, the consolidation of radio stations in the Agrarian Reform territories and the legislation governing community broadcasting services in force in Brazil. Historical elements about radio in Brazil and the construction of the "Landless Communication System" complement the framework. Communication, hegemony, space and territory are concepts that support the research. Based on the method of participant research, it follows a model of social investigation in which there is a permanent dialogue between theoretical training and daily practice. Finally, by analyzing the decade-long trajectory of Camponesa FM, located in Crateús (Ceará), the study demonstrates that the complementarity of technologies represents significant potential for the Landless Workers' Movement's radio stations and also contributes to the expansion of the MST's political influence.

Keywords: Radio; MST; Social Media; Radio Camponesa Palmares; Territorialization.

RESUMEN

Partiendo de la premisa de que existe una intensa actividad radial en las áreas organizadas por el Movimento de Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), este estudio analiza y discute el uso de internet y los medios de comunicación sociales en estas actividades, el rol que juegan en la proyección y difusión de luchas, así como cómo contribuyen a la territorialización del MST. Lateralmente, también se abordan otros temas relacionados con el fin de aunar esfuerzos en este camino, como la disputa por el espectro radioeléctrico, la consolidación de estaciones de radio en los territorios de la Reforma Agraria y la legislación que rige los servicios de radiodifusión comunitaria vigente en Brasil. Elementos históricos sobre la radio en Brasil y la construcción del Sistema de Comunicación Sem Terra complementan el marco de este estudio. Comunicación, hegemonía, espacio y territorio son conceptos que sustentan la investigación. Basado en el método de investigación participante, sigue un modelo de investigación social en el que la formación teórica y la práctica diaria dialogan entre sí. Por último, al analizar la trayectoria de una década de Camponesa FM, ubicada en Crateús (CE), el estudio muestra que la complementariedad de las tecnologías es un gran potencial para las emisoras sin tierra y también contribuye a la expansión de la referencia política del MST.

Palabras clave: MST; Redes Sociales; Radio Camponesa Palmares; Territorialización.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Capas do primeiro boletim e do último JST publicados.....	59
Figura 2 – Capa da primeira edição da Revista Sem Terra.....	69
Figura 3 – Capas da primeira e última edições da Revista Sem Terrinha.....	70
Figura 4 – Participante da marcha recebe informações através de rádio de pilha (2005)	81
Figura 5 – Marchantes utilizam rádio para receber informações da marcha (2005).....	81
Figura 6 – Estúdio da RBM na Marcha Nacional por Reforma Agrária (2005).....	82
Figura 7 – Programa sendo apresentado a partir do estúdio montado no trio elétrico (2005).....	82
Figura 8 – Rádio Terra Livre (Hulha Negra/RS).....	84
Figura 9 – Rádio Terra Livre (Abelardo Luz/SC).....	85
Figura 10 – Programa do Setor de Saúde do MST na RBM no 5º Congresso Nacional do MST.....	85
Figura 11 – Luiz Beltrame sendo entrevistado na RBM no 5º Congresso Nacional do MST.....	85
Figura 12 – Programa Plantando Ciranda na RBM no 5º Congresso Nacional do MST.....	86
Figura 13 – Programa Plantando Ciranda na RBM na III Feira Nacional da Reforma Agrária.....	86
Figura 14 – Comunicadores da RBM na Marcha Lula Livre (2018).....	86
Figura 15 – Estúdio da RBM na Marcha Lula Livre (2018).....	87
Quadro 1 – Veículos dos cinco principais grupos de comunicação do Brasil.....	89
Quadro 2 – Grupos detentores de até dois veículos de comunicação no Brasil.....	90
Figura 16 – Senadores que têm concessão de rádio e TV (2019-2023).....	94
Figura 17 – Deputados federais que têm concessão de rádio e TV (2019-2023).....	94
Mapa 1 – Territorialização das atividades radiofônicas do MST no Brasil (2021).....	103
Mapa 2 – Territorialização das atividades radiofônicas do MST no Brasil (2016).....	104
Figura 18 – Tipos de atividades radiofônicas desenvolvidas pelo MST.....	106
Mapa 3 – Localização das atividades radiofônicas do MST (2016).....	107
Mapa 4 – Localização das atividades radiofônicas do MST (2020).....	108
Figura 19 – Tipo de atividade radiofônica por estado.....	109
Figura 20 – Acesso à internet por tipo de atividade.....	111

Figura 21 – Tipo de conexão à internet acessada pelas práticas radiofônicas desenvolvidas pelo MST.....	112
Figura 22 – Existência de perfil em mídia social por tipo de atividade.....	114
Figura 23 – Perfil em mídia social por tipo de atividade.....	115
Figura 24 – Programação transmitida via internet (por tipo de atividade).....	117
Mapa 5 – Territorialização das rádios do MST no Ceará por tipo de atividade (2016).	122
Mapa 6 – Territorialização das rádios do MST no Ceará por tipo de atividade (2021).	122
Quadro 3 – Programação da Rádio Camponesa (DIAS DA SEMANA).....	133
Quadro 4 – Programação da Rádio Camponesa (SÁBADO).....	133
Quadro 5 – Programação da Rádio Camponesa (DOMINGO).....	133
Quadro 6 – Dados comparativos das publicações da Camponesa no <i>Facebook</i> (2016 e 2021).....	139
Mapa 7 – Localidades alcançadas a partir das transmissões do <i>Facebook</i>	142
Figura 25 – Acessos mensais do aplicativo RadiosNet.....	145

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AM	Amplitude Modulada
APP	Aplicativo
ENFF	Escola Nacional Florestan Fernandes
FM	Frequência Modulada
ITERRA	Instituto de Educação Josué de Castro
MST	Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra
RADCOM	Rádio Comunitária
RBM	Rádio Brasil em Movimento

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	16
2	SESMARIAS ELETROMAGNÉTICAS E O LATIFÚNDIO DO AR: O RÁDIO COMO UM TERRITÓRIO EM DISPUTA.....	23
2.1	O rádio no Brasil.....	37
2.2	Conexão e acesso à internet no campo.....	51
3	INFORMAR, FORMAR E ORGANIZAR: O SISTEMA SEM TERRA DE COMUNICAÇÃO.....	57
3.1	Do boletim ao JST.....	58
3.2	Programas e rádios comunitárias: a ocupação do latifúndio do ar.....	63
3.3	Da internet discada às mídias sociais.....	64
3.4	Revista Sem Terra.....	68
3.5	O MST e a imprensa.....	70
3.6	Cinema na Terra e a BAEC.....	72
4	REFORMA AGRÁRIA NO AR: ELEMENTOS HISTÓRICOS SOBRE O RÁDIO NO MST.....	76
4.1	As rádios e as mídias sociais na disputa pelos territórios da Reforma Agrária.....	87
4.2	A democratização do ar e a urgência da construção das próprias rádios.....	99
4.3	Levantamento das práticas radiofônicas do MST.....	102
4.3.1	Existência de atividade radiofônica.....	102
4.3.2	Atividades em cada segmento.....	105
4.3.3	Acesso e tipo de conexão à internet.....	109
4.3.4	Rádios e mídias sociais.....	113
4.3.5	Transmissão via internet.....	117
5	O USO DA INTERNET NAS ATIVIDADES RADIOFÔNICAS DO MST: O CASO DA RÁDIO CAMPONESA FM (CE).....	120
5.1	O Assentamento Palmares.....	124
5.2	A radiodifusão em Crateús.....	127
5.3	Rádio Camponesa FM: história e organização.....	131
5.4	O uso da internet na Rádio Camponesa FM.....	136
5.4.1	Facebook.....	137

5.4.2	Página virtual.....	143
5.4.3	Aplicativo RadiosNet.....	144
5.4.4	<i>WhatsApp</i>	146
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	150
	REFERÊNCIAS.....	155
	APÊNDICE A – FORMULÁRIO LEVANTAMENTO DAS ATIVIDADES	
	RADIOFÔNICAS DO MST (2015).....	167
	APÊNDICE B – FORMULÁRIO LEVANTAMENTO DAS ATIVIDADES	
	RADIOFÔNICAS DO MST (2020).....	174

1 INTRODUÇÃO

Meio de comunicação inovador e de caráter revolucionário, ferramenta para pôr em contato pessoas apesar das grandes distâncias que as separam; espaço privilegiado para a educação e a difusão de informação e cultura; chave para a democratização e a inclusão social; maravilha tecnológica proporcionada pelos avanços da ciência... Quase tudo que se fala hoje da internet, na esfera do senso comum, pode ser encontrado nos discursos acerca do rádio em seus primórdios, nos anos 1920. (Kischinhevsky, 2016, p. 95).

Com o reconhecimento da comunicação como um direito e também um espaço de disputa estratégico, têm-se multiplicado as iniciativas de construção de meios próprios nos movimentos sociais, entre eles, o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST). Dentre os meios construídos pelo MST ao longo de suas quase quatro décadas está o rádio. E é ele, companheiro que perpassa gerações, o objeto deste estudo.

A dissertação apresentada aqui é fruto de pesquisa realizada durante o período de estudos do mestrado do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial na América Latina e Caribe (TerritoriAL) – Turma Violeta Parra –, do Instituto de Políticas Públicas e Relações Internacionais (IPPRI), da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, e sob a orientação do professor doutor Rafael Litvin Villas Bôas (Universidade de Brasília). Ela é também, de certa forma, uma continuidade do estudo iniciado no Curso de Especialização em Estudos Latino Americanos, realizado em parceria entre a Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) e a Escola Nacional Florestan Fernandes (ENFF). A monografia “Ocupando o latifúndio do ar: as experiências de rádio do MST e do EZLN” foi defendida em agosto de 2008, sob orientação do professor doutor Paulo Roberto Figueira Leal (UFJF).

O objetivo central da pesquisa é analisar o uso da internet a fim de questionar seus impactos nas atividades radiofônicas do MST. A questão síntese “de que forma o advento da internet nas emissoras instaladas em assentamentos de Reforma Agrária contribuem para a territorialização do MST?” orientará todo o caminhar desta pesquisa. Busca-se também discutir a utilização das mídias sociais nas rádios do MST, observando como o uso das plataformas mudou ao longo do período da pesquisa e que papel elas desempenham na projeção e divulgação das lutas. Lateralmente, outros aspectos relevantes são abordados, tais como o entendimento do ar – espectro radiofônico – como um território em disputa, analisando as relações existentes entre a disputa do espectro, a organização do assentamento,

a consolidação das rádios nesses territórios e a legislação que rege os serviços de radiodifusão comunitária vigente no Brasil. A definição do tema e objeto da pesquisa deu-se ao buscar aliar os desafios postos internamente no Setor Nacional de Comunicação do MST¹ – do qual a autora faz parte – com a linha de pesquisa “Território, Educação e Cultura”.

Faz-se importante dizer que o mestrado em Desenvolvimento Territorial na América Latina e Caribe (TerritoriAL) tem como foco os movimentos sociais e, por isso, há a necessidade do vínculo e comprometimento da pesquisa com as demandas das Organizações. Aliás, a demanda coletiva sempre foi a grande motivadora deste estudo. Principalmente porque se verifica que são raras as bibliografias acerca do tema. É possível encontrar sistematizações sobre as rádios em assentamentos e comunidades camponesas², mas a inserção da internet no cotidiano das emissoras ainda é uma lacuna. O acesso cada vez mais constante à internet e às mídias sociais provoca a reorganização da comunicação e das relações entre emissora e ouvinte, então, analisar essa nova realidade também faz-se necessário para (re) pensar a atividade radiofônica do MST.

Ainda que trazer o debate da comunicação para um mestrado em Geografia não seja das tarefas mais fáceis, o caminho até a definição do tema da pesquisa deu-se a partir da trajetória de militância da pesquisadora, ligada à tarefa da comunicação do MST, mais especificamente às rádios instaladas em assentamentos de Reforma Agrária. Embora a proximidade com o objeto possa trazer riscos para o caminhar da pesquisa, por outro lado, facilita o acesso a fontes e informações, o que também enriquece o trabalho. Observadas essas questões, no decorrer do estudo tomamos todos os cuidados necessários para evitar distorções nas interpretações e análises, bem como procuramos construir um material coerente e de utilidade coletiva. Mais do que uma opção pessoal, ele é encarado como tarefa política.

Baseado no método da pesquisa participante, este estudo segue um modelo de investigação social, apresentado por Brandão e Borges (2007), no qual a formação teórica e a

1 O setor de comunicação do MST é composto por um coletivo de militantes, jornalistas ou não, que atuam nas regiões, estados e nos espaços nacionais em que o Movimento existe. Sua função é orientar as discussões e construir as linhas políticas para a área, além de coordenar e atuar em suas ferramentas de comunicação. (Mello, 2015, p. 81). O segundo capítulo desta dissertação aborda essa estrutura e como está organizado o Sistema Sem Terra de Comunicação.

2 Processos emancipatórios no MST: as rádios comunitárias (Ana Emília Barros Cardoso, 2004); Reforma Agrária do Ar: A Comunicação Popular do MST: um estudo sobre a Rádio Terra Livre FM (Pedro Rafael Vilela Ferreira, 2008); Políticas comunicacionais e a prática radiofônica na sociedade em midiatização: um estudo sobre os documentos de comunicação do Movimento Sem Terra (MST) e Rádio Terra Livre FM (Joel Felipe Guindani, 2010); A construção da cidadania na prática da Rádio Terra Livre FM (Joel Felipe Guindani, 2014).

prática cotidiana dialogam entre si, sem “perder de vista as integrações e interações que compõem o todo das estruturas e das dinâmicas da vida social”. (Brandão; Borges, 2007, p. 54). Sendo assim, a pesquisa está inserida numa linha política do MST, na intenção de teorizar acerca das práticas comunicativas da Organização.

Ainda seguindo Brandão e Borges, no decorrer da pesquisa objetivamos compreender e contextualizar historicamente o desenvolvimento das atividades radiofônicas do MST com o intuito de entender o papel que cumprem na vida política e orgânica do Movimento. Entendendo, também, a responsabilidade e o compromisso da pesquisadora, uma vez que,

A relação tradicional de sujeito-objeto, entre investigador-educador e os grupos populares deve ser progressivamente convertida em uma relação do tipo sujeito-sujeito, a partir do suposto de que todas as pessoas e as todas as culturas são fontes originais de saber. É através do exercício de uma pesquisa e da interação entre os diferentes conhecimentos que uma forma partilhável de compreensão da realidade social pode ser construída. O conhecimento científico e o popular articulam-se criticamente em um terceiro conhecimento novo e transformador. (Brandão; Borges, 2007, p. 54).

Como aporte teórico, recorre-se, principalmente a autores e autoras contemporâneas para buscar entender os novos desafios postos no âmbito da radiodifusão e da comunicação, bem como conceitos da Geografia, como Vito Giannotti (2014), Marcelo Kischinhevsky (2016), Helena Martins (2020), Luiz Artur Ferraretto (2007), Nair Prata (2008), Cicília Maria Krohling Peruzzo (2003), Milton Santos (2006), Marcos Aurelio Saquet (2013), Bernardo Mançano Fernandes (2005, 2009). Além disso, busca-se, valorizar e reconhecer o esforço de autores e autoras, intelectuais orgânicos, vinculados às organizações e movimentos sociais, tais como Solange Inês Engelmann e Ana Iris Nogueira Pacheco (2016), Marcio José dos Santos (2016), Rafael Litvin Villas Bôas (2014), Mayrá Silva Lima (2014), Ana Manuela de Jesus Chã (2016), Felipe Canova Gonçalves (2015), entre outros.

Neste caminhar da pesquisa propõe-se percorrer os seguintes procedimentos metodológicos: revisão bibliográfica; levantamento de dados e análise da página virtual, da *fanpage* e do aplicativo da Rádio Camponesa; entrevistas com os comunicadores e comunicadoras da rádio, com a coordenação do Assentamento Palmares e com dirigentes do MST; além de pesquisa de campo realizada em duas fases: entre novembro e dezembro de 2016 e abril e junho de 2021³.

3 A primeira fase da pesquisa de campo deu-se em 2016 quando a pesquisadora integrava a Turma Manuela Sáenz, no mesmo programa e que, por questões diversas, não pode ser concluída, sendo retomada a partir de 2019 com o ingresso na Turma Violeta Parra. A segunda fase foi realizada de

Assim como a pesquisa *in loco*, o levantamento dos dados referentes às práticas radiofônicas do MST também deu-se em duas fases, sendo a primeira realizada no período de março de 2015 a março de 2016 e a segunda entre outubro de 2020 e março de 2021. Para que as informações fossem as mais concretas possíveis, julgou-se fundamental que os dados pudessem ser coletados diretamente com as direções e coordenações do Setor de Comunicação do MST em cada um dos 23 estados e no Distrito Federal, onde o Movimento está organizado, bem como com a coordenação de cada rádio.

Para isso, e para todo o andamento do estudo, foram adotados os seguintes passos: a) elaboração de questionário: como primeiro passo para o levantamento das experiências radiofônicas do MST, foram elaborados dois formulários (APÊNDICES A e B), um para cada fase do levantamento, via Plataforma *Google*. Optou-se por utilizar uma ferramenta de fácil acesso e manuseio para que, assim, os resultados pudessem ser alcançados mais rapidamente. Além da identificação das práticas radiofônicas, as questões abrangeram aspectos técnicos diversos, como modulação, acesso à internet, tipo de conexão, perfil em mídias sociais e transmissão via *web*. Não foram inseridos no formulário os três estados nos quais o MST não tem atuação (Acre, Amapá e Amazonas); b) aplicação do questionário: considerando a dimensão geográfica do país e tendo o MST atuação na maioria dos estados brasileiros, na primeira fase deu-se prioridade pelo preenchimento *online* do questionário. A partir de *link* enviado via correio eletrônico, os responsáveis pelo Setor de Comunicação responderam o formulário diretamente na plataforma, sem a necessidade de enviar os dados à pesquisadora. Porém, foram percebidos limites técnicos e de conexão em algumas localidades, o que foi determinante para que na fase dois o levantamento também pudesse ser feito via contato telefônico ou *WhatsApp* para a obtenção dos dados e posterior preenchimento do formulário, tarefa essa realizada pela coordenação da Frente de Rádios do MST; c) sistematização dos dados: devido a alguns limites técnicos apresentados pela Plataforma *Google* no que se refere à organização e tabulação dos dados coletados, foi preciso organizar uma nova planilha, a fim de facilitar a geração dos gráficos e mapas para posterior análise. Neste sentido, deu-se prioridade aos dados referentes à existência de prática radiofônica, tipo de atividade desenvolvida, localização, acesso à internet, tipo de conexão, perfil em rede social⁴ e transmissão de programação via internet, considerados essenciais para este estudo; d) análise

forma virtual, dada a impossibilidade de deslocamento por conta da pandemia de Covid-19.

4 No momento da elaboração do formulário ainda não se tinha entendimento do conceito e não havia sido feita a opção pelo termo mídia social.

dos dados: com base na reorganização dos dados em novas planilhas foram construídos gráficos e mapas a fim de ilustrar os resultados obtidos no levantamento das práticas radiofônicas do MST. Sendo possível, então, visualizar as questões relativas a cada rádio ou programa, bem como a territorialização de tais atividades.

A fim de buscar responder a questão síntese já apresentada, optamos pela experiência da Rádio Camponesa⁵, localizada no Ceará, como objeto de estudo. Dentre as dezenas de práticas radiofônicas desenvolvidas pelo MST, a escolha pela Rádio Camponesa Palmares aconteceu pelo entendimento de que esta emissora apresenta as condições fundamentais para a análise acerca do objetivo da pesquisa: entender como se dá o uso da internet nas atividades radiofônicas do Movimento. A emissora cearense, além da transmissão em frequência modulada (FM), disponibiliza sua programação integralmente via aplicativo RadiosNet, possui *fanpage* no *Facebook* e utiliza uma conta de *WhatsApp* para se comunicar com o público ouvinte. Resumindo, dentre todas as emissoras levantadas, a Rádio Camponesa Palmares é uma das que mais tem se apropriado da internet em seu cotidiano.

Tomada a decisão pelo estudo de caso a partir da experiência da Rádio Camponesa, partiu-se para a pesquisa de campo e para tal foram adotados e seguidos os seguintes procedimentos metodológicos e técnicas de pesquisa: a) audição da Rádio Camponesa: antes de partir propriamente para o trabalho de campo, avaliou-se ser interessante realizar audições dos programas *online* para, assim, aproximar a pesquisadora do objeto. Procedimento seguido também posteriormente como fonte de dados complementares à análise; b) observação do objeto: havia a previsão dessa etapa ser realizada em dois momentos, mas por conta da pandemia de Covid-19, definimos manter somente a primeira, realizada no período de 27 de novembro a 8 de dezembro de 2016. Neste momento foram realizadas visitas ao Assentamento Palmares, à Rádio Camponesa e ao Centro de Formação, Capacitação e Pesquisa Frei Humberto, localizado em Fortaleza. Com isso foi possível estudar o cotidiano da rádio a partir de observação *in loco*, seja na emissora durante a apresentação dos programas, bem como fora dela e junto aos ouvintes⁶; c) elaboração e aplicação de questionário: com base nas questões orientadoras, bem como em questões dos formulários nacionais (APÊNDICES A e B), foi elaborado e aplicado um roteiro de questões visando,

5 Por estar instalada no Assentamento Palmares, município de Crateús (CE), por vezes a emissora é também identificada como Camponesa Palmares. Sendo assim, ao longo do texto, pode-se encontrar a indicação da rádio tanto como Camponesa, quanto Camponesa Palmares.

6 Os dados, entrevistas e informações complementares que seriam coletados na visita *in loco*, foram obtidos de forma virtual através de conversas via plataforma *Zoom*, correio eletrônico e *WhatsApp*.

especificamente, os comunicadores e comunicadoras da rádio; d) entrevistas: foram realizadas entrevistas com os diversos sujeitos envolvidos no funcionamento da rádio – comunicadores; coordenadores; coordenação do assentamento e coordenação do MST; e) análise do uso da internet: a fim de entender o uso que a rádio faz da internet e das mídias sociais, foi realizada análise de todos os mecanismos que a emissora utiliza: *fanpage* no *Facebook*, aplicativo *RadiosNet* e *WhatsApp*⁷. Para isso, na primeira fase foram definidos os meses de novembro e dezembro de 2016 e janeiro de 2017 como período base de análise. Para o segundo momento foi abordado o período de abril a junho de 2021; f) organização, tabulação e análise das informações e dados: após coleta das informações e dados a partir das diversas ferramentas propostas, estes foram organizados e tabulados e deram subsídios para a análise, bem como para a construção de novos mapas, gráficos e quadros.

A realização desta pesquisa conta com o financiamento da CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), concedido através de bolsa do Programa de Demanda Social (DS).

Fruto de todo esse processo, a dissertação aqui apresentada está, metodologicamente, organizada em quatro capítulos, além das considerações finais. O primeiro capítulo, “Sesmarias eletromagnéticas e o latifúndio do ar: o rádio como um território em disputa”, contextualiza os elementos teóricos e conceituais que dão embasamento à pesquisa, bem como inicia uma análise sobre o rádio e também como se dá o acesso à internet no campo, especialmente nas áreas de Reforma Agrária. O segundo capítulo, denominado “Informar, formar e organizar: o Sistema Sem Terra de Comunicação”, apresenta um breve histórico da comunicação do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra a partir da apresentação dos meios construídos ao longo de mais de três décadas. “Reforma Agrária no ar: elementos históricos sobre o rádio no MST” é o título do terceiro capítulo que traz, de forma mais detalhada, a construção das rádios e programas do MST. Aqui também é apresentado um panorama das práticas radiofônicas, sejam elas FM instaladas nos assentamentos, programas em rádios não organizadas pelo Movimento, rádios poste e itinerantes, obtido a partir de pesquisa realizada nos 23 estados e no Distrito Federal – nos quais o MST tem base social. Além disso, aborda como o rádio, aliado à internet e às mídias sociais, pode desempenhar um papel importante na territorialização do MST. Por fim, no quarto capítulo, intitulado “O uso

⁷ No período de realização da primeira visita, a rádio possuía uma página virtual e também um aplicativo próprio. Hoje esse cenário mudou e as novas condições são apresentadas no último capítulo desta dissertação de mestrado.

da internet nas práticas radiofônicas do MST: o caso da Rádio Camponesa FM (CE)”, é abordada a história e organização da rádio localizada no município de Crateús (CE), bem como os resultados obtidos após análise dos dados colhidos acerca do objeto de estudo.

2 SESMARIAS ELETROMAGNÉTICAS E O LATIFÚNDIO DO AR: O RÁDIO COMO UM TERRITÓRIO EM DISPUTA

[...] em nenhum lugar o espírito específico dos Estados manifesta-se mais claramente que nos debates sobre a imprensa. Na oposição à liberdade de imprensa, bem como na oposição à liberdade geral da mente em qualquer esfera, os interesses individuais dos Estados particulares, a natural unilateralidade dos seus caracteres, aparecem em forma franca e brutal, mostrando simultaneamente seus dentes. (Marx, 2006, p. 20).

É notório que os meios de comunicação hoje são instrumentos de hegemonia. Independentemente da linguagem utilizada (escrita, oral ou visual), constituem-se como aparelhos privados de hegemonia fundamentais para a consolidação de um consenso necessário para a manutenção da dominação de uma classe sobre a outra. A concentração dos meios e a ideologia hegemônica influenciam e determinam diversas questões no âmbito dos territórios. A ação combinada dos meios burgueses – como a padronização do conteúdo, por exemplo –, impõe à sociedade, de modo geral, padrões culturais e de consumo que acabam por cumprir um papel determinante na própria organização destes territórios, demarcados por profundas relações de poder. De acordo com Engelmann e Pacheco (2016, p. 386), “a luta contra a dominação e exploração da classe dominante sobre os trabalhadores depende, essencialmente, da disputa dos meios de comunicação, para o embate político-ideológico e cultural em torno da hegemonia de classe e construção de um novo consenso.”.

No Manifesto do Partido Comunista, publicado pela primeira vez em 1848, Marx e Engels (2008, p.8) escreveram que “a história de todas as sociedades até agora tem sido a história das lutas de classe” (Marx; Engels, 2008, p. 8) e na atualidade desse embate, as batalhas se dão por diversos espaços, entre eles a comunicação, dada sua capacidade de produção de sentidos. Desse modo, a disputa pela hegemonia exige que os trabalhadores e as trabalhadoras se comuniquem através das diversas formas e linguagens. Os movimentos sociais percebem, também, que é preciso lutar por uma nova forma de fazer comunicação, diferentemente da comunicação feita pelos grandes meios da burguesia que utilizam táticas para desmobilizar e deslegitimar os movimentos sociais. Ou, parafraseando o professor Florestan Fernandes, sendo instrumentos da burguesia, os meios tentam “cooptar, dividir e esmagar” os movimentos organizados. É preciso disputar as ideias na sociedade. Ao apresentar o conceito da “Batalha das Ideias” (Tricontinental, 2019), Fidel Castro ensinou que

ela é o desafio das classes subalternas obterem o controle da narrativa da sua própria realidade e é com essa consciência que o MST vem construindo o seu Sistema Sem Terra de Comunicação.

A comunicação é um direito universal, embora não seja reconhecido universalmente, e deve ser encarado com tal. Não significa simplesmente ter acesso à informação ou direito à liberdade de expressão, mas direito à, cada qual, construir suas próprias formas e ferramentas de comunicação. Para Urupá (2016),

O direito à comunicação é um dos pilares centrais de uma sociedade democrática. [...] É o direito de todos terem acesso aos meios de produção e veiculação de informação, de possuir condições técnicas e materiais para ouvirem e serem ouvidos, de ter conhecimento necessário para estabelecer uma relação autônoma e independente frente à atual conjuntura de desigualdades do mundo contemporâneo. (Urupá, 2016, p. 100).

A reflexão da hegemonia – tão intrínseca ao debate sobre a comunicação – do ponto de vista da classe trabalhadora, foi retomada pelo italiano Antonio Gramsci (1891-1937). A partir do conceito desenvolvido por Lênin, Gramsci entende a hegemonia como direção política e cultural da sociedade. Em sua obra, Gramsci dedicou esforços para estudar e teorizar acerca da atuação do Estado na disputa pela hegemonia, conferindo a ele um papel crucial para a manutenção de um grupo sobre outro.

Assim como Marx e Lênin, Gramsci também analisa o Estado a partir do materialismo, tendo em conta as características de cada período histórico. Vale frisar aqui que suas elaborações partem, principalmente, de uma análise da realidade italiana no início do século XX e boa parte de suas reflexões foram escritas no cárcere, sob a censura do governo fascista de Mussolini. Essa estrutura, que para Marx é a base material, é que vai determinar a característica do Estado e Gramsci, mesmo nas condições que se encontrava, se atentou para as disputas que permeavam a sociedade, inclusive o Estado. Desse modo, ele aparece com um papel muito forte de orientar e ditar o caminho da sociedade. “Portanto, para Gramsci, o Estado é ‘a expressão da situação econômica’, mas que vai se desdobrar numa relação que sustenta a sua teoria de Estado: a relação entre *força e consenso*.” (Silveira, 2012, p. 99 – grifo próprio).

Na teoria gramsciana, o Estado passa por dois momentos históricos. O Estado Restrito, (início do capitalismo até a metade do século XIX), tem uma forte característica clássica liberal, de colonização, de repressão aos direitos individuais e pouco intervencionista na economia. O Estado é tido como guardião externo do capital, ou seja, só intervém quando é

preciso socorrer os interesses da burguesia. O indivíduo é o motor dessa sociedade. O Estado Ampliado (metade do século XIX ao início do século XX) é marcado pela passagem do capitalismo concorrencial para o capitalismo monopolista, com um forte processo de concentração, centralização de capitais, financeirização e supercapitalização.

O Estado restrito não é mais suficiente para o capitalismo e precisa passar por uma reformulação para conseguir atender melhor às necessidades de desenvolvimento do capital. Então ele se amplia em três sentidos principais: garantidor externo das condições de desenvolvimento do capitalismo; investidor econômico, pois assume áreas essenciais para o capitalismo, como setores estruturais (transportes, telefonia, siderurgia, no caso do Brasil, por exemplo); benfeitor social, com a função de garantir direitos sociais, como as políticas de saúde, habitação, qualificação de mão de obra. Neste caso, garantir as políticas sociais significa apoio político ao projeto e retorno econômico (com a qualificação da mão de obra, por exemplo).

Na elaboração gramsciana, metodologicamente, o Estado se divide em sociedades: econômica, política e civil. A sociedade econômica é o plano da produção e na qual as classes se formam. Mas Gramsci não dedica muito tempo em sua obra para analisar a sociedade econômica, pois entende que Marx e Lênin já haviam tratado com maior profundidade. A obra de Gramsci é mais dedicada à discussão acerca das sociedades política e civil.

A sociedade política é o espaço em que as classes que se formaram na sociedade econômica conseguem chegar ao poder político e se tornam classe dominante. A relação entre as duas sociedades é direta, sem passar por nenhuma outra relação. Ou seja, a classe dominante na sociedade econômica é diretamente classe dominante na sociedade política, sem passar por nenhuma outra classe. No capitalismo se construiu uma outra esfera autônoma e pluralista, na qual os projetos tanto das classes dominantes, quanto das classes dominadas se inserem em disputa: luta de classes. Essa esfera passa a ser intermediária da sociedade econômica e da sociedade política, não havendo mais uma relação direta entre as duas⁸.

8 Para Gramsci, a separação entre sociedade civil e sociedade política é metodológica e não orgânica, pois elas estão profundamente conectadas no âmbito da superestrutura. “A formulação do movimento do livre-câmbio baseia-se num erro teórico cuja origem prática não é difícil identificar, ou seja, baseia-se na distinção entre sociedade política e sociedade civil, que de distinção metodológica é transformada e apresentada como distinção orgânica. Assim, afirma-se que a atividade econômica é própria da sociedade civil e que o Estado não deve intervir em sua regulamentação. Mas, dado que a sociedade civil e o Estado se identificam na realidade dos fatos, deve-se estabelecer que também o liberalismo é uma ‘regulamentação’ de caráter estatal, introduzida e mantida por via legislativa e coercitiva: é um fato de vontade consciente dos próprios fins, e não a expressão espontânea, automática do fato econômico.” (Gramsci, 2002, p. 47).

Neste contexto, a luta política já não se trava apenas entre uma burguesia entrincheirada no Estado e as vanguardas ativas, mas restritas, da classe operária. Todo um tecido complexo de organizações sociais e políticas, envolvendo também as camadas médias e a própria burguesia, espalha-se agora pelo conjunto da sociedade capitalista. Entre os aparelhos executivos (civis e militares) do Estado e o mundo das relações sociais de produção – entre o que Gramsci chamou, respectivamente, de “sociedade política” e de “sociedade econômica” – criou-se progressivamente uma rede de organizações com um papel efetivo na vida política, na medida em que estas organizações são peças decisivas nos mecanismos de reprodução da sociedade como um todo. (Coutinho, 2012, p. 28).

Essa rede de organizações forma a esfera da sociedade civil. Para Gramsci, as classes se formam na sociedade econômica, se organizam na sociedade civil para alcançar a sociedade política. Ou seja, as classes se organizam na sociedade civil a partir da sua situação na sociedade econômica, que é onde se definem as classes. É na esfera da sociedade civil que as classes chegam à hegemonia – entendendo hegemonia como direção política e cultural da sociedade.

A sociedade civil é, portanto, espaço de difusão da concepção de mundo das classes dominantes, de circulação dos instrumentos de difusão da ideologia (sistema escolar, meios de comunicação etc.). E é, também, espaço de resistência e de ações na contracorrente ao ordenamento vigente. Portanto, em vez de neutralidade, expressa conflitos, lutas e *articula* interesses desiguais. É *campo de lutas*. (Silveira, 2012, p. 99 – grifo próprio). Nessa concepção, o Estado é entendido como uma trincheira avançada onde existem fortalezas e casamatas (armadilhas) e a sociedade civil é a esfera que o protege e fortalece. Aqui, para conquistar o Estado é preciso, primeiro, passar pelo filtro da sociedade civil. No Estado ampliado (ocidental), diferentemente do Estado restrito (oriental), a relação de dominação não se dá somente pela coerção (força). É preciso conquistar o consenso (dominação das ideias). É preciso convencer do projeto.

A concepção gramsciana de 'Estado ampliado' engloba as categorias sociedade política, constituída pelo governo, a burocracia executiva e os aparelhos repressivos em geral e sociedade civil, na qual nos deparamos com relações sociais de direção político-ideológica, de hegemonia, que completam a dominação estatal (a coerção), assegurando também o consenso dos dominados. É na sociedade civil, entendida por Gramsci como uma esfera intermediária entre o Estado e os indivíduos atomizados, em que se constitui o campo dos aparelhos privados de hegemonia – as instituições escolares, religiosas, culturais, os partidos políticos, movimento sociais, sindicatos e meios de comunicação – que lutam pelo consenso, pela direção político-ideológica. (Gonçalves, 2015, p. 70).

Para Gramsci, com exceção dos governos autoritários, nenhuma classe alcança a hegemonia se ignorar a sociedade civil e os aparelhos “privados” de hegemonia têm papel central nesse processo. Essa análise é complementada por Gonçalves (2015) ao discorrer sobre a disputa de hegemonia no campo da comunicação e no conjunto da sociedade latino-americana nas décadas de 1970 e 1980.

Os aparelhos privados de hegemonia se relacionam entre si, constituindo-se como mecanismos coordenados de organização e reprodução cultural da realidade em uma trama complexa dentro da sociedade civil, com vistas a manter o consenso. Nas diferentes fases do modo de produção capitalista, as instituições culturais mais avançadas de seu tempo em determinada sociedade, se constituem como pontas de lança de criação da hegemonia [...]. (Gonçalves, 2015, p. 70).

O conceito de hegemonia aparece desde os princípios da elaboração gramsciana e, em síntese, significa a combinação do uso da força e fabricação do consenso para garantir a direção política e ideológica de uma sociedade. Para o italiano, uma classe para conquistar a hegemonia, ou seja, para ter a direção política e ideológica de uma sociedade, precisa ser dirigente e dominante.

Com efeito, ele escreve que “uma classe é dominante em dois modos, isto é, é ‘dirigente’ e ‘dominante’. É dirigente das classes aliadas, é dominante das classes adversárias. Portanto, uma classe desde antes de chegar ao poder pode ser ‘dirigente’ (e deve sê-lo): quando está no poder torna-se dominante, mas continua sendo também ‘dirigente’”. (Cospito, 2017, p. 366).

A luta pela conquista da hegemonia pressupõe um processo de convencimento do projeto societário que se pretende manter ou construir. É uma busca permanente pela manutenção do consenso. Mas consenso não quer dizer unanimidade. Como já dito, a luta política pela hegemonia se desenvolve no âmbito da sociedade civil e esta não é homogênea, portanto, um projeto que se contraponha ao hegemônico sempre existirá. Para Antonio Gramsci, a relação entre hegemonia e sociedade civil se distingue em três momentos: “o primeiro é ‘estritamente ligado à estrutura’; o segundo ‘é a ‘relação de forças’ políticas’; o terceiro é o da ‘relação das forças militares’” (Cospito, 2017, p. 366). Para o que se pretende discutir neste estudo, tem grande relevância a análise que o autor faz do segundo momento dessa relação entre hegemonia e sociedade civil. No Dicionário Gramsciano, Giuseppe Cospito (2017), no verbete “hegemonia” assim sistematiza a elaboração do autor italiano:

O segundo momento passa por diversas fases, que culminam naquela “mais abertamente ‘política’[...] na qual as ideologias precedentemente germinadas vêm a contato e entram em embate, até que somente uma delas,

ou pelo menos uma só combinação delas, tende a prevalecer, a se impor, a se difundir sobre toda a área, determinando, além da unidade econômica e política, também a unidade intelectual e moral, em um nível não corporativo, mas universal, de hegemonia”. A essa altura, o grupo até então subalterno pode sair “da fase econômico-corporativa para elevar-se à fase de hegemonia político-intelectual na sociedade civil e tornar dominante na sociedade política”. (Cospito, 2017, p. 366).

Toda hegemonia pressupõe uma contra-hegemonia⁹. Se hegemonia é coerção (força) e consenso (consentimento de ideias) e se a necessidade de coerção é medida pelo consenso, então analisar a correlação de forças é fundamental para fazer a disputa contra-hegemônica.

Para analisar as forças que disputam o poder em determinada sociedade é preciso compreender a realidade. E este é também o ponto de partida para se pensar o espaço – conceito do pensamento geográfico importante para o andamento do estudo. Ele (o espaço) é parte da realidade, portanto, multidimensional, e para compreendê-lo é preciso ter em conta todas as dimensões que o compõem, sejam elas naturais ou sociais. Sociedade e natureza, interferindo e se relacionando uma com a outra, geram espaços. Ou seja, eles são socialmente construídos.

Por sua amplitude, o conceito de espaço pode ser utilizado de modos distintos. Todavia, muitas vezes a sua utilização não é compreensível, porque não se define o espaço do qual está se falando. É assim que o espaço vira uma panacéia. Para evitar equívocos, é preciso esclarecer que o espaço social está contido no espaço geográfico, criado originalmente pela natureza e transformado continuamente pelas relações sociais, que produzem diversos outros tipos de espaços materiais e imateriais, como por exemplo: políticos, culturais, econômicos e ciberespaços. (Fernandes, 2005, p. 26).

Milton Santos (2006), diferencia o espaço social do espaço geográfico. Para ele, natureza e relações sociais são indissociáveis e produzem os objetos. Um só tem sentido a partir da interferência e interação com o outro.

O espaço é formado por um conjunto indissociável, solidário e também contraditório, de sistemas de objetos e sistemas de ações, não considerados isoladamente, mas como o quadro único no qual a história se dá. No começo era a natureza selvagem, formada por objetos naturais, que ao longo da história vão sendo substituídos por objetos fabricados, objetos técnicos, mecanizados e, depois, cibernéticos, fazendo com que a natureza artificial tenda a funcionar como uma máquina. [...] O espaço é hoje um sistema de objetos cada vez mais artificiais, povoado por sistemas de ações igualmente imbuídos de artificialidade, e cada vez mais tendentes a fins estranhos ao lugar e a seus habitantes. [...] Sistemas de objetos e sistemas de ações

⁹ O termo contra-hegemonia não é encontrado nas elaborações de Gramsci. O conceito foi elaborado mais tarde por Raymond Williams (Dore; Souza, 2018), mas não será abordado nesta fase do estudo.

interagem. De um lado, os sistemas de objetos condicionam a forma como se dão as ações e, de outro lado, o sistema de ações leva à criação de objetos novos ou se realiza sobre objetos preexistentes. É assim que o espaço encontra a sua dinâmica e se transforma. [...] Considerar o espaço como esse conjunto indissociável de sistemas de objetos e sistemas de ações, assim como estamos propondo, permite, a um só tempo, trabalhar o resultado conjunto dessa interação, como processo e como resultado, mas a partir de categorias susceptíveis de um tratamento analítico que, através de suas características próprias, dê conta da multiplicidade e da diversidade de situações e de processos. (Santos, 2006, p. 39-40).

A ação humana na natureza produz o espaço geográfico – formado, em síntese, pelos espaços físico e social – no processo permanente de reprodução da sociedade. Numa relação dialética, o espaço geográfico é produto e reproduzidor da sociedade em sua interação com a natureza.

Um conceito básico é que o espaço constitui uma realidade objetiva, um produto social em permanente processo de transformação. O espaço impõe sua própria realidade; por isso a sociedade não pode operar fora dele. Consequentemente, para estudar o espaço, cumpre apreender sua relação com a sociedade, pois é esta que dita a compreensão dos efeitos dos processos (tempo e mudança) e especifica as noções de forma, função e estrutura, elementos fundamentais para a nossa compreensão da produção do espaço. (Santos, 2008, p. 67).

Sendo assim a análise e entendimento do espaço não podem se dar de forma fragmentada e estática. Ainda que através das particularidades, o estudo do espaço permite compreender a totalidade em constante movimento, pois “ao realizar a produção de sua existência e criar as bases de reprodução social, a sociedade vai se apropriando da natureza e construindo um espaço físico que ao mesmo tempo é social” (Santos, 2016, p. 21). Portanto, se o espaço está em constante formação e transformação, o que o movimenta senão a luta de classes?

Para ajudar a compreensão dessa movimentação, abordaremos também um outro conceito da Geografia: o território. As características de cada sociedade determinam as relações de poder, sejam elas no âmbito político, econômico e/ou cultural. Nas primeiras elaborações acerca do território havia o entendimento de que ele cumpria com duas funções principais: abrigo para quem nele vive e possibilidade de projeção. O território oferece tanto segurança, como pode ser um “trampolim para oportunidades”. Mas isso requer “uma organização interna do território bem como relações externas, de poder e dominação. Assim, o território assume distintos significados para diferentes sociedades e/ou grupos sociais

dominantes” (Saquet, 2013, p. 27).

Se até então o território era visto como o local de referência, onde o chão que se pisa é também o que dá segurança, agora ele é categoria necessária para expandir a dominação e a exploração, especialmente a partir da “descoberta” do Novo Mundo, principalmente no decorrer dos séculos XVII e XVIII. “O território passa a ser compreendido para além de abrigo, ou seja, como um receptáculo de investimentos econômicos feitos por pessoas. [...] O território é experimentado para além de habitat do homem, como receptáculo de suas atividades econômicas” (Saquet, 2013, p. 27-28, grifo próprio).

A dominação do homem pelo homem nos processos de conquista e efetivação do poder em determinada área é a base da expansão do Modo de Produção Capitalista. Com isso, surgem novas configurações sociais e novas práticas de apropriação e dominação do território.

É o progresso tecnológico [...] que determina a morte da função de abrigo e proteção da soberania territorial do Estado. Os meios de comunicação e as invenções beligerantes articulam Estados, ameaçando-os, condicionando uma nova ordem, que é global e plural, porém, sem eliminar o território nem o Estado. Agora, os territórios, com novos significados, estão justapostos através das fronteiras e relacionados, política e geograficamente, no nível internacional, no qual há uma fluidez e uma complementaridade moderna. (SAQUET, 2013, p. 29, grifo próprio).

Assim como o espaço, os territórios são construções sociais mediadas por relações de poder. Relações, estas, instituídas socialmente e efetivadas na vida cotidiana de forma conflituosa e não homogênea. “Da mesma forma que o espaço e o território são fundamentais para a realização das relações sociais, estas produzem continuamente espaços e territórios de formas contraditórias, solidárias e conflitivas. Esses vínculos são indissociáveis” (Fernandes, 2005, p. 28). O território é, então, um “lugar de relações a partir da apropriação e produção do espaço geográfico, com o uso de energia e informação, assumindo, desta maneira, um novo significado, mas sempre ligado ao controle e à dominação social” (Saquet, 2013, p. 34, grifo do autor).

Portanto, nessa relação de disputa, o território vai ganhando novos significados, mas sempre vinculados à compreensão das relações de poder estabelecidas. Ao fazer o movimento do abstrato para o concreto – do espaço para o território – e ao ler o território com mais profundidade, o espaço deixa de ser uma abstração. É, então, apreendido e ganha concretude. De acordo com Fernandes (2005), a “transformação do espaço em território acontece por meio da conflitualidade, definida pelo estado permanente de conflitos no enfrentamento entre as forças políticas que procuram criar, conquistar e controlar seus territórios” (Fernandes,

2005, p. 30).

A partir da compreensão de que os territórios são construções sociais mediadas por relações de poder, parte-se, então, para uma análise da comunicação, entendendo esta também como um território em permanente disputa, uma vez que,

As disputas territoriais não se limitam à dimensão econômica. Pelo fato do território ser uma totalidade, e multidimensional, as disputas territoriais se desdobram em todas as dimensões, portanto, as disputas ocorrem também no âmbito político, teórico e ideológico [...] As políticas de dominação e de resistência utilizam o conceito de territórios para delimitar tanto os espaços geográficos disputados, quanto de demarcar os pleiteados. [...] O sentido da disputa está na essência do conceito de território, que contém como princípios: soberania, totalidade, multidimensionalidade, pluriescalaridade, intencionalidade e conflitualidade. (Fernandes, [ca2009]).

No livro “Comunicação dos trabalhadores e hegemonia”, Vito Giannotti (2014), para analisar o papel da comunicação e os desafios para a classe trabalhadora, recorre ao legado histórico da Revolução Russa. Um século atrás, Vladimir Ilitch Lênin, um dos líderes do movimento que derrubou o czar na Rússia, defendia a “íntima ligação entre propaganda e organização”, eixos considerados fundamentais para consumir a revolução e na qual o jornal tinha um papel de organizador da classe trabalhadora. Lênin compara o jornal de um partido aos andaimes de um edifício “que destacam os contornos deste, facilitam a comunicação entre os diversos construtores e os ajudam a distribuir o trabalho e a observar os resultados alcançados” (Giannotti, 2014, p. 62).

Ainda de acordo com Giannotti, hoje a comunicação tem um papel central na sociedade, pois não é possível separá-la das relações de poder. Não existe poder sem o vínculo intrínseco com a comunicação, pois “[...] ela é parte integrante do poder, da discussão e determinação dos destinos do mundo” (Giannotti, 2014, p. 26). Essa visão acerca do papel da comunicação é compartilhada pelo MST. Nas conclusões de sua dissertação de mestrado, defendida na Universidade de Brasília, a jornalista Maria Góes de Mello (2015), militante do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), sintetiza a compreensão do MST acerca da comunicação.

Para o MST, a comunicação tem amplo significado, que transcende a construção formal de meios de comunicação e envolve, inclusive, suas próprias ações no escopo do fazer comunicativo. Prioriza o diálogo com seus militantes e, ao se dirigir à sociedade, realiza uma comunicação contra-hegemônica, que tenta romper com a visão unilateral compartilhada pelos grandes meios sobre o campo, a posse da terra, o agronegócio e o modo de vida camponês. A luta pela democratização da comunicação, para a entidade, tem duplo aspecto: o de direito à pluralidade – para que sua causa seja vista,

não omitida ou estereotipada – e de acesso aos meios de produção, já que a mídia pode ser lida como um oligopólio improdutivo. (Mello, 2015, p.119).

Abraçar a luta pela democratização é fundamental no processo de enfrentamento de classes. Há, em geral, um senso comum a respeito do entendimento da mídia como um elemento neutro na composição da sociedade. O argumento da imparcialidade mascara seu verdadeiro papel no mundo contemporâneo. Se um dia houve a ideia de que a mídia atuava como um poder a mais no espectro social – somando-se aos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário –, hoje ela já não pode mais ser encarada como um quarto poder. Ela é parte integrante do próprio poder. Não há mídia sem poder e não há poder sem mídia.

O italiano Antonio Gramsci, em suas elaborações acerca da temática da cultura, propõe um estudo sobre a forma como se organiza a estrutura ideológica de uma classe dominante. Ou seja, “a organização material voltada para manter, defender e desenvolver a ‘frente’ teórica ou ideológica” (Gramsci, 2011, p. 341-342). Para ele, embora não seja a única, o setor editorial (imprensa) é a “parte mais dinâmica dessa estrutura ideológica”, pois influi ou pode influir diretamente sobre a opinião pública.

A opinião pública “é o ponto de contato entre a ‘sociedade civil’ e a ‘sociedade política’, entre o consenso e a força” [...] e por isso está duplamente ligada com a hegemonia política [...]. De fato, quando o Estado quer iniciar uma ação pouco popular deve primeiro criar uma opinião pública adequada, ou seja, organizar e centralizar elementos da sociedade civil. [...] Elemento essencial é o controle da opinião pública voltado para o monopólio dos órgãos da mesma, uma vez que, sendo ela ligada à vontade política pública, poderia desta discordar; em consequência se desencadeia a luta para controlar jornais, partidos, parlamento “de modo que uma só força modele a opinião e, portanto, a vontade política nacional, dispondo os discordantes numa nuvem de poeira isolada e inorgânica”. (La Porta, 2017, p. 585).

Reflexões acerca do papel da mídia (imprensa) já povoaram também a literatura brasileira. Nas “Recordações do Escrivão Isaías Caminha”, do escritor Lima Barreto (1881-1922), num diálogo narrado pelo protagonista, um dos personagens diz que a imprensa

[...] é a mais tirânica expressão do capitalismo e a mais terrível também... É um poder vago, sutil, impessoal, que só poucas inteligências podem colher-lhe a força e a essencial ausência da mais elementar moralidade, dos mais rudimentares sentimentos de justiça e honestidade! São grandes empresas, propriedades de venturosos donos, destinados a lhes dar o domínio sobre as massas, em cuja linguagem falam, e a cuja inferioridade mental vão ao encontro, conduzindo os governos, os caracteres para os seus desejos inferiores, para os seus atrozes lucros burgueses... Não é fácil a um indivíduo qualquer, pobre, cheio de grandes ideias, fundar um que os

combata... Há necessidade de dinheiro; são precisos, portanto, capitalistas que determinem e imponham o que se deve fazer num jornal [...]. (Barreto, 2019, p. 149-150).

A análise, ainda que fictícia, feita no início do século XX ecoa até a atualidade e é reinterpretada por Giannotti (2014). Para ele, a mídia não existe para ser somente um instrumento de comunicação, mas um meio para disputar a hegemonia – para garantir a hegemonia vigente ou se contrapor a ela; portanto, “[...] um instrumento hegemônico ou contra-hegemônico. A mídia tem dono que tem classe, e esta tem interesses de classe a defender. E tais interesses, na atual sociedade em que vivemos, não são os do povo, obviamente” (Gianotti, 2014, p.40).

Como já afirmado anteriormente, não existe mídia sem poder e não existe poder sem mídia. E, se o território é construído e mediado por relações de poder, então pode-se afirmar, também, que não existe mídia sem um território. Não existe uma comunicação que não se realize a partir de um território. Hoje, na atualidade da luta de classes, qual o território da comunicação? Qual a centralidade da comunicação neste enfrentamento?

Nos últimos cem anos, os avanços tecnológicos foram impondo mudanças no fazer comunicativo em geral. Na era da tecnologia da informação, tanto as grandes empresas quanto os movimentos sociais se veem obrigados a se adequarem às novas demandas de comunicação na disputa pela hegemonia. Tais mudanças provocam a uma reconfiguração do cenário midiático brasileiro; uma reordenação que não suprime as dinâmicas de poder e controle, mas insere novos agentes nesse campo de batalha, como aponta Kischinhevsky (2016).

Os meios tradicionais perdem audiência em seus suportes originais, mas há indícios de que grandes grupos de comunicação permanecem hegemônicos como fonte de informação [...]. Levantamento da F/Nazca revela que a TV aberta era a fonte preferencial para 62% dos brasileiros em 2012, contra 65% no ano anterior. A internet subiu de 19% para 20% no mesmo período; o rádio, de 7% para 8%; os jornais, de 5% para 6%; e as revistas, de 1% para 2% - considerando as faixas etárias mais jovens (entre 12 e 15 anos) e de maior poder aquisitivo, vale destacar que a rede mundial de computadores liderava com folga. Contudo, se for analisado o ranking dos sites mais acessados no país, percebe-se que os maiores tráfegos estão divididos entre os motores de busca (Google, Yahoo!), mídias sociais (Facebook, Youtube, Wikipedia) e portais de grandes empresas de comunicação (UOL, Globo.com). Ou seja, grupos que mantêm negócios em TV, rádio, jornais e revistas encontram nas redes sociais on-line um espaço estratégico e privilegiado para a circulação de seus conteúdos, que representam percentual expressivo dos conteúdos gerados e/ou compartilhados pelos próprios usuários. (Kischinhevsky, 2016, p. 16).

Comunicação é poder e informação é negócio – e lucrativo. De acordo com o economista Sergio Bertoni, conhecimento e tecnologia desenvolvem papel crucial na atual fase de desenvolvimento do capital. Dominá-los corrobora para também dominar o processo econômico e social. Ainda de acordo com Bertoni, “[...] o valor de mercado de uma empresa de tecnologia como o *Google* [por exemplo], é muitas vezes superior ao valor de mercado da maior montadora de automóveis, que é um clássico da era industrial” (Bertoni *apud* Giannotti, 2014, p. 36).

Dados da Forbes (2019) apontam que as cinco marcas mais valiosas do mundo são todas do setor de tecnologia: Apple (avaliada em US\$ 206 bilhões), *Google* (US\$ 167,7 bilhões), Microsoft (US\$ 123,5 bilhões) e Amazon (US\$ 97 bilhões) ocupam as quatro primeiras posições. Todas ampliaram em mais de 20% seu valor em um ano. A quinta é o Facebook, que passou por retração entre 2018 e 2019. A empresa foi a única entre as dez maiores a sofrer desvalorização, alcançando US\$ 88,9 bilhões, 6% menos em relação ao ano anterior. Denúncias de atuação política, uso ilegal de dados pessoais, proliferação de notícias falsas e migração de usuários para outras redes foram fundamentais para isso. Há poucos anos, essa lista era liderada por petrolíferas e bancos. A nova composição é uma evidência de que o sistema está mudando e que as comunicações e as tecnologias ocupam espaços cada vez mais centrais nele. (Martins, 2020, p. 15).

Ou seja, tecnologia, mídia, capital e poder não são coisas separadas. Ao contrário, compõem um mesmo corpo. Reconhecendo que a luta passa, portanto, pela comunicação, e ainda que a briga seja absurdamente desigual, os movimentos sociais vêm se desafiando, ao longo das últimas décadas, a construir seus próprios meios de comunicação. Ou, nas palavras ditas de modo particular e direto por Vito Giannotti (2014), “[...] se quisermos disputar hegemonia, do ponto de vista da comunicação, há duas coisas a fazer: primeiro, perder as ilusões com a mídia da outra classe. Segundo, parar de choramingar e criar e fortalecer a nossa mídia. A mídia da nossa classe” (Giannotti, 2014, p. 75).

De acordo com Gonçalves (2015), na América Latina, principalmente a partir dos anos de 1970 e 1980, empreenderam diversas experiências no bojo das organizações sociais.

[Tais experiências] buscavam aliar teoria e prática no entendimento da comunicação enquanto um processo de interação e/ou diálogo entre emissor e receptor. O acesso efetivo ao direito de receber mensagens por parte do receptor da informação é entendido em sua relação com o direito de também transmitir informação, ou seja, como diálogo. Esse ciclo se fecha efetivamente com a participação, neste caso associada ao direito de intervir e tomar parte no processo de produção e transmissão das mensagens, por meio da socialização dos meios de produção comunicacionais. (Gonçalves, 2015, p. 72).

Conforme será abordado no capítulo seguinte, o MST está no leque dessas organizações que se desafiam a construir seus próprios instrumentos de comunicação. Entre as dezenas de experiências desenvolvidas, está o rádio, objeto desse estudo. Com abrangência nacional e chegando aos mais longínquos pontos do território nacional, o rádio passou por diversas transformações ao longo dos anos e hoje é utilizado também no âmbito dos movimentos sociais, entre eles o MST.

Surgido no Brasil oficialmente na década de 1920, o rádio é até hoje um dos principais meios de comunicação utilizados no país. Embora sofra insistentemente a investida dos grandes grupos regionais e nacionais, o rádio tem como uma de suas principais fortalezas a estreita relação com a localidade e seu público. Em entrevista a Debora Cristina Lopez, Marcelo Kischinhevsky, Eduardo Vicente e Lena Benzecry, Sonia Virgínia Moreira aponta que,

[...] o fato do rádio ser local é uma característica muito interessante de um meio de comunicação. Porque a gente não pode esquecer nunca que, antes de mais nada, o rádio fala com essa proximidade do seu ouvinte. E ainda que a gente tenha hoje outras possibilidades de produção e de escuta radiofônica, eu acredito que a característica local do rádio é muito presente e isso faz com que a linguagem do rádio também seja bastante influenciada por ela. E é uma dualidade, na verdade. Ao mesmo tempo que você fala para o local, você está falando para o nacional, você está falando para o mundo. (Lopez *et al*, 2021).

De acordo com Rabaça e Barbosa (1987), numa antiga elaboração, o rádio pode ser definido como

[um] veículo de radiodifusão sonora que transmite programas de entretenimento, educação e informação. Música, notícias, discussões informações de utilidade pública, programas humorísticos, novelas, narrações de acontecimentos esportivos e sociais, entrevistas e cursos são os gêneros básicos dos programas. Serviço prestado mediante concessão do Estado, que o considera de interesse nacional, e deve operar dentro de regras preestabelecidas em leis, regulamentos e normas. (Rabaça; Barbosa, 1987, p. 491).

Visto do ponto de vista tecnológico, o rádio pode ser entendido como o “meio de comunicação que utiliza emissões de ondas eletromagnéticas para transmitir à distância mensagens sonoras destinadas a audiências numerosas” (Ferraretto, 2007, p. 23). Com os avanços tecnológicos, inseriu-se no circuito de debates uma discussão polêmica acerca do que é ou não rádio. Há autores, como Macello Medeiros, que defendem que somente as emissoras *hertzianas*, como as AMs e FMs podem ser consideradas rádio – ou serviço radiofônico –,

pois apresentam fluxo contínuo de transmissão, diferentemente das rádios pessoais¹⁰, rádios *web*¹¹ e *podcasts*¹² (Kischinhevsky, 2016). Por outro lado, há estudiosos, como Nair Prata, que incluem as rádios *web* como rádio, mas excluem as rádios pessoais e *podcasts* desse grupo. Para Prata, em diálogo com Eduardo Meditsch, estes suportes tecnológicos não podem ser considerados como rádio, pois falta a eles algo essencial ao radiofônico: “[a] emissão em tempo real do ouvinte e da sociedade no qual está inserido” (Meditsch, 2001 *apud* Prata, 2008, p. 14). Porém, há também pesquisadores, como Luiz Artur Ferraretto e Marcelo Kischinhevsky, que dialogam no sentido de uma visão menos restritiva, incluindo também os *podcasts* no âmbito do fazer radiofônico. Eles defendem que, no atual estágio em que se encontra o rádio, há uma tendência em aceitá-lo como “[...] uma linguagem comunicacional específica, que usa voz (em especial, na forma de fala), a música, os efeitos sonoros e o silêncio, independentemente do suporte tecnológico ao qual está vinculada”¹³ (Ferraretto; Kischinhevsky, 2010, p. 1010 *apud* Kischinhevsky, 2016, p. 24).

Neste estudo, corrobora-se com a visão defendida por Nair Prata (2008). Por isso, aqui, trabalha-se com a compreensão de que atividade radiofônica corresponde a toda e qualquer experiência de rádio (veículo) que utilize as ondas sonoras para a emissão e recepção de conteúdo, desde que garantido “o tempo real do ouvinte e da sociedade no qual está inserido”, independentemente de sua forma de transmissão. Deste modo, consideram-se atividades radiofônicas as emissões sonoras que se propagam através de ondas eletromagnéticas e necessitam de um aparelho receptor, como as rádios AM e FM; as que se propagam através de aparelhos amplificadores de ondas sonoras como alto-falantes, caixas de som e cornetas, utilizadas nas rádios poste; e as emissões via *internet* (distribuição de dados) através de tecnologia de transmissão de áudio em tempo real (*streaming*), como é o caso das

10 Rádios pessoais são “serviços surgidos nos anos 1990 [nos quais] o internauta personalizava *playlists* musicais a partir de um repositório de arquivos digitais, compartilhando-as com outros internautas”. (KISCHINHEVSKY, 2016, p.23). É o que atualmente alguns autores denominam de rádio social.

11 “Por webradio [ou Rádio web] entende-se a emissora radiofônica que pode ser acessada por meio de uma URL (Uniform Resource Locator), um endereço na internet, não mais por uma frequência sintonizada no *dial* de um aparelho receptor de ondas hertzianas” (PRATA, 2008, p. 2, grifo da autora).

12 “Os podcasts – também chamados de podcastings – são arquivos de áudio transmitidos via internet. Neles, os internautas oferecem seleções de músicas ou falam sobre os mais variados assuntos – exatamente como acontece nos blogs. A palavra que determina esta nova tecnologia surgiu da fusão de iPod (toca-MP3 da Apple) e broadcast (transmissão via rádio). [...] Os arquivos, baixados em computadores ou tocadores portáteis, podem ser ouvidos a qualquer hora”. (Entenda..., 2006).

13 Definição completa pode ser encontrada no verbete Rádio da Enciclopédia INTERCOM de Comunicação.

rádios *web*. As rádios itinerantes, outra modalidade de atividade radiofônica também abordada nesta pesquisa, podem funcionar como FM, poste ou *web*. Nesta pesquisa também serão abordados como atividade radiofônica os programas do MST veiculados em emissoras AM e FM não vinculadas ao Movimento.

2.1 O rádio no Brasil

Existem divergências quanto ao início das transmissões radiofônicas em território brasileiro. Oficialmente a primeira emissão data de 7 de setembro de 1922, quando das comemorações do centenário da Independência, no Rio de Janeiro (RJ). Poucas pessoas privilegiadas podem ouvir o discurso do então presidente Epitácio Pessoa, pois apenas 80 aparelhos receptores são importados para a ocasião. No entanto, há estudiosos que apontam a cidade do Recife (PE) como sendo o berço do rádio no país. Consta que em 6 de abril de 1919 é inaugurada a Rádio Clube do Pernambuco (Moreira, 1991; Ortriwano, 1985). Apesar do acesso muito restrito, é ainda na década de 1920 que o rádio começa a ganhar força. Em 1923 funda-se a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro e, no ano seguinte, a Rádio Educadora Paulista. Porém, as rádios ainda caracterizam-se como clubes da alta sociedade, nos quais o ouvinte faz também o papel de programador musical. Isso porque, somente poucas pessoas possuem condições econômicas para adquirir os aparelhos receptores, uma vez que têm que ser importados. De acordo com Moreira (1991),

Como toda novidade tecnológica, o rádio – no seu início – era acessível apenas às pessoas com alto poder aquisitivo. A elite da época, que possuía meios para adquirir um aparelho, gostava de ópera, possuía em casa discos de ópera. Esses discos eram cedidos temporariamente às rádios para que cada uma pudesse programar as suas atrações. (Moreira, 1991, p.16).

A partir dos anos 1930, o rádio começa a se popularizar. O linguajar, até então rebuscado, vai sendo substituído pelo tom mais coloquial e, proporcionando assim, a aproximação entre locutor e ouvinte. A emissora paulista Record é pioneira nessa nova forma de se fazer rádio. A programação torna-se mais variada, apresentando para o público uma mescla de música, transmissões esportivas – como futebol e turfe, principalmente – e radioteatro.

É naquele decênio também que se abre a comercialização do espaço radiofônico através da veiculação de propaganda, regulamentada pelo Decreto 21.111, de 1º de março de

1932 (Kischinhevsky, 2016, p. 41). Os programas de auditório transmitidos via rádio se consolidam como espaços patrocinados por empresas – que, inclusive, dão nomes a eles. A Rádio Record é a primeira, também, a apresentar uma galeria de astros da música popular brasileira como um elenco fixo, entre eles, Carmen Miranda, Orlando Silva e Francisco Alves¹⁴.

A Record adotou um novo modelo de programação organizado por César Ladeira, introduzindo o *cast* profissional e exclusivo, com remuneração mensal. A partir daí, começa a corrida e as grandes emissoras contratam a 'peso de ouro' astros populares e orquestras filarmônicas. E mesmo as emissoras de pequeno porte procuram também ter o seu pessoal fixo. Essa mudança aguçou – ou mesmo desencadeou – o espírito de concorrência entre as emissoras, inclusive de outros Estados, que imitaram a programação lançada pela Record. (Ortriwano, 1985, p.17 - grifo nosso).

O rádio assume, paulatinamente, um papel importante na vida política do país, tornando-se o “grande meio de difusão de ideias e ideologias” (Giannotti, 2014, p. 101), como apontam Bastos, Stedile e Villas Bôas (2015).

No Brasil, a IC [Indústria Cultural] se desenvolveu como aparelho de hegemonia na década de 1930. É a partir desta década que o sistema de radiodifusão ganha importância, com a compreensão de seu alto poder de propaganda pelo governo Getúlio Vargas, que enaltecia suas ações [...]. Simultaneamente, o sistema de radiodifusão foi ganhando corpo com a instalação da Rádio Nacional, no Rio de Janeiro, em 1936, e a Rádio Tupi, em São Paulo, no ano seguinte. Assim, programas musicais de variedades cumpriam papel semelhante ao da 'propaganda política', fossem seus conteúdos pautados pela exaltação nacional ou não. (Bastos; Stedile; Villas Bôas, 2015. p. 32).

Com a clara intenção de ser um dos instrumentos da propaganda de seu governo, o então presidente Getúlio Vargas cria, em 1935, um programa de veiculação nacional, hoje conhecido como A Voz do Brasil¹⁵. Nesse mesmo ano, o antigo Departamento Oficial de Propaganda (DOP) se transforma em Departamento de Propaganda e Difusão Cultural. Mais tarde, em 1939, o órgão é substituído pelo Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP). (Ortriwano, 1985, p. 17). Na visão de Vito Giannotti (2014), o DIP pode ser considerado o

¹⁴ Esse dado histórico é polêmico. Há estudos e estudiosos que apontam a Rádio Nacional do Rio de Janeiro como a pioneira em apresentar esse formato para o público. No entanto, no presente estudo, opta-se pelo dado apresentado por Ortriwano (1985).

¹⁵ Originalmente chamado Programa Nacional, foi criado em julho de 1935. Quatro anos depois, em 1939, passou a se chamar a Hora do Brasil, com veiculação obrigatória nas rádios do país das 19h às 20h. O nome A Voz do Brasil, como é conhecido o programa até hoje, foi adotado em 1971, durante o regime militar. Ao longo dos anos, passou por reformulações, mas segue sendo transmitido e retransmitido por diversas rádios em todo o território nacional (Brandão, 2016).

grande instrumento para a implantação da hegemonia de Vargas, tendo o rádio como o principal meio difusor de suas ideias¹⁶, pois ele “tinha um papel ativo, dinâmico, na construção da hegemonia do ditador” (Giannotti, 2014, p. 101).

Nos anos 1940, o rádio se consolida como o principal meio de comunicação da população brasileira e um grande captador de altos investimentos publicitários. O período também é o auge das radionovelas e das famosas cantoras do rádio.

Na década de 40 as empresas multinacionais passam a ter no rádio um aliado para sua entrada no mercado brasileiro – como já vinha ocorrendo em outros países das Américas. Em 1941, era lançada na Rádio Nacional a primeira radionovela no Brasil: Em busca da Felicidade. Segundo o sociólogo brasileiro Renato Ortiz as radionovelas eram utilizadas nos Estados Unidos e em alguns países da América Latina como estratégia para o aumento na venda de produtos de higiene e de limpeza. [...] A Nacional se transformou em uma verdadeira fábrica de ilusões, suas novelas marcaram época, forjaram hábitos e atitudes, despertaram polêmicas e fizeram muito sucesso junto ao público ouvinte. (Calabre, [2017], p. 4-5).

Os últimos anos da década de 1940 são fundamentais para a criação e consolidação de novas emissoras. Com o crescimento da indústria dos bens de consumo pós 2ª Guerra Mundial, o acesso às tecnologias é facilitado, além de haver um aperfeiçoamento dos equipamentos de transmissão, possibilitando, assim, a ampliação das emissoras em ondas curtas (que têm maior propagação e alcance). Este cenário favorece, também, os patrocinadores que veem ampliado seu campo de atuação do local para o nacional. Porém, a partir da década seguinte, o rádio brasileiro começa a registrar uma queda significativa de audiência. A “época de ouro” termina com a chegada e a rápida popularização de um outro meio de comunicação: a televisão. Vale frisar que os primeiros programas da TV brasileira são importados do rádio.

Os profissionais envolvidos na produção e apresentação das atrações radiofônicas de maior sucesso, ao migrarem para a televisão, levam consigo as fórmulas que têm conquistado grande receptividade junto ao público. As novelas, os programas de auditório, o jornalismo começam a ser reproduzidos na TV: é o rádio com imagem. (Faria, 2008, p. 22).

Com a perda de espaço para a TV e o declínio das verbas publicitárias, o rádio vê-se obrigado a se reinventar e buscar alternativas de sobrevivência. “Se o espetáculo migra para a

16 “Nos mesmos anos, na Alemanha, Hitler criava o Ministério da Propaganda do Reich, pelas mãos do famoso criminoso de guerra contra a humanidade, Josef Goebbels. Esse ministério, junto com a força do Exército e da SS, a terrível polícia política, seria a garantia do nazismo, durante quase dez anos. Esse foi o espelho para o DIP” (Giannotti, 2014, p. 101).

televisão, resta ao rádio a agilidade para informar, prestar serviços de utilidade pública, estabelecer uma relação de maior intimidade com a audiência, ouvi-la, enfim” (Kischinhevsky, 2016, p.98). Ainda que sofrendo diretamente as consequências da concorrência com a televisão, o rádio nunca perdeu seu posto como um dos principais meios de comunicação de massa e elemento fundamental na formação de características e hábitos da sociedade brasileira, conforme aponta Calabre ([2017]).

Dos anos 30 aos 60, o rádio foi o meio através do qual as novidades tecnológicas, os modismos culturais, as mudanças políticas, as informações e o entretenimento chegavam ao mesmo tempo aos mais distantes lugares do país, permitindo uma intensa troca entre a modernidade e a tradição. O rádio ajudou a criar novas práticas culturais e de consumo por toda a sociedade brasileira. (Calabre, [2017], p. 9).

A perda de espaço para a TV dá-se, especialmente, nos centros urbanos, enquanto no campo o rádio ainda é o veículo de mais presença nos lares brasileiros. Entre os fatores como limite do sinal de TV e falta de acesso à energia elétrica, há um elemento crucial para a manutenção do rádio como principal meio de informação: o alto índice de analfabetismo entre a população que vive no campo neste período. Ou seja, essa população também tem limites para se informar pelos meios impressos, como jornais e revistas. A partir de dados levantados no recenseamento geral de 1960, Calabre ([2017]) aponta que

[...] no final da década de 50 o país ainda possuía um índice de 53,16% de sua população analfabeta, sendo que 61,98% dos que não sabiam ler se encontrava entre a população rural. Ou seja, mais da metade da população do país tinha o rádio como principal fonte de informação, de atualização, como canal de ligação com o restante da sociedade. (Calabre, [2017], p. 7).

Na década de 1970 o rádio toma novo fôlego. As transmissões em frequência modulada (FM) se expandem na primeira metade dos anos 1970 e novos canais são abertos. A programação torna-se variada e segmentada para diversos públicos. Ganham ênfase os programas jornalísticos e a prestação de serviços de utilidade pública, como aponta Gisela Ortriwano (1985),

A partir de meados de 70, começa a transformação para que o rádio conseguisse sair definitivamente do marasmo em que caiu a partir dos anos 50. A tendência à especialização mostrou-se cada vez maior. As emissoras passaram a identificar-se com determinadas faixas sócio-econômico-culturais, procurando dirigir-se a elas e buscando sua linguagem nos próprios padrões das classes que desejavam atingir. (Ortriwano, 1985, p. 24).

Num período de efervescência política, social e cultural, consolida-se, com aparato

legal, uma tendência ao surgimento de novas emissoras através da política expansionista de comunicação do governo militar. É a ideia de “unir” o Brasil através das ondas do rádio. Durante o governo de João Figueiredo são concedidos 594 canais de rádio (AM e FM) e 40 emissoras de TV (Faria, 2008, p. 14), mas a concessão de novas emissoras cai, muitas vezes, no plano do favoritismo. Data dos anos de 1970, também, o crescimento dos maiores grupos de comunicação que até hoje controlam 90% dos canais de rádio e TV existentes em território nacional. É o período em que “se formam conglomerados midiáticos, com interesses nos mais variados nichos de mercado, muitos deles investindo na formação de redes de emissoras de alcance nacional, via satélite” (Kischinhevsky, 2016, p.41). Abrem-se parênteses para uma certa caracterização desse setor apontado por Helena Martins (2020).

Na esteira da prevalência de interesses privados, garantidos pela concentração da propriedade, pela presença dominante de grupos familiares e pela vinculação dos concessionários às elites políticas nos diferentes estados, o sistema também reproduziu as características da elite brasileira: patriarcal e racista. Marinho, Mesquita, Abravanel, Saad, Sarney, Sirotsky e Jereissati são alguns dos nomes das famílias chefiadas historicamente por ricos homens brancos e que controlam boa parte dos jornais e das emissoras de rádio e televisão do país. O fato de serem homens essencialmente merece ser analisado, pois parece reproduzir a lógica de domínio dos espaços públicos por parte desses sujeitos, condicionando as mulheres à esfera privada e controlando o que circula e ajuda a formar a opinião da sociedade. (Martins, 2020, p. 67).

Em dezembro de 1975, é criada a Radiobrás¹⁷ (Empresa Brasileira de Radiodifusão), instituindo uma política de controle sobre as emissões oficiais do governo. Com isso, os militares demonstram a preocupação de centralizar a implantação e operação das emissoras governamentais, mas também de garantir a distribuição e veiculação da publicidade oficial.

Nos anos 1980 e 1990 surgem novas emissoras no país. A consolidação da frequência modulada – com melhor qualidade sonora – fez com que o rádio musical se popularizasse rapidamente. E com a FM consolida-se, também, o casamento entre as empresas de radiodifusão e a indústria fonográfica. “A música veiculada pelas FMs é, salvo honrosas exceções, de caráter francamente comercial, servindo aos interesses das gravadoras de discos, intensificando um processo que remonta aos anos 1930, período de afirmação do rádio como espetáculo massivo” (Kischinhevsky, 2016, p. 63). Essa relação duradoura fortalece uma

¹⁷ Em 1988, a Empresa Brasileira de Notícias (EBN) é incorporada à Empresa Brasileira de Radiodifusão (RADIOBRÁS), que passa a chamar RADIOBRÁS – Empresa Brasileira de Comunicação S.A. Vinte anos mais tarde, em 2008, é incorporada pela recém-criada EBC (Empresa Brasil de Comunicação). (Aguiar, 2016).

prática – que apesar de não proibida, não é assumida publicamente pelas gravadoras e emissoras –, conhecida nos corredores da radiodifusão como “jabá”.

O termo [é] utilizado para designar o dinheiro oferecido pelas gravadoras e distribuidoras para que as emissoras veiculem as músicas de seus artistas. Assim, pode-se dizer que os frequentes quadros 'As mais pedidas', não são, necessariamente, as mais pedidas, mas talvez, as mais rentáveis. (Faria, 2008, p. 24).

Citando Valério Brittos, Kischinhevsky (2016) assinala que essa é uma fase também em que a comunicação, incluindo o rádio, enfrenta uma “multiplicidade de oferta” caracterizada por uma “variedade de produtos disponíveis enfaticamente desde variáveis mercadológicas, não da consubstanciação de um novo tempo de valorização do sujeito, de ampliação do espaço público ou da incorporação de atores comprometidos com estéticas não industriais” (Brittos, 2002, p.41 *apud* Kischinhevsky, 2016, p. 43). Essa multiplicidade também tem a ver, para citar alguns elementos, com o processo de globalização, as mudanças tecnológicas, a diversificação dos canais via TV segmentada. Ainda de acordo com o autor, este é um fenômeno com caráter mundial dada a sua “articulação com a reconfiguração do modo de produção capitalista, rumo a uma economia pós-fordista, que passaria a ser caracterizada pela acumulação flexível de capital [...] e na qual a informação desempenharia papel-chave” (Kischinhevsky, 2016, p. 43).

As décadas de 1980 e 1990 são marcadas pela multiplicação das experiências de rádios comunitárias e livres. Ainda que este tema seja melhor aprofundado no decorrer da pesquisa, vale pontuar no que consistem tais emissoras. Rádio comunitária é uma emissora feita pela e para a comunidade e sua programação deve estar voltada aos interesses desta. É, geralmente, formada por membros de uma determinada localidade (bairro ou município) e representada legalmente por uma associação cultural. Já a rádio livre “tem como principal característica ser uma emissora que não tem nenhuma legislação que a regule. Normalmente é criada por grupos, indivíduos e movimentos populares” (Peruzzo, 2004, P. 216).

No prefácio do livro Rádio e Mídias Sociais, de Marcelo Kischinhevsky, o professor de comunicação Luiz Artur Ferraretto aponta que apesar das mudanças sofridas nas últimas três décadas – principalmente tecnológicas –, o rádio manteve suas características principais.

Dos anos 1990 à atualidade, o rádio mudou sem mudar na sua essência. Ao se tornar diferente, manteve suas características básicas. [...] embora, ao se expandir, inclua, por vezes, a fotografia e o vídeo, segue essencialmente sonoro ao combinar, quando necessário, a voz na forma da fala, a música, o efeito sonoro e o silêncio. E vai além. É tradicional e é moderno.

(Kischinhevsky, 2016, p. 9).¹⁸

Hoje são milhares de emissoras espalhadas pelo Brasil. De acordo com dados da Anatel, são 9.804 canais disponíveis (comerciais, públicos e educativos), sendo 7.713 FM e 2091 AM e nem todos estão ocupados por alguma emissora (Anatel, [2021]). Com gostos e estilos diferenciados, cada uma fala para um público específico, embora também massificado no sentido de que são vistos, todos, como consumidores da informação como mercadoria. Interesses financeiros regem a briga pela audiência e fazem com que o rádio seja muito mais comercial do que voltado para os interesses da população. Do ponto de vista capitalista há razão para tamanha competitividade.

O rádio continua sendo umas das principais fontes de informação da população brasileira. Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia 2016¹⁹, o rádio é o terceiro meio de comunicação mais utilizado pelos brasileiros, atrás da televisão e da internet. Apesar de ter perdido ouvintes em relação aos anos anteriores, a pesquisa aponta que 30% dos brasileiros ainda têm no rádio sua principal fonte de informação (em 2015 esse número era de 55%). No entanto, o percentual de ouvintes que sintonizam o rádio todos os dias aumentou de 30% em 2015 para 35% em 2016²⁰, correspondendo a uma média diária de 3h08 nos dias da semana e 2h44 nos finais de semana. Sintonizam é o termo mais apropriado, uma vez que a pesquisa revela que, das pessoas que informaram ouvir rádio, 60% o fazem por meios dos tradicionais aparelhos receptores (Brasil, 2014, 2016a)²¹.

O rádio faz parte da cultura de quem vive no campo. Abre parênteses. O campo é entendido aqui como o espaço correspondente à totalidade da vida construída nas comunidades rurais, em todas suas dimensões. Ele abarca o conjunto da classe trabalhadora que ali vive e trabalha: indígenas, quilombolas, camponeses e assalariados rurais. No verbete Educação do Campo, incluído no “Dicionário de Educação do Campo”, Roseli Caldart, ao relembrar o processo de preparação da I Conferência Nacional por uma Educação Básica do Campo, realizada em 1998, diz que foi definido utilizar “a expressão campo, e não a mais usual, meio rural, com o objetivo de incluir no processo da conferência uma reflexão sobre o

18 Mudanças que, como visto anteriormente, geram debates acerca do que é ou não rádio. Apesar de, nesta pesquisa, se apropriar da elaboração de Nair Prata, optou-se aqui, em utilizar a reflexão de Ferrarretto, por entender que ela não contradiz a definição acerca do fazer radiofônico.

19 A pesquisa foi descontinuada em 2017, portanto, a fonte citada é a última em termos de referência.

20 Em 2015 esse número era de 21%.

21 Faz-se necessário dizer que a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 foi publicada no final de 2014, sendo este o ano utilizado aqui como referência.

sentido atual do trabalho camponês e das lutas sociais e culturais dos grupos que hoje tentam garantir a sobrevivência desse trabalho” (Kolling; Nery; Molina, 1999, p. 26 *apud* Caldart, 2012, p. 260). Fecha parênteses. O rádio faz parte da cultura de quem vive no campo, principalmente, por ser um meio flexível, que pode ser levado para qualquer lugar e que possibilita que as pessoas façam outras coisas enquanto ouvem os programas. Ainda de acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia 2016, entre os entrevistados que afirmaram ouvir rádio diariamente, apenas 18% disseram ouvi-lo exclusivamente. Entre os ouvintes, 37% escutam rádio enquanto realizam alguma atividade doméstica e 17% o fazem enquanto se alimentam (BRASIL, 2016a). Além disso, no caso do campo, é preciso levar em conta o grau de escolaridade de grande parte das trabalhadoras e trabalhadores rurais e a dificuldade de informarem-se através dos meios impressos. Também vale ressaltar que o Brasil é um país com uma forte cultura da oralidade, conforme aponta Gianotti (2014),

Claramente os trabalhadores do campo [...] não são grandes leitores de jornais. Essa não é uma especificidade própria do trabalhador do campo. Por todas as estatísticas do Brasil nunca foi um país de grande circulação de jornais. Mas, o rádio, desde a década de 1930, sempre teve um lugar de forte destaque como informador de milhões. Ainda hoje, há rincões do país onde a única fonte de informações é o rádio. (Giannotti, 2014, p. 131).

Por tudo isso, o rádio é ainda um dos principais meios de veiculação da ideologia hegemônica. Por outro lado, ele é também o meio de mais fácil apropriação pelos movimentos sociais que atuam no campo, seja pelos elementos já expostos, bem como pela agilidade em atingir públicos mais específicos. Além disso, mais do que nas grandes cidades, nos pequenos e médios municípios, muitas vezes, apenas uma rádio pode ser sintonizada no *dial*.

Dados do IBGE (2006) mostram que 63% do total de emissoras comunitárias autorizadas pelo governo estão em município com até 20 mil habitantes. Isso se deve à própria lógica do sistema privado comercial que não se interessa em investir em comunicação em áreas isoladas com baixas densidades demográficas, justamente as mais carentes de acesso à meios de informação. Isso significa dizer que no interior do país [...] as rádios comunitárias são, inúmeras vezes o único veículo local de comunicação. (Steinbrenner, 2012).²²

Sendo assim, o rádio é uma importante ferramenta no processo de resistência dos territórios de Reforma Agrária frente ao avanço do capital e suas diversas formas de atuação. As rádios comunitárias, especialmente, são, em muitos casos, a única forma de acesso aos meios de comunicação, pois “a organização de pequenas rádios em escala comunitária

22 Até o fechamento da pesquisa não foram encontradas atualizações recentes desses dados.

possibilita a transmissão de conteúdos de interesse específico daquele grupo social, fazendo frente a hegemonia dos grandes grupos dominantes da comunicação de massa” (Wanderley; Cunha, 2016, p. 137).

No entanto, não é tão simples instalar uma rádio num assentamento de Reforma Agrária. Não tanto pela questão técnica, já apropriada por parte do MST, por exemplo – como será aprofundado no capítulo seguinte –, senão pela questão burocrática legal. No Brasil existem três modalidades de outorga para serviços de radiodifusão²³:

- Concessão: dada a emissoras de TV e de rádio de caráter nacional ou regional, ou seja, para ondas curtas e para ondas médias em alta potência. É prerrogativa do presidente da República e dada sempre por decreto;
- Permissão: dada a emissoras de rádio de âmbito local, como as FMs, as AMs de baixa potência. As emissoras educativas também entram nessa categoria. É prerrogativa do Ministério das Comunicações e concedida por portaria. Para rádio o prazo é de 10 anos e para TV é de 15 anos;
- Autorizações: dada a rádios comunitárias, retransmissoras e repetidoras de rádio e TV por um prazo de 10 anos²⁴. (Faria, 2008, p. 13).

De acordo com a legislação que regulamenta o Serviço de Radiodifusão Comunitária, as emissoras somente podem operar em baixa potência e com cobertura restrita. A lei 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, diz que:

- § 1o Entende-se por baixa potência o serviço de radiodifusão prestado a comunidade, com potência limitada a um máximo de 25 watts ERP e altura do sistema irradiante não superior a trinta metros;
- § 2o Entende-se por cobertura restrita aquela destinada ao atendimento de determinada comunidade de um bairro e/ou vila. (Brasil, [2014]).

Ainda que a lei tenha surgido muito por conta do crescimento das rádios comunitárias, principalmente durante os anos 1980 e 1990, ela não corresponde aos anseios das emissoras em fazer valer sua voz. Além da legislação muito restritiva, o processo para pleitear uma autorização é extremamente burocrático e lento. A dificuldade das entidades legais em cumprir com as infinitas exigências leva, em muitos casos, ao arquivamento dos processos. De acordo com Mello (2015), “para cada processo autorizado, dois são arquivados. Além disso, quase 50% dos processos de radiodifusão comunitária estão represados no Ministério das Comunicações e sequer iniciaram sua tramitação” (Mello, 2015, p. 51).

23 São considerados os serviços de sons (rádio) e os de sons e imagens (televisão). A regulação é de competência do Ministério das Comunicações.

24 Apesar das prerrogativas, na Constituição de 1988 é determinado que as outorgas passem pela aprovação do Congresso Nacional. O que não significa um empecilho às concessões.

Essa lentidão na análise e andamento dos processos tem dois motivos principais: o esvaziamento político do papel do Ministério das Comunicações; e o repasse da função fiscalizadora do conteúdo e do papel constitucional da radiodifusão para a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), criada durante o governo de Fernando Henrique Cardoso.

Com o surgimento da Anatel, toda a estrutura fiscalizatória de análise de conteúdo e de processos do Ministério das Comunicações já vinham se esfacelando. O ministério tem 16 funcionários para cuidar de 20 mil processos de rádios comunitárias. E agora com essa situação de esvaziamento, a gente já sabe que muitos dos quadros de carreira estão se deslocando do Departamento de Rádios Comunitárias para atender aos pleitos das rádios comerciais. Ou seja, é isso que gera, na realidade, a grande demora de processos. E todo esse processo de esvaziamento contribui para isso. Se você reforça o Ministério das Comunicações para ser um instrumento de fomento de política pública, valoriza o funcionalismo e abre concurso público, tudo isso faz com que a coisa avance. Mas não é essa a política. Você desmantela o Ministério, deixa ele sem condições de fazer política pública e, muito pelo contrário, você acaba entregando para o sistema privado de comunicação. (Oliveira, 2017).

Ao voltar o olhar para as rádios instaladas em assentamentos de Reforma Agrária, percebe-se que os entraves legais e políticos se intensificam ainda mais. A lei 9.612/98 foi elaborada – principalmente por conta das rádios comunitárias que surgiam nos grandes e médios municípios – a partir da realidade urbana e não corresponde à realidade das emissoras do campo. Nos termos legais, uma rádio comunitária deve operar com um transmissor de, no máximo, 25 watts de potência e alcançar um raio não maior de 1 (um) quilômetro. O elemento do raio de propagação é fundamental para inviabilizar a instalação e funcionamento de uma rádio comunitária no campo. Diferentemente da realidade urbana, no geral os assentamentos, ainda que organizados em agrovilas, apresentam as casas com um certo distanciamento uma das outras. No caso das famílias que vivem nos lotes de produção, essa distância se torna maior, inviabilizando ainda mais a rádio.²⁵

Operar nessas condições, conforme exige a lei, torna-se um grave impedimento para que as emissoras atinjam justamente o público que se encontra mais excluído do acesso à comunicação por residir em localidades distantes, em geral nas áreas rurais, onde inúmeras vezes as emissoras constituem-se no único meio local de comunicação, na medida em que tais locais não interessam comercialmente ao setor privado. Essas populações ficam assim, duplamente penalizadas, pois moram em lugares onde a comunicação assim como a saúde, o transporte, a educação de qualidade – direitos fundamentais do cidadão – não é acessível sequer como bem mercantil. (Steinbrenner, 2012).

25 Há tramitando, no âmbito do Congresso Nacional, projetos que propõem o aumento da potência e consequente alcance das emissoras, bem como alterações nas questões referentes a apoio cultural.

Desde 2011, o Ministério das Comunicações lança os Planos Nacionais de Outorgas (PNOs) voltados para a radiodifusão comunitária. A cada período é lançado um novo plano com um calendário prévio de editais contemplando municípios pré-selecionados. A partir dessa lista, as entidades com sede nestes municípios podem pleitear uma autorização de funcionamento. A proposta do plano é que as entidades tenham períodos específicos para entrar com o pedido, conforme o município, mas isso não significa agilidade no processo. As emissoras precisam seguir todos os trâmites legais exigidos, podendo ser desclassificadas caso falte algum documento, por exemplo. O PNO 2017-2019 de Radiodifusão Comunitária previa publicar 14 editais contemplando 1.414 municípios. Destes, 1.264 são localidades que ainda não possuem entidades autorizadas, e 150 com, pelo menos, uma entidade autorizada²⁶. Estão excluídos dos editais todos os municípios que já possuem pelo menos uma rádio autorizada. (Brasil, 2017).

Em 2016, o Ministério das Comunicações lançou um plano voltado especificamente para comunidades tradicionais, indígenas, ribeirinhas e rurais. O PNO de Radiodifusão Comunitária para os Povos e Comunidades Tradicionais contemplou 126 municípios, em dois editais. A lista foi elaborada após consulta e indicação por parte das organizações e movimentos do campo (Brasil, 2016b). O MST participou do processo de indicação dos municípios, mas não soube informar se alguma entidade entrou com pedido de autorização.²⁷

Ainda que elaborar um plano específico para as emissoras que atuam no campo sejam um avanço do ponto de vista político, isso não significa que a contradição da inadequação da legislação com a realidade das comunidades camponesas tenha sido resolvida. Além disso, é preciso ter em conta que qualquer outorga de serviço de radiodifusão passa, necessariamente, pelo Congresso Nacional, e “o parlamento é o lugar onde há a maior representatividade do setor patronal rural.[...] e que esses parlamentares [organizados através da bancada ruralista], atuam de acordo com as proposições e defesa do setor patronal rural” (Lima, 2015, p.110). Portanto, dificilmente, os trabalhadores e trabalhadoras serão beneficiados com a autorização.

Além da dificuldade em conquistar a autorização, as emissoras comunitárias também enfrentam a frequente ameaça de fechamento e criminalização. A comparação dos dados de

26 O Decreto nº 2615, publicado em 03 de junho de 1998, passa a permitir a existência de mais de uma rádio comunitária em um mesmo município, desde que haja viabilidade técnica e que as emissoras estejam distantes, no mínimo, quatro quilômetros entre seus sistemas irradiantes. (Brasil, 1998).

27 O último PNO foi lançado para o biênio 2018-2019, durante o governo de Michel Temer, porém não foi possível confirmar se os editais foram realmente lançados. A página do Ministério das Comunicações está sendo reformulado e muitos dados estão inacessíveis.

emissoras autorizadas e reprimidas nos últimos anos é contrastante. Embora o número de outorgas tenha aumentado durante as gestões Lula (2003/2010) e Dilma (2011/2016), a quantidade de emissoras fechadas e reprimidas no período também é muito grande. De acordo com a Anatel, em 2001 (final da gestão de FHC) haviam 980 emissoras comunitárias autorizadas e em 2012 esse número saltou para 4.514 (Kischinhevsky, 2016, p. 58). Por outro lado, em torno de 15 mil emissoras comunitárias foram reprimidas durante as gestões Lula e Dilma (Oliveira, 2017). Somente em 2010 “foram fechadas 940 rádios, 363 com mais de 25W de potência e 449 de potência reduzida. Em muitos casos de fechamento, o responsável pela rádio comunitária sofre processo penal” (Mello, 2015, p. 52).

Mais recentemente, só no primeiro ano da gestão de Michel Temer, cerca de 1.200 rádios tiveram seus contratos de renovação cancelados. Além disso, o governo revogou todos os editais de seleção pública, inclusive os previstos no Plano Nacional de Outorgas. Um dos principais motivos para a suspensão e fechamentos das rádios é o processo de digitalização da radiodifusão e a consequente migração das emissoras do AM para o FM. De acordo com matéria publicada pelo portal Brasil de Fato, em 22 de fevereiro de 2017, “a migração das rádios AM para FM, autorizada por meio de Decreto assinado em 2013 pela então presidenta Dilma Rousseff (PT) vem sendo utilizada pelo atual governo como argumento para a não renovação de contratos das rádios comunitárias, que operam em FM” (Campelo, 2017). Para garantir a migração é preciso “limpar” o espectro, ou seja, liberar as frequências para que as rádios que atualmente estão no AM possam emitir através de FM.

A despeito do enfrentamento às emissoras populares, o também inegável crescimento das rádios comunitárias outorgadas traz à tona outro grave problema histórico: a concessão da radiodifusão como moeda de troca.

O governo Fernando Henrique deixou um legado de apenas 600 emissoras autorizadas, muitas delas de caráter duvidoso. Os governos Lula e Dilma entregaram pro Temer 5 mil emissoras autorizadas. É um avanço do ponto de vista das outorgas? Sim. O problema é quem recebeu as outorgas e como recebeu. Na gestão de Hélio Costa [ministro das Comunicações no governo Lula no período de 2005 a 2010], a maioria delas foram dadas a pessoas ligadas ao próprio partido político do ministro [PMDB]. Então, na realidade, o aumento do número de rádios autorizadas nas gestões Lula e Dilma não quer dizer que você democratizou a comunicação. Na verdade você aprofundou muito mais o coronelismo eletrônico; aquela política da troca de favores. Por que? Porque quem comandou o Ministério das Comunicações durante muito tempo nas gestões Lula e Dilma não foram pessoas que estavam comprometidas com essa causa; foram pessoas que atuaram em defesa do monopólio. Nesse período, o Ministério das Comunicações foi muito mais uma subsede da Abert [Associação Brasileira de Emissoras de

Rádio e TV] do que um ministério para fazer política para favorecer a radiodifusão pública. Tanto que das 1200 rádios que o Temer não vai renovar, o governo não precisou fazer nenhuma portaria nova para poder reprimir. Foi tudo feito junto com as portarias baixadas nas gestões de Paulo Bernardo [2011 a 2015] e Ricardo Berzoini [2015]. (Oliveira, 2017).

Retomando o debate sobre a migração do sistema analógico para o digital, todavia esteja em evidência na atualidade da radiodifusão, ainda é muito incipiente no interior dos movimentos sociais e das emissoras por eles organizadas. Para o professor Marcelo Kischinhevsky (2016), neste cenário de convergência digital, a migração de tecnologia é central para a sobrevivência desse veículo quase centenário em território nacional. O Brasil só perde para os Estados Unidos no número de emissoras em operação no país. São mais de nove mil rádios em funcionamento. Dessas, quase metade são de caráter comunitário e não têm condições de investir na digitalização.

Entregue às forças do mercado, o rádio – primo pobre da indústria da radiodifusão nas últimas décadas, particularmente na modalidade AM – corre o risco de morrer de inanição. Meio massivo de maior capilaridade, o rádio oferece um laboratório privilegiado para o desenvolvimento de políticas públicas que visem à democratização da comunicação, à ampliação da pluralidade e da diversidade de vozes no dial. Políticas que são estratégicas num país onde os interesses privados raramente são contrariados, e onde o interesse público em geral acaba relegado a segundo plano. Condená-lo à morte prematura por inanição das autoridades não deveria ser uma das opções colocadas sobre a mesa. É preciso confrontar obstáculos, conciliar interesses e avançar, estabelecendo bases sólidas para investimentos públicos e privados, que permitam projetar um futuro sustentável para a indústria da radiodifusão sonora. Um futuro em que o rádio permaneça como um habitante de destaque no ecossistema midiático. (Kischinhevsky, 2016, p. 62).

Todo esse processo, além de dificultar a legalização e potencializar a repressão, ressaltava um debate polêmico no seio dos movimentos de rádios sobre o que realmente significa ser ou não uma emissora comunitária. Se por um lado há quem defenda que rádio comunitária é aquela que funciona em baixa potência, de forma restrita e dentro da legislação vigente, por outro – e aqui faz-se coro –, há os defensores de que o comunitário está muito mais vinculado ao caráter e atuação das emissoras do que sua situação legal.

As rádios comunitárias, enquanto mídia alternativa de caráter popular fazem parte da história não oficial da radiofonia mundial. São oriundas não das dinâmicas do mercado nem tampouco do Estado, mas da reação de movimentos e organizações da sociedade insatisfeita com fatores de sua realidade social, econômica e política e interessada em produzir meios próprios de comunicação para atender e difundir interesses culturais ou visibilizar lutas e bandeiras sociais. Elas são reconhecidas, de forma geral e

idealmente como meios de contra-poder, de expressão democrática e de pertencimento local. [...] Devem assim ser entendidas, na perspectiva de Martín-Barbero (2006), como lugares de mediação, onde se constroem identidades, por onde circulam significados e onde se operam resistências sociais. Com potencial, portanto, para desenvolver um papel mediador na construção de novas formas de participação e de criatividade nos usos sociais da comunicação cidadã. (Steinbrenner, 2012).

Muitas emissoras buscam a autorização muito mais pelo aspecto de proteção e segurança do que por estarem de acordo com o que diz a lei. Ainda que isso pareça, e é, uma contradição, pode ser facilmente entendido ao analisar, por exemplo, as condições das rádios que atuam nas periferias dos grandes centros urbanos.

[...] a única diferença de ser livre e ser comunitária é porque a gente tem um papel pregado na parede que evita com que a Polícia Federal vá na periferia e acabe massacrando as pessoas que estão lá. [...] Tem que parar com esse papo de achar que rádio comunitária é rádio que cumpre a lei. Não é. A diferença está no papel. Uma coisa é você ter o espaço acadêmico e nele você ter uma certa proteção; e a outra questão é na periferia, onde o tratamento é totalmente desigual, com metralhadora na cabeça, gente morrendo. Então para nós, a busca da licença é justamente essa proteção contra repressão. Por um outro lado, a gente orienta as rádios a atuarem de acordo com o que diz a sua comunidade. Ou seja, que façam a sua propaganda da forma como deve ser, que coloque a sua potência na potência que deve ser e na frequência que deve ser. A lei 9612 é um impeditivo. Se a gente seguir essa norma e essa linha do impeditivo da lei, obviamente as rádios não irão funcionar. (Oliveira, 2017).

As ocupações de latifúndios realizadas pelo MST em todo país sempre foram confrontadas com o debate da legalidade *versus* legitimidade. O reconhecimento do enfrentamento à propriedade privada da terra como forma legítima de luta, pode ser transposto também para o debate em torno das rádios comunitárias. Tal qual no caso da ocupação dos latifúndios improdutivos que questionam a função social da terra, a ocupação do ar pelas rádios comunitárias e livres dialogam com a garantia constitucional sobre os princípios e finalidades da comunicação social. Isto posto, contestar a legislação e ocupar o espectro eletromagnético não coloca na ilegalidade o caráter comunitário das emissoras.

Não parece sem sentido afirmar que as experiências comunitárias de radiodifusão carregam consigo, desde uma perspectiva de legitimidade, uma resposta direta às demandas fundamentais por informação, interlocução e expressão política e cultural que se expressam [...] como a enunciação dos princípios de uma legítima organização social da liberdade de expressão, informação e comunicação. É desse modo que o direito à comunicação busca fundamento e se vincula ao bem-estar e à formação de uma opinião pública que, ao cumprir com a sua função social de pressão, julgamento e, portanto, conformação do campo político, possa então exprimir-se a partir dos valores

políticos, sociais e culturais da comunidade. (Escrivão Filho; Táboas, 2016, p. 91-92).

Retoma-se aqui o conceito de território. Por ser o território uma totalidade, multidimensional e permeado por relações de poder, as disputas se dão nos diversos âmbitos, sejam eles políticos, culturais ou sociais (Fernandes, [ca2009]). Neste aspecto, o ar (espectro), apresenta-se também como um território em disputa. Um território que precisa ser ocupado pelos movimentos sociais que atuam no campo. É preciso romper as cercas das sesmarias eletromagnéticas e ocupar o latifúndio do ar. Além do entendimento do ar como território em disputa, há que se pensar nas rádios como instrumentos de territorialização da luta pela Reforma Agrária, uma vez que ao se instalar uma rádio, com programação e conteúdo que trate da luta pela terra, estabelece-se o diálogo com o conjunto da sociedade e com os diversos sujeitos sociais envolvidos nestes territórios. Trata-se de uma forma de (re)conhecimento da existência do território dos assentamentos, além do enfrentamento e do conflito que se estabelece com a mídia hegemônica que defende os interesses da classe dominante. Ou seja, a rádio é também ferramenta de luta em defesa do território conquistado e assim, instrumento do processo de territorialização do MST.

Para Moreira (1996), a territorialização é definida como um processo de fixação, de enraizamento territorial, ambiental e cultural, resultando em territorialidades. Fernandes (1999) afirma que o processo de territorialização do MST acontece por meio da construção de espaços de socialização política, que a ocupação é a condição para a territorialização e que tal processo acontece de forma contínua, formando-se uma rede de luta e resistência. As rádios são parte desta rede. Assim, pode-se dizer que a territorialização protagonizada pelas emissoras instaladas em assentamentos de Reforma Agrária acontece quando elas se tornam instrumento de mediação do sujeito sem terra e o seu entorno (comunidade), fortalecendo também os laços de pertencimento com a Organização. A territorialização ocorre também no território do ar. A emissora, ao ocupar esse território, faz com que o MST se territorialize através da rádio que adentrou o território da mídia, construindo, assim novas conflitualidades. A disputa do território do ar se dá nessa busca, nesse movimento permanente.

2.2 Conexão e acesso à internet no campo

“As redes são estratégicas para o capital, mas não somente para ele” (Silveira, 2007, p.

24). A contundente afirmação feita por Sérgio Amadeu da Silveira reforça a análise de que os meios de comunicação de massa, aliados às Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC's) tornaram-se intrínsecos ao processo de disputa pela hegemonia.

[a revolução tecnológica atual] originou-se e difundiu-se, não por acaso, em um período histórico da reestruturação global do capitalismo, para o qual foi uma ferramenta básica. Portanto, a nova sociedade emergente desse processo de transformação é capitalista e também informacional, embora apresente variação histórica considerável nos diferentes países, conforme sua história, cultura, instituições e relação específica com o capitalismo global e a tecnologia informacional. [...] A revolução da tecnologia da informação foi essencial para a implementação de um importante processo de reestruturação do sistema capitalista a partir da década de 1980. No processo, o desenvolvimento e as manifestações dessa revolução tecnológica foram moldados pelas lógicas e interesses do capitalismo avançado, sem se limitarem às expressões desses interesses. (Castells, 2016, p. 70-71).

Os meios de comunicação e, mais recentemente, a internet e as mídias sociais desempenham, cada vez mais, uma grande influência sobre o desenvolvimento da sociedade. Para contextualizar o significado e a opção pela expressão mídias sociais e não por redes sociais, recorre-se à sistematização elaborada por Marcelo Kischinhevsky.

[A expressão mídias sociais] possibilita a nomeação de um conjunto de serviços disponíveis na internet, competindo com os meios de comunicação dito tradicionais. São serviços que se alimentam de conteúdos gerados por usuários, possibilitam a comunicação interpessoal e a multicomunicação, auxiliam a organização de redes sociais on-line e off-line, potencializam a circulação jornalística e de mensagens publicitárias, viabilizam produções colaborativas de conhecimento, dão visibilidade a produtos e serviços, operam como guias, repositórios, diretórios e proporcionam ferramentas de classificação e espaços para estabelecimento de narrativas e contranarrativas – tanto em funcionalidades, como comentários, quanto na construção de perfis de usuário, nos quais é possível construir uma persona on-line. Todos esses atributos serão decisivos no reposicionamento da radiofonia no ambiente midiático. (Kischinhevsky, 2016, p. 39, grifo próprio).

O desenvolvimento tecnológico cada vez mais acelerado tem permitido a muitas pessoas um acesso mais imediato à informação. Ao mesmo tempo que pode encurtar distâncias ao toque de um botão, como apontam Pereira e Silva (2010).

As tecnologias de informação e comunicação invadiram o cotidiano das pessoas em todos os lugares e de tal forma que a informação em 'tempo real' assume uma importância central no mundo atual. Castells (1999) denomina 'sociedade em rede' esse movimento que reduz as distâncias geográficas e tem a Internet como principal veículo para viabilizar o trânsito das Informações. (Pereira; Silva, 2010, p. 163).

No caso dos assentamentos de Reforma Agrária não é diferente e, neste aspecto, as mídias sociais cumprem um papel importante. De uma forma ou de outra, o MST e os Sem Terra estão conectados à rede (mídias sociais, *blogs*, páginas etc) e através dessas ferramentas divulgam suas ações. Porém, ainda não se tem uma dimensão concreta do alcance proporcionado por esses meios, da incidência na luta cotidiana e na disputa pelo território da Reforma Agrária.

A internet chega ao Brasil, de forma experimental, em 1992. Dois anos depois, em 1994, com a criação da plataforma *Geocities* (mais tarde incorporada ao *Yahoo!*) qualquer usuário pode criar sua própria página ou site na rede mundial de computadores. No entanto, é somente no ano seguinte, em 1995, que a internet é liberada para acesso comercial no país (Giannotti, 2014, P. 188; Kischinhesky, 2016, p. 42). É o momento em que há uma guinada na lógica que orientava o desenvolvimento da internet, que foi de fundamento estatal-militar-acadêmico para essencialmente mercantil.

Não se trata somente da passagem de uma lógica estatal para outra privada, mas, por um lado, de uma economia pública, centrada no investimento estatal, para outra de mercado, de acordo com diferentes modalidades de mercantilização e, por outro, de uma lógica política militar, de defesa, para outra, de privatização, regulação e globalização econômica, de apoio à reestruturação capitalista e à manutenção da hegemonia norte-americana nas relações internacionais no campo econômico. (Bolaño et al 2011, p.48-49 apud Bolaño, Vieira, 2014, p. 74).

Duas décadas depois, é inegável o avanço tecnológico e a oferta de possibilidades de interação entre os usuários, principalmente a partir dos primeiros anos do século XXI, com o surgimento das mídias sociais.

A Internet começou a alimentar, principalmente, a demanda por participação popular e maior interação e, logo, as redes sociais passam a superar os *sites*. Estes continuavam mantendo sua importância e centralidade, mas era inquestionável o poder das redes sociais, que proporcionavam um protagonismo imediato, chamado '*on line*', das pessoas e uma interação inédita na história da comunicação. (Barreto, 2014, p. 191, grifos próprios).

Porém, ainda que se saiba que, apesar das distintas realidades, de uma forma ou de

outra, a internet está presente no cotidiano de grande parte da população brasileira, é necessário discutir quais as condições e possibilidades de acesso de quem vive no campo, em especial nos assentamentos de Reforma Agrária.

De acordo com os dados da pesquisa TIC Domicílios 2020²⁸, 83% dos domicílios estão conectados à internet. No campo, pouco mais da metade (65%) dos domicílios têm acesso à internet. O telefone celular é a ferramenta mais utilizada para acessar a rede (99%). Na região Nordeste, onde está localizada a Rádio Camponesa, 79% dos domicílios possuem algum tipo de acesso, sendo a menor taxa entre as regiões brasileiras²⁹. A pesquisa, realizada em 5.590 domicílios em todo o território nacional, mostra também que a internet está presente em quase a totalidade das residências das classes A e B (100% e 99%, respectivamente), enquanto nas menos favorecidas o acesso é mais escasso: apenas 64% das residências das classes D e E estão conectadas ao mundo virtual. O principal motivo para o não acesso é o valor do serviço: 28% dos entrevistados alegaram que não possuem internet “por acharem caro”; nas classes D e E esse percentual também é de 28%. A falta de disponibilidade de serviço na região do domicílio apareceu como resposta para apenas 6% dos casos³⁰ (Cetic, 2021).

Se bem que tenha havido um aumento no acesso aos serviços de internet, esses números poderiam ser mais animadores caso o Programa Nacional de Banda Larga (PNBL), criado pelo Governo Federal através do Decreto nº 7.175/2010, tivesse obtido o êxito com o qual foi propagandeado. Na apresentação do programa o Ministério das Comunicações diz que a iniciativa “tem o objetivo principal de massificar o acesso à internet em banda larga no país, principalmente nas regiões mais carentes da tecnologia” (Brasil, 2010).

Em 2011 foram firmados termos de compromisso entre o Ministério das Comunicações, a Anatel, e operadoras como Oi e Vivo, a fim de estabelecer três tipos de forma de atendimento aos municípios: a) oferta varejo, que alcançará 5.385 municípios através de um pacote de internet banda larga de 1 Mbps (megabit por segundo) por 35 reais mensais ou um serviço de telefonia fixa e internet pela mesma velocidade a 69,90 reais por mês; b) via satélite, com previsão de atingir 185 municípios, através de um link de acesso em banda larga com 2 Mbps para um posto público de acesso coletivo para até 20 mil habitantes, com postos de atendimento adicional para cada 10

28 A Pesquisa Foi Realizada Com Metodologia Adaptada Por Conta Da Pandemia Da Covid-19. Os Dados Apresentados Revelam Um Crescimento Significativo Do Acesso Em Relação Aos Anos Anteriores, Possivelmente Por Consequência Da Própria Situação De Isolamento E Da Necessidade Maior De Acesso Durante O Isolamento Por Questões De Trabalho E Educacionais. Não Estão Sendo Discutidas As Condições E Nem Qualidade Do Serviço Fornecido.

29 Norte 81%, Centro-Oeste 81%, Sudeste 86% E Sul 84%.

30 Os entrevistados podiam alegar mais de um motivo para a falta de internet nos domicílios.

mil habitantes; e c) tipo atacado, com foco em 4.161 cidades, que ofertará serviço de telecomunicações de transmissão para suporte à internet banda larga para prestadores autorizados pela Anatel. (Você..., 2016).

A previsão do Ministério das Comunicações com o PNBL ao assinar contrato com as concessionárias de telefonia fixa, era de que até o final de 2014, todos os municípios brasileiros contariam com a oferta de internet de alta velocidade (BRASIL, 2010). Em relação à Banda Larga Popular – acordo firmado em 2011 para o fornecimento de internet com 1 Mbps de velocidade por R\$ 35 mensais –, os dados de dezembro de 2013 apontam que o programa atingiu 4.523 municípios, correspondendo à cobertura em 81% de todas as cidades do Brasil (Banda..., 2014). O programa foi encerrado em 2016, com o fim da vigência dos termos de compromisso assinado com as operadoras.

Embora os dados de 2020 apontem um aumento em relação aos anos anteriores, o acesso à internet ainda é um serviço restrito e muito caro. Diferentemente de quem vive no meio urbano, as populações do campo, muitas vezes, não têm nenhuma possibilidade de cobertura de sinal de internet, dada a falta de investimento do setor público em tecnologia. Com isso, o fornecimento do serviço acaba delegado às empresas privadas, que obviamente não o fazem a baixo custo. Nas regiões onde não há infraestrutura cabeada, como telefonia fixa, por exemplo, a internet pode chegar a partir de outras tecnologias, como:

- Satélite: emitida a partir de um satélite e recebida pelo usuário através de antena parabólica. O programa Wi-Fi Brasil (antigo GESAC), por exemplo, utiliza esse tipo de transmissão. O Wi-Fi Brasil é um programa do Ministério das Comunicações que oferece gratuitamente conexão à internet em banda larga – por via terrestre e satélite – a telecentros, escolas, unidades de saúde, aldeias indígenas, postos de fronteira e comunidades quilombolas (BRASIL, [2021]).
- Rádio: o sinal é transmitido por torres e recebido por uma antena de captação de ondas e retransmitido para um modem ou roteador que o transforma em dados de internet.
- Móvel: tecnologia sem fio na qual o sinal é transmitido através de um chip que pode ser usado tanto em aparelhos celulares quanto em modems móveis. Existem alguns tipos de tecnologia, como GSM/GPRS, GSM/EDGE (2G), HSDPA (3G) e 4G. Os pacotes são oferecidos pelas operadoras de telefonia celular e correspondem à velocidade de limites de dados. Porém, a disponibilidade do serviço depende da abrangência geográfica e cobertura de sinal.

A luta pelo direito à comunicação finca bandeira também na regulamentação da internet. O Brasil tornou-se referência ao aprovar, em 2014, a Lei nº 12.965, mais conhecida como Marco Civil da Internet (MCI), que estabelece princípios, garantias, direitos e deveres

para o uso da rede mundial de computadores.

Fruto de debates e discussões públicas a respeito de um instrumento normativo para a esfera virtual iniciados ainda em 2009, o projeto partiu formalmente do Executivo Federal em março de 2013, em razão de um episódio que trouxe à tona casos de espionagem de correspondências eletrônicas do governo brasileiro por parte dos Estados Unidos. O texto foi construído coletivamente por diversos segmentos da sociedade, e sua tramitação nas casas legislativas bastante marcada por embates variados, sobretudo em relação à neutralidade de rede – princípio que garante que os pacotes de informação que trafegam na rede sejam tratados de forma isonômica. Sua aprovação, em março de 2014, deveu-se em grande medida pela ação de movimentos sociais de luta pela democratização da comunicação, que durante todos os meses de tramitação promoveram reuniões, atos públicos e debates, em várias cidades do país, e em Brasília, junto aos parlamentares. (Mello, 2015, p. 49).

A mobilização da sociedade civil em defesa da finalidade social da rede garantiu a aprovação do Marco Civil. No entanto, é preciso ter em conta que a guerra não está vencida. O MCI contraria interesses das empresas fornecedoras de serviços de internet e, por isso, até 2016 existiam 56 projetos de lei tramitando no Congresso Nacional – 50 na Câmara e seis no Senado – que ameaçavam as conquistas garantidas pela lei. O Marco Civil da Internet reconhece o acesso à rede como um serviço essencial, garante a pluralidade e a diversidade, e defende os interesses dos consumidores ante os interesses do capital privado (Geraldese, 2016; Grossmann, 2017; Moura; Urupá, 2016).

Conquanto a internet não seja acessível a toda a população, é bem verdade que ela está cada vez mais entranhada no cotidiano das pessoas. Enfrentar as contradições do capitalismo de vigilância e apropriar-se das possibilidades oferecidas pelo mundo digital é um desafio que perpassa todas as ações comunicativas do Movimento Sem Terra. Mas, nesta pesquisa, não serão aprofundadas as questões relativas à estrutura, segurança e riscos da rede mundial de computadores e nem as diversas formas de interação nas mídias sociais. Neste estudo, será dada prioridade à análise das formas que o MST e, mais especificamente, a Rádio Camponesa se utilizam dessas ferramentas para expandir o seu alcance para além do *dial*.

3 INFORMAR, FORMAR E ORGANIZAR: O SISTEMA SEM TERRA DE COMUNICAÇÃO

(...) Por isso, o que lemos em nosso jornal não são letras, são desenhos feitos pela teimosia, lavrados em frases, que mais transparecem ser caminhanças em fileiras em busca de explicar a própria dignidade. (...) Testemunhar. Esta poderia ser a função de um jornal se não fosse este tão humano. Se em suas páginas que deslizam pesadamente, dias e dias, pelos grossos dedos calejados, como o pão que demora ser mordido, pois a boca cansada ruminando controla a intensidade da fome, não tivessem as lágrimas e a ousadia desta grande constelação de estrelas humanas que formam o MST. (...) O que dizer mais de um jornal que tem a coragem de chegar ao mais distante casebre onde nem o som do rádio tem coragem de chegar, e o sertanejo exibe com orgulho sua própria fotografia, estampada em suas páginas amareladas pelo tempo como se fosse um troféu conquistado na batalha contra o esquecimento? Vencer, pois, é a única tarefa que a História nos colocou. Alimentar este sonho escrito é a razão maior de nossa militância. (Bogo, 1998)

Comunicar com a base ou com a sociedade? Com os dois! A compreensão política do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) sobre a importância da comunicação é anterior à própria fundação do Movimento como organização. Desde sua fase embrionária, o MST entende que a conquista de suas reivindicações não depende somente da resistência na terra, mas também de um amplo processo de formação da sua base social e da articulação com a sociedade. E é com esse entendimento que, ao longo de quase quatro décadas, o Movimento vem construindo o seu Sistema Sem Terra de Comunicação.

Nascido oficialmente em 1984, num período de grandes mobilizações populares, o MST segue, ainda hoje, organizando milhares de famílias na luta pela terra. Com atuação em 23 estados, além do Distrito Federal, conta com cerca de 350 mil famílias assentadas, além de, aproximadamente, 120 mil famílias vivendo em acampamentos e seguindo no sonho e na busca por um pedaço de chão (MST, [2021]). Mas essa luta não é isolada. Muitas outras cercas precisam ser rompidas, como a do latifúndio da comunicação, por exemplo.

Para a organização, a comunicação não está separada dos processos políticos e organizativos. É uma relação dialética que se estrutura conforme o enfrentamento estabelecido a partir da própria luta. De acordo com Solange Engelmann e Ana Iris Pacheco (2016), militantes do MST, a compreensão da Organização acerca da comunicação como estratégia política vem desde sua construção como um movimento de abrangência nacional.

[...] os processos organizativos desempenham protagonismo significativo e

colaborativo nas estratégias organizativas, no acesso ao povo sem-terra e na expansão do Movimento no território nacional, aliado à divulgação relativa à realidade da luta pela terra no Brasil. Pois, a partir da Marcha pela Reforma Agrária, Emprego e Justiça, em 1997, uma das maiores mobilizações populares da histórica política brasileira na década de 1990, o MST altera o cenário das lutas populares no país, forçando a entrada da pauta da Reforma Agrária na agenda do governo e se tornando um expressivo movimento da classe trabalhadora no questionamento de direitos sociais básicos, como a terra e o trabalho. (Engelmann; Pacheco, 2016, p. 384).

Ainda que a comunicação não seja somente o acesso aos meios e à informação, o MST acredita que a construção de ferramentas próprias seja de fundamental importância no processo de enfrentamento ao capital e ao agronegócio. A preocupação do Movimento com o acesso aos meios de comunicação está expressa na carta lançada durante seu 5º Congresso Nacional, realizado em 2007, em Brasília (DF). Entre os 17 compromissos assumidos estão a luta pela democratização dos meios e a construção de uma comunicação popular.

- 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. (MST, 2007).

Sete anos mais tarde, em 2014, no 6º Congresso Nacional, também realizado em Brasília, é referendada a proposta de Reforma Agrária Popular defendida pelo Movimento. Os compromissos em relação à comunicação são renovados e constam, então, no Programa Agrário do MST. O tópico 7 do item que discute o “desenvolvimento da infraestrutura social nas comunidades rurais e camponesas” afirma que é preciso “promover a democratização dos meios de comunicação de massas, dando condições para que as comunidades rurais tenham rádios comunitárias e acesso à produção das TVs comunitárias e de todas as outras formas de comunicação digital e impressa” (MST, 2015, p. 48). Para o MST, a comunicação tem um papel central na disputa de hegemonia e contra-hegemonia.

3.1 Do boletim ao JST

No final da década de 1970, ainda sob o regime militar, a situação dos trabalhadores e trabalhadoras do campo era crítica. Muitas famílias haviam sido forçadas a migrar para as grandes cidades em busca de trabalho e as que tentaram se manter no campo não conseguiram

se fixar na terra e garantir seu sustento. E quando sobreviver se torna urgente, o caminho a seguir é o da luta. Neste contexto, ressurgem as ocupações de terra.

Na madrugada de 7 de setembro de 1979, quando o Brasil “comemorava” os 155 anos de Independência, no município de Sarandi (RS), agricultores e agricultoras ocuparam a Gleba Macali, que pertencia à antiga fazenda Sarandi e estava grilada. No dia 25 do mesmo mês, outras centenas de famílias adentraram as terras de outra gleba, a Brilhante. Parte das famílias conseguiram ser assentadas. Outras seguiram em luta e novas ocupações foram surgindo. Ali iniciava a gestação de uma organização que aglutinava trabalhadores e trabalhadoras rurais na luta pela terra.

Em dezembro de 1980, famílias remanescentes das lutas anteriores ocuparam a Encruzilhada Natalino, no entroncamento entre os municípios de Sarandi, Ronda Alta e Passo Fundo.

(...) Parceiros, **meeiros**, assalariados e filhos de pequenos agricultores vieram juntar-se a elas. Era um local estratégico, próximo da Annoni, da Macali e da Brilhante. Cerca de sete meses depois, já eram 600 famílias, reunindo cerca de 3 mil pessoas em barracos que se estendiam por quase 2 quilômetros à beira da estrada.”. (Morissawa, 2001, p. 125 – grifo próprio).

A ocupação se tornou um símbolo da luta pela terra e de resistência à ditadura militar. Setores da sociedade se organizaram num processo de solidariedade às famílias acampadas. O acampamento da Encruzilhada Natalino foi tornado área de segurança nacional pelo regime, cercado pelo Exército e isolado da população. As famílias acampadas procuraram, então, uma forma para romper o cerco físico e político imposto e, assim, em maio de 1981, nasceu aquele que viria a ser o primeiro veículo de comunicação do MST.

Figura 1 – Capas do primeiro boletim e do último JST publicados



Fonte: MST [2021b].

No acampamento da Encruzilhada Natalino surge o elemento que vai servir como ferramenta de comunicação entre os acampados e a sociedade, para trabalhar a informação e buscar a solidariedade. É o nascimento do Jornal Sem Terra, naquela época escrito em folhas de papel ofício e multiplicado em cópias para chegar ao máximo de pessoas possível. Informativo e convocatório, o jornal teve um efeito tão favorável ao movimento que ali se desenvolvia que a sua continuidade foi garantida. Através do Jornal também os acampados ficavam sabendo que não estavam sós na luta, e as notícias eram de que em outros lugares outras ocupações aconteciam. E o Jornal fortalecia a organização, mais uma vez, trabalhando também a agitação. (MST, 2002)

De 1981 a abril de 1984, ainda em formato de boletim – agora com o nome Sem Terra –, o informativo ampliou sua atuação para toda a região sul do país. É o período em que começam a ser articuladas as lutas pela terra nos Estados do RS, SC, PR, SP e MS. O veículo acompanhou esse crescimento organizativo do Movimento. A decisão do boletim se transformar no informativo oficial do Movimento na região sul foi tomada em julho de 1982, durante o Encontro da Regional Sul dos Sem Terra. Na época, a tiragem era de 1500 exemplares e tinha quatro páginas. Até outubro de 1983, a tiragem era de 3 mil exemplares. Em novembro de 1983 (edição nº 33), o boletim circulou pela primeira vez com 16 páginas e tiragem de cinco mil exemplares. Essa edição é considerada histórica, pois noticiava a vitória das famílias acampadas em Ronda Alta e, curiosamente, trazia uma entrevista com o então deputado federal, coronel Curió, responsável por comandar o cerco militar ao acampamento da Encruzilhada Natalino.

A efervescência das ocupações de terra em diversos estados e a necessidade de articulação entre elas resultaram na realização do 1º Encontro Nacional dos Sem Terra, em janeiro de 1984, no município de Cascavel (PR). Nascia, oficialmente, o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, uma organização de caráter nacional cujos objetivos são lutar pela terra, por Reforma Agrária e por transformação social.

Neste momento, o Boletim, que já possuía o formato e nome de Jornal, foi declarado órgão oficial da nova organização, com a tarefa de dar identidade e unidade ao Movimento. Ser a voz da Organização. Com a criação da Secretaria Nacional do MST no mesmo ano, a redação do jornal foi transferida de Porto Alegre para São Paulo, alcançando abrangência nacional.

O MST sempre reivindicou o direito de fazer sua própria comunicação e o jornal nasceu com essa tarefa. “Para ‘furar’ esse controle sobre os veículos de comunicação social é que existe a chamada imprensa popular, alternativa, onde se inclui o JORNAL SEM TERRA. [...] Assim como os grandes

jornais, rádio, televisão, etc... são os porta-vozes da burguesia, o Jornal SEM TERRA é o porta-voz do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra”. (MST, 1986, p. 109).

O ano de 1985 é marcante na história política do país. Após 21 anos de ditadura militar, o Brasil teria um presidente civil, escolhido pelo parlamento através de eleição indireta. O momento é importante também na articulação dos trabalhadores sem terra. Em janeiro do mesmo ano acontece o 1º Congresso Nacional do MST. Com o lema “Ocupação é a única solução”, o Movimento novamente reafirma sua principal ferramenta de luta e entende que sem pressão não há conquista.

Abria-se uma expectativa no quadro político de uma possibilidade da Reforma Agrária, pois não havia, naquela época, um partido político que fizesse seu programa de governo sem citar Reforma Agrária. (...) O Plano Nacional da Reforma Agrária (PNRA) de 1985 previa dar aplicação rápida ao Estatuto da Terra e assentar 1,4 milhão de famílias. O plano, porém, fracassou. Cedo, aprendemos que os interesses do latifúndio encontravam nos aparatos do Estado suas melhores ferramentas de repressão ou omissão. Foi assim, com o PNRA, no Governo Sarney, em que apenas 6% da meta de assentamentos foi cumprida – cerca de 90 mil famílias – ainda assim, graças à pressão das ocupações da terra. (MST, [2021c]).

O JST, como passou a ser carinhosamente chamado, acompanhou todos os momentos da construção do MST e foi, simultaneamente, deixando de ser apenas o meio de registro da luta e se transformando também em instrumento de formação, organização e agitação. Em 1986, o jornal ganhou o prêmio Vladimir Herzog de Jornalismo³¹ por se destacar na luta pelos direitos humanos e na democratização da comunicação. Em 1988, a Coordenação Nacional do MST define as orientações gerais para o Jornal Sem Terra, quando destaca a importância de transformar esse veículo em porta-voz do MST e de levá-lo para o máximo de pessoas possíveis, tanto interna quanto externamente. “É a compreensão do jornal como ‘andaime da obra’, que, como dizia Lenin, ‘não é a obra em si, mas proporciona que a obra cresça’” (MST, 2002). As notícias perpassavam as páginas impressas e eram utilizadas também em outros veículos, como em programas de rádio, por exemplo, contado na página do leitor da edição de abril de 1988 do JST.

31 Desde 1979, o Prêmio Jornalístico Vladimir Herzog de Anistia e Direitos Humanos reconhece trabalhos de jornalistas que valorizam a Democracia e os Direitos Humanos no Brasil. O Prêmio é promovido e organizado por entidades de jornalismo e direitos humanos, entre elas a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado de São Paulo; Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (ABRAJI), Comissão Justiça e Paz da Arquidiocese de São Paulo, Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) e Instituto Vladimir Herzog.

Assumi recentemente o departamento de Jornalista da Rádio Vale do Cariri, em Juazeiro do Norte, Ceará, o companheiro Francisco Demontier Cândido Tenório. Ele nos conta que várias notícias publicadas pelo Jornal Sem Terra são aproveitadas na programação da emissora, dando prioridade àquelas de conteúdo social e que contribuíram para um maior conhecimento da questão agrária entre os ouvintes. (Notícias..., 1988).

Conforme o MST vai se expandindo pelo país, vai crescendo também a importância e necessidade do JST. E para dar conta do desafio é preciso construir uma rede de correspondentes que se responsabilizem pelos conteúdos de cada edição. E quem melhor fala da luta senão quem está no cotidiano das ocupações, acampamentos e assentamentos? Na edição de setembro de 1992, o Movimento faz um chamado para que sua militância se atente para a tarefa do jornal. Ali são pautadas as funções do JST – que mais tarde se tornarão as linhas políticas da comunicação sem terra.

O jornal dos trabalhadores rurais sem terra é uma das formas que encontramos de nos comunicar entre militantes e sem-terra de todo o país. É necessário que se aperfeiçoe continuamente, porque ele deve desempenhar diferentes tarefas.

As funções do nosso jornal

a) informar: é através deste jornal que todos os meses ficamos sabendo como estão as lutas em todos os estados, isto estimula a todos os companheiros que se dedicam diariamente à organização e mobilização dos trabalhadores sem terra. É possível também receber informações sobre diversos assuntos e fatos que acontecem na sociedade brasileira.

b) formar: nosso jornal também quer formar a consciência dos trabalhadores rurais, apresentando informações corretas e temas de estudo que possibilitam fazer discussões e unificam o entendimento sobre a realidade brasileira. Muitas mentiras são desfeitas quando os companheiros conseguem ler e entender o que nosso jornal coloca.

c) organizar: umas das nossas preocupações é avançarmos na organização dos trabalhadores sem terra. Nosso jornal tem ajudado na organização de muitos companheiros que necessitaram de orientação.

d) troca de experiência: é possível realizar a troca de experiência através dessas informações recebidas, porque no jornal são colocados relatos das atividades realizadas em cada estado.

e) unidade política: esta é a tarefa mais importante que cumpre o jornal Sem Terra. Sem unidade política não existem condições para uma organização nacional funcionar, pois esta unidade política se transforma em unidade de ação.

Mas se estas tarefas políticas são importantes, devemos nos esforçar para mantê-las e aperfeiçoá-las. (Melhorar..., 1992, p. 3).

A convocatória também aponta as tarefas que todo militante deve assumir em relação ao jornal: elaboração das notícias, distribuição, leitura e assinaturas. Em contrapartida, o MST também buscava saber a opinião da militância sobre o jornal, a fim de avaliar o cumprimento

ou não dos objetivos do seu principal veículo. Seja através do espaço dos leitores, de discussões nas instâncias organizativas ou em pesquisas de opinião, como a que foi realizada durante o 3º Congresso Nacional, realizado em julho de 1995, e divulgada na edição número 161, de agosto de 1996, por ocasião das comemorações dos 15 anos do JST (Leitores..., 1996, p. 7).

A partir de outubro de 2007, após o primeiro seminário do MST em que se discutiu a temática da infância sem-terra e em comemoração ao Dia das Crianças, o jornal passou a ser acompanhado de um encarte tabloide de quatro páginas, destinado ao público infantil: o Jornal das Crianças Sem Terrinha. Até aproximadamente 2012, o JST conseguiu manter sua periodicidade, tendo também, em alguns momentos, edições especiais com temas específicos. Porém, com o surgimento de novas tecnologias e a urgência das informações em tempo real, o jornal passou por uma reorganização, deixou de ser feito periodicamente e hoje mantém apenas as edições especiais, assim como também acontece com o Jornal Sem Terrinha.³²

3.2 Programas e rádios comunitárias: a ocupação do latifúndio do ar

A década de 1980 ia chegando ao fim, mas o MST estava ainda dando seus primeiros passos, sempre com a ousadia de quem sabe que a luta é o único caminho possível e, para isso, cercas precisam ser rompidas. Em 23 de abril de 1987, às seis e quinze da manhã, a Rádio Aparecida (SP) anunciava o início de uma história: pela primeira vez ia ao ar o Programa dos Trabalhadores Rurais Sem Terra. Era o MST navegando as ondas curtas e tropicais do rádio.

Em 1989, depois de quase três décadas, o Brasil novamente realizava eleições diretas, sendo Fernando Collor de Mello eleito presidente. Seu governo foi marcado pelo aumento da repressão contra os sem terra e as organizações do campo. No mês de maio de 1990, Brasília (DF) recebeu o 2º Congresso Nacional do MST, do qual participaram cinco mil delegados e delegadas oriundos dos 19 estados em que o Movimento já estava organizado. O lema “Ocupar, Resistir, Produzir” sintetizava o não avanço da Reforma Agrária e a necessidade de resistência agora também tendo a produção de alimentos como desafio. Novamente as ocupações de terra foram reafirmadas como a principal ferramenta de luta do Movimento.

³² As edições do JST podem ser encontradas na Hemeroteca da Luta pela Terra (<http://docvirt.com/docreader.net/DocReader.aspx?bib=hemerolt&pagfis=2985>) e na página virtual do MST (www.mst.org.br).

Mas a ocupação dos latifúndios não se limitava à terra. O MST entende que para alcançar o desafio de transformação da sociedade é preciso ocupar outros latifúndios. E é com essa compreensão que passa a construir, ainda na década de 1990, suas próprias emissoras de rádio. É o pontapé para as ocupações do latifúndio do ar. Essa história será contada no próximo capítulo desta dissertação.

3.3 Da internet discada às mídias sociais

Analisar o uso da internet pelo MST é um exercício interessante para entender sua visão estratégica da comunicação. Pode-se dizer pioneira, até. Mas, para conhecer essa história é preciso voltar alguns anos no tempo.

A partir da segunda metade dos anos 1980, bem antes da era dos computadores, com a mudança da Secretaria Nacional para São Paulo e a expansão do Movimento, especialmente para o Nordeste, o MST, em parceria com a CPT (Comissão Pastoral da Terra), criou uma rede de telex³³.

Até o final de década de 1980, essa “rede de telex” cumpriu um papel importantíssimo para fazer fluir as informações dentro do MST e com seus pares, mas, principalmente, como mecanismo de denúncias e instrumento de pressão sobre as autoridades diante das arbitrariedades cometidas contra os trabalhadores: violência dos despejos, assassinatos e prisões. (MST, 2019, p. 53)

No início da década de 1990, quando a internet dava seus primeiros passos para a popularização no Brasil e ainda não existiam os grandes provedores comerciais, o MST participou de um encontro, em Quito (Equador), promovido pela ALAI (Agência Latino-Americana de Informação) para discutir o uso da rede pelos movimentos e organizações sociais. Já havia ali, um entendimento de que esse espaço precisava ser ocupado, diante de uma estratégia de aproximação de movimentos urbanos e com a sociedade em geral de forma mais organizada.

A pauta da Reforma Agrária deixava de ser apenas uma demanda de quem vivia no campo. E foi nesse contexto que, em julho de 1995, novamente em Brasília, o MST realizou

³³ Telex é um sistema internacional de comunicações escritas que prevaleceu até ao final do século XX. Consistia numa rede mundial com um plano de endereçamento numérico, com terminais únicos que poderia enviar uma mensagem escrita para qualquer outro terminal. (...) Os terminais pareciam e funcionavam como máquinas de escrever ligadas a uma rede igual à telefônica. (Wikipedia, 2021).

seu 3º Congresso Nacional, do qual participaram mais de cinco mil delegados e delegadas, além de uma delegação internacional com 22 representantes de entidades apoiadoras da América Latina, Europa e Estados Unidos (MORISSAWA, 2001, P. 151).

Naquele momento, o Movimento já havia compreendido que a Reforma Agrária não era uma luta para beneficiar apenas os camponeses, mas uma forma de também melhorar a vida dos que vivem nas cidades, com a redução do inchaço urbano e, principalmente, com a produção de alimentos saudáveis e acessíveis aos trabalhadores. Esta ideia foi expressa com a palavra de ordem do 3º Congresso: “Reforma Agrária, uma luta de todos”. (MST, [2021c]).

No último dia do Congresso, uma representação foi recebida em audiência pelo então presidente Fernando Henrique Cardoso. Na pauta apresentada, os sem terra reivindicavam terra, realização de assentamentos, crédito para produção, além de uma moção de repúdio à política econômica do governo. Ao longo do mandato, poucos dos pontos negociados foram realmente atendidos.

Foi ainda no primeiro mandato de FHC, fruto do descumprimento dos compromissos em relação à pauta da Reforma Agrária e do aumento da violência no campo, que aconteceu um dos episódios mais tristes da história do MST: o Massacre de Eldorado dos Carajás. No final da tarde do dia 17 de abril de 1996, na estrada PA-150, no local conhecido como Curva do S, município de Eldorado dos Carajás (PA), 21 trabalhadores sem terra tiveram suas vidas ceifadas brutalmente pela Polícia Militar do Estado do Pará. Outras dezenas ficaram feridos e muitos permaneceram com sequelas irreparáveis. Sob o comando do coronel Mario Colares Pantoja, a partir de ordem do Secretário de Segurança, Paulo Sette Câmara e com o aval do então governador Almir Gabriel, 155 policiais participaram do ataque aos 1500 sem terra que marchavam rumo à capital Belém para reivindicar a destinação da fazenda Macaxeira para o assentamento das 3.500 famílias acampadas. O episódio é marcado tanto pela brutalidade quanto pela impunidade. O julgamento levou quase duas décadas e depois de todos os recursos jurídicos esgotados, apenas duas pessoas foram condenadas: o coronel Pantoja e o major José Maria Pereira Oliveira.

A covardia do massacre gerou uma comoção muito grande na sociedade. As imagens chocantes do ataque da PM foram transmitidas em rede nacional a partir de imagens do cinegrafista Osvaldo Araújo e reportagem de Marisa Romão, da TV Liberal, que acompanhavam a marcha dos sem terra (me lembro que estávamos reunidos dobrando e etiquetando os exemplares do JST que seriam despachados para os assinantes quando chegou a notícia do massacre). Imediatamente se intensificou uma rede, nacional e internacional, de

solidariedade e a luta do MST passou a ser conhecida e debatida em diversos espaços até então inalcançáveis. Foi o primeiro grande momento de popularização da questão agrária e o 17 de abril se tornou o Dia Internacional da Luta Camponesa.

Nesse período, o Movimento já se preparava para criar sua primeira página virtual, numa parceria com um sindicato de Santos (SP)³⁴. Num cenário de ainda poucos usuários, sem interatividade e num ambiente dominado pelos *sites* de empresas e instituições, em setembro de 1996 o Movimento Sem Terra se lança oficialmente na rede mundial de computadores com o nome de sanet.com/~semterra, a partir de um provedor dos Estados Unidos. Apesar das instabilidades e das dificuldades de atualização, as informações da luta eram postadas quase que em tempo real, como no caso da Marcha Nacional por Reforma Agrária, Emprego e Justiça, que aconteceu de fevereiro a abril de 1997. A grande jornada marcou o primeiro ano do Massacre de Carajás e reuniu 1500 marchantes. Organizados em três colunas que saíram de diferentes pontos do país, foram recebidos na capital federal, no dia 17 abril, por uma multidão de cem mil pessoas. Esse foi não só um período muito importante para o MST, mas um marco na história da comunicação sem terra.

No ano seguinte, com o avanço da internet no país, o Movimento passou a trabalhar numa reconfiguração de sua página. Naquele período não haviam militantes que dominavam a técnica, então, a companheira Zenaide Busanello, responsável pelo acompanhamento do *site*, se desafiou a estudar e orientou seu trabalho de conclusão de curso, “O MST no mundo virtual”, para essa nova demanda da Organização. A partir disso originou-se a segunda versão da página virtual do MST, lançada em dezembro de 1998, agora com o domínio mst.org.br, que é utilizado até hoje.

A criação do portal do MST faz parte de uma definição política da organização em ampliar a mediação com a população e fortalecer as alianças com os segmentos populares urbanos. O Movimento busca tornar sua página virtual um espaço de referência para a luta pela terra e o debate da Reforma Agrária Popular no Brasil. O canal assume a posição de porta-voz do MST na sociedade. (MST, 2019, p.30).

De lá para cá, a página passou por algumas reformulações, sendo a última em janeiro de 2021, durante as comemorações dos 37 anos do MST. Com atualização diária e diversas seções, o *site* traz notícias, reportagens, artigos, entrevistas, poesias, informações sobre a história e funcionamento do Movimento, biblioteca virtual sobre a questão agrária brasileira, coberturas especiais, videoteca, musicoteca, espaço das rádios e publicações, como o Jornal

34 O Setor de Comunicação do MST não soube informar qual foi o sindicato.

Sem Terra. Alguns estados onde o MST está organizado também possuem páginas ou blogs, como é o caso da Bahia com o Voz do Movimento³⁵, mas, de modo geral, é na página nacional que os estados publicam os conteúdos que produzem.

Mas a página virtual é apenas uma parte da história de atuação do Movimento na rede. Nos primeiros anos do novo milênio, quando ainda não existiam as, hoje denominadas, mídias sociais (o *Orkut* surgiu em 2004), o MST compartilhava notícias e informações a partir do Boletim Letra Viva, distribuído através de uma lista de correios eletrônicos.

Com o passar do tempo e os avanços tecnológicos cada vez mais acelerados, o MST se vê diante de um novo desafio: adentrar o universo das mídias sociais e isso implica também numa reorganização do seu fazer comunicativo. As redes passam a ser utilizadas, em princípio, para ampliar a divulgação e o acesso à página virtual, com o compartilhamento dos conteúdos publicados nela. A primeira experiência foi com a criação da conta no *Twitter* (@MST_Oficial)³⁶, em setembro de 2009 e, mais tarde, em 17 de dezembro de 2010, com o perfil oficial no *Facebook* (@MovimentoSemTerra)³⁷. Por alguns anos essas foram as mídias sociais nas quais o Movimento interagiu (mais adiante falaremos do Youtube). A conta no *Instagram* (@movimentosemterra), que hoje é a mídia social que o MST mais tem seguidores³⁸, só foi criada em 15 de maio de 2017.

Se no início o objetivo era dar mais visibilidade à página virtual, hoje as contas nas mídias sociais são a principal ferramenta de difusão do debate em torno da Reforma Agrária Popular e das lutas e ações empreendidas pela Organização. O Movimento sabe que esse é um espaço importante no mundo contemporâneo e marcar presença se torna crucial. Mas também entende que as redes por si só não resolvem as contradições e questões estruturais que são latentes em nossa sociedade.

(...) precisamos ter clareza de que a ação e agitação política nas redes sociais não termina no espaço virtual. As redes sociais servem somente como espaço público para convocar as lutas e mobilizações, que precisam estar ligadas à realidade de cada momento histórico e vinculadas a um projeto político de sociedade, como a Reforma Agrária Popular defendida pelo MST, correspondendo a sua organicidade. (MST, 2019, p. 55).

A onda da comunicação mais pessoal e dos aplicativos de mensagens também chegou ao MST. O *WhatsApp* é hoje o canal mais direto para a comunicação entre as redes nacionais

35 <https://vozdomovimento.com/>

36 Atualmente a conta tem mais de 220 mil seguidores.

37 A página oficial do MST possuía, até o final de outubro de 2021, 409.692 seguidores.

38 Com mais de 560 mil seguidores, a conta do MST conseguiu o selo de verificada em 2020.

do MST e a militância que vive em territórios de Reforma Agrária. Diversos grupos regionais e locais recebem informações diárias através do usuário MST Informa, que é coordenado pelo Setor de Comunicação. Os contatos da lista e dos grupos são majoritariamente de militantes do MST e parceiros mais próximos. Esses grupos não são geridos pela comunicação nacional do MST, tendo cada um sua organicidade própria (administradores, regras, objetivo).

Mais recentemente foi criado o canal no Telegram. Com perfil diferente do *WhatsApp*, é gerido pela Comunicação Nacional e reúne seguidores dos perfis oficiais do Movimento, que costumam participar ativamente nas redes e engajar conteúdo. São pessoas que se interessam em saber as novidades sobre o MST e ajudar na difusão desse material, sem necessariamente ter um vínculo orgânico com o Movimento.

3.4 Revista Sem Terra

Voltando à era dos impressos, estamos novamente em 1997, ano marcante na história do MST e da luta no campo. Além da Marcha Nacional, já abordada, foi lançada a “Coleção Terra”, formada por um livro com fotos de Sebastião Salgado e texto do escritor português José Saramago, acompanhado de CD com canções de Chico Buarque. De 10 a 17 de abril, ainda no marco de um ano do Massacre de Eldorado dos Carajás, aconteceram exposições das fotos e vendas dos livros e cds em mais de 300 locais espalhados pelo mundo. Só no Brasil foram mais de 200 lugares entre galerias, universidades, sindicatos e outros. A repercussão do projeto, dada principalmente por conta do grande prestígio dos artistas, contribuiu não só para divulgar a luta do Movimento, mas também para aumentar a pressão, nacional e internacional, por justiça aos mortos de Carajás. Além disso, os três doaram os direitos autorais para o MST que, com o dinheiro arrecadado, além da doação de milhares de pessoas de diversos estados brasileiros, construiu a Escola Nacional Florestan Fernandes, inaugurada em janeiro de 2005, em Guararema SP.

Com o crescente apoio à causa da Reforma Agrária, o MST enxerga a necessidade de criar uma ferramenta que pudesse fornecer conteúdo mais aprofundado com temáticas da pauta conjuntural, questão agrária e assuntos de interesse das organizações populares. Assim nasceu a Revista Sem Terra, lançada oficialmente em 3 de julho de 1997, em atos que aconteceram simultaneamente em São Paulo e Rio de Janeiro. Em seguida, lançamentos também foram organizados em outros estados. Na edição 170 do Jornal Sem Terra é

explicitado o objetivo da nova publicação do Movimento.

Figura 2 – Capa da primeira edição da Revista Sem Terra



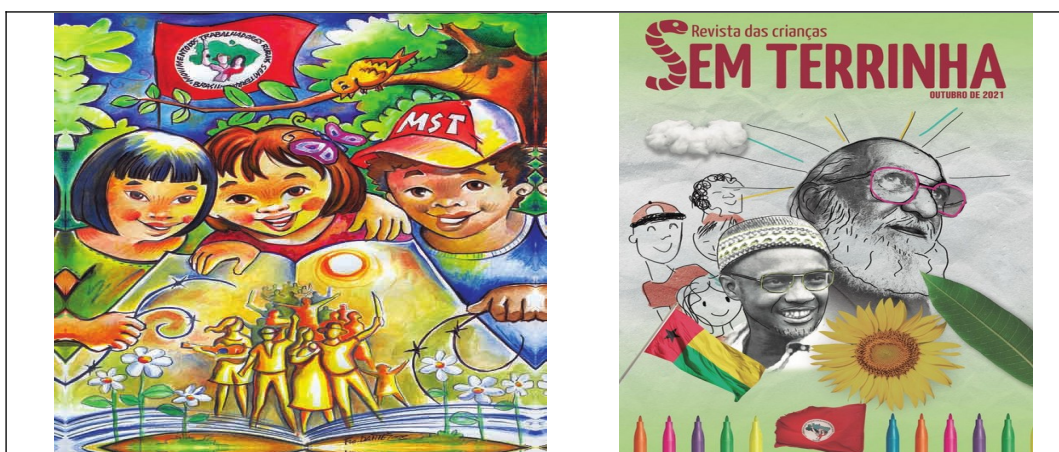
Fonte: Hemeroteca Luta pela Terra.

(...) Com periodicidade trimestral, a Sem Terra que pretende ser um espaço para discutir com maior espaço e profundidade os assuntos ligados aos problemas fundiários, as alternativas que vão sendo encontradas pelos assentados e a vida cultural e política do país. A tiragem do primeiro número foi de 5 mil exemplares e as assinaturas já estão sendo feitas. Os assuntos tratados na edição de estréia são as conquistas do cooperativismo, a venda da Companhia Vale do Rio Doce, o papel dos intelectuais na opinião do professor Milton Santos e o filme “O Que é Isso Companheiro?” em análise feita pelo escrito [sic] Renato Tapajós. Ademar Bogo discute a desobediência civil, Lula esclarece em entrevista sobre seu projeto de reforma agrária e Jacob Gorender informa sobre os (des)caminhos da economia. Frei Betto e Emir Sader escrevem sobre a contribuição de Che Guevara trinta anos depois de sua morte. (...) A próxima edição está programada para outubro e a responsabilidade do projeto editorial é de Alípio Freire e do projeto gráfico é de Caco Bisol. (Jornal Sem Terra, 1997, p. 20).

A Revista Sem Terra iniciou com periodicidade trimestral, depois passou a bimestral. Por cerca de dez anos foi regularmente publicada, contribuindo também para a formação da militância. Mas a publicação tinha o custo muito elevado e as dificuldades financeiras, somadas à criação de veículos mais dinâmicos, fizeram com que a revista, a partir de 2011, passasse a ser produzida somente em edições especiais, com temáticas específicas, como a educação e a produção do MST.

Em 2009, nas festividades do 25º aniversário do MST, foi lançada a Revista das Crianças Sem Terrinha. A publicação voltada para o público infantil e adolescente trazia, de forma lúdica, informações da luta, propostas de brincadeiras e datas comemorativas. Os sem terrinha participavam da construção enviando cartas, poesias e desenhos, que ilustravam as páginas. Assim como a Revista Sem Terra, a RSTerrinha se manteve periodicamente por cerca de dois anos e hoje também é publicada somente com as edições especiais, sendo a última lançada em outubro de 2021, em comemoração ao centenário do educador Paulo Freire.

Figura 3 – Capas da primeira e última edições da Revista Sem Terrinha



Fonte: MST.

3.5 O MST e a imprensa

No início do novo milênio o MST já era um movimento consolidado e reconhecido nacional e internacionalmente. A pauta da Reforma Agrária extrapolou o cotidiano de quem vivia no campo e adentrou outros âmbitos como as universidades, escolas e a dramaturgia. Nos 500 anos do “descobrimento” do Brasil, estavam cada vez mais evidentes os estragos que meio século de exploração e desigualdades causaram à população do país, no campo e na cidade. Durante o segundo mandato de FHC foi posta em marcha uma política de desmonte da pauta de Reforma Agrária. Recursos para a criação de assentamentos e créditos para a produção foram cortados, programas desmontados, enquanto a venda do patrimônio público seguia a todo vapor com a privatização das empresas estatais.

Nesse cenário de descontentamento, o MST realizou diversas ações e lutas ao longo

do ano 2000. Entre jornadas e ocupações, aconteceu também o 4º Congresso Nacional do MST, em agosto, em Brasília (DF). O lema “Reforma Agrária, por um Brasil sem latifúndio!” apontava para a necessidade de destinação dos milhares de hectares de terra que não cumpriam sua função social para o assentamento de famílias sem terra. Enquanto houvesse um latifúndio no Brasil, haveria fome, desemprego, miséria. Mas não era só isso. A palavra de ordem não remete somente ao latifúndio da terra, porque o MST entende que no país há outros latifúndios: da educação, do saber, da tecnologia, da comunicação, da cultura e tantos outros. Mais de 11 mil militantes vindos dos 23 estados onde o MST estava organizado participaram da atividade. A delegação internacional contava com 107 pessoas oriundas de 25 países, representando 45 organizações e comitês de amigos (Morissawa, 2001, p. 165).

Tamanha capacidade de mobilização e articulação não poderia ser ignorada e o MST passou a ser, cada vez mais, um alvo constante da imprensa burguesa. Nesse período se intensificaram as tentativas de desmoralização e deslegitimação da luta, tanto por parte do governo, quanto do agronegócio e dos grandes veículos de comunicação³⁹. Claro que esses ataques não eram novidade para o Movimento e, de alguma forma, desde sua criação, teve que lidar com a imprensa comercial. Mas agora era preciso pensar formas de se preparar e tentar blindar a Organização de tais ataques.

Aprendemos com o professor Florestan Fernandes as outras táticas que as elites utilizam para tentar derrotar o povo organizado quando já não é mais possível ignorar: “cooptar, dividir e esmagar”. Como os meios de comunicação são o reflexo desta elite, na prática, farão o mesmo:

a) Cooptando, através do personalismo. A imprensa gosta de personalizar a luta, de criar mitos, de individualizar, mostrando histórias de pessoas que “venceram” por esforço próprio, pregando o individualismo. Nosso Movimento é contra isso. Por isso, dentro das instâncias todos podem e devem representar o Movimento.

b) Dividindo: aqui também aproveitam do personalismo, do estrelismo. Comparam declarações entre dirigentes, inventam correntes e facções para dar a ideia de que o movimento não tem unidade. Também combatemos esta postura através dos nossos princípios organizativos da disciplina, do respeito às instâncias e do centralismo democrático.

c) Criminalizando para esmagar: a linha geral dos meios de comunicação é de criar um estigma na sociedade contra o MST. Produzem matérias bombásticas, sempre voltadas para a violência, e criam o discurso de que a organização é ilegal e antidemocrática. (MST, 2019, p.38).

É, então, a partir da década de 2000, que o MST começa a pensar de forma mais

³⁹ É de maio de 2000 a famosa edição da Revista Veja que traz na capa a manchete “A tática da baderna”, na qual “acusa” o MST de usar a luta pela terra para fazer a Revolução Socialista. Mais tarde, foi publicizada (por um jornalista do Grupo Abril que manteve o anonimato) o envolvimento do governo federal na publicação da matéria. (Morissawa, 2001, p. 218).

organizada a sua assessoria de imprensa, com a definição de linhas políticas e estratégia de blindagem, bem como a possibilidade de emplacamento das chamadas pautas positivas.

3.6 Cinema na Terra e a BAEC

Quem quer estudar ou conhecer o MST, certamente já se deparou com o filme Terra para Rose, da cineasta Tetê de Moraes, um dos principais registros da luta do Movimento. De 1985, quando foi lançado, até mais ou menos o ano 2000, praticamente toda a produção audiovisual sobre o MST era feita por amigos e apoiadores. Mesmo sabendo do valor dessas articulações, o Movimento também entendia que era preciso se apropriar da técnica e da linguagem audiovisual e começar a contar sua própria história com autonomia. Passa, então, a desenvolver parcerias para a realização de oficinas e formação para sua militância. Em 2000, aconteceu uma das primeiras oficinas, realizada em parceria com o Festival Internacional de Londrina (FILO), coordenada pela cineasta Berenice Mendes, diretora de “Uma luta de todos” (2000). A partir de 2004, em conjunto com a UBV (Suécia)⁴⁰, passa a adquirir equipamentos e intensificar os processos de formação e capacitação em diversos estados. Neste contexto, há algumas experiências sendo produzidas, de forma descentralizada nos Estados, mas já está em gestação uma brigada de audiovisual que reúne organizações vinculadas à Via Campesina.

Em 2005, com a criação do projeto Cinema na Terra, milhares de famílias sem terra, em diversas partes do país, participam de projeções em acampamentos e assentamentos. Muitas vão ao cinema pela primeira vez. O Cinema na Terra também esteve presente durante a Marcha Nacional por Reforma Agrária, realizada no mesmo ano e que reuniu 12 mil pessoas em 15 dias de caminhada⁴¹.

Dois anos depois, em junho de 2007, o MST realizou seu 5º Congresso Nacional, que se tornou histórico por ter sido o maior congresso camponês organizado na América Latina até então. Mais de 17.500 delegados e delegadas participaram da atividade que teve como lema “Reforma Agrária, por Justiça Social e Soberania Popular”. É também a partir do Congresso que se consolida a Brigada de Audiovisual da Via Campesina – que reúne, além do MST, militantes do MAB (Movimento dos Atingidos por Barragens) e da CPT (Comissão Pastoral da Terra) –, com a produção do filme “Lutar Sempre! 5º Congresso Nacional do MST”.

40 Atualmente denominada SAL (Solidariedade América Latina).

41 No próximo capítulo será abordada a experiência da Rádio Brasil em Movimento durante a marcha.

O coletivo realiza um trabalho de capacitação de militantes dos movimentos sociais para a produção audiovisual, com base em uma linguagem da classe trabalhadora, que aborda a prática de luta e os processos coletivos dos trabalhadores do campo como protagonistas. No caso do MST, o foco se concentra na produção audiovisual sobre as lutas e as conquistas dos trabalhadores Sem Terra, para o suporte comunicativo no debate político e nos processos formativos. (MST, 2019, p. 30-31).

Em fevereiro de 2014, o MST realiza, em Brasília (DF), o 6º Congresso Nacional. Com o lema “Lutar, construir Reforma Agrária Popular”, o encontro reuniu em torno de 16 mil pessoas, vindas de 23 estados e do Distrito Federal, além da delegação internacional e convidados. A participação das crianças também foi massiva: a Ciranda Paulo Freire contou com aproximadamente mil sem terrinha.

Foi a partir do Congresso que a brigada mudou seu nome e caráter: passou a se chamar Brigada de Audiovisual Eduardo Coutinho (BAEC)⁴² e agora organicamente ligada somente ao MST. Desde então, a brigada tem ampliado a produção de vídeos para as mídias sociais e garantido a elaboração de um ou dois documentários por ano, a partir das atividades realizadas pelo Movimento.

Mais recentemente, em 2020, com a pandemia do coronavírus e o aumento da demanda por conteúdos virtuais, o MST se lançou ao desafio das transmissões ao vivo com programas periódicos, como o “Comida de Verdade”, veiculado pelo *Youtube* e *Facebook*.

Em 9 de outubro de 2020, a brigada lançou sua primeira ficção: “Um Fantasma Ronda o Acampamento”, durante a Mostra Cinema na Terra: a conquista das telas⁴³. O filme, baseado no livro homônimo da escritora Maria José Silveira (publicado pela Editora Expressão Popular em 2006), foi rodado na ENFF e teve como atores os trabalhadores, trabalhadoras e crianças sem terrinha da Ciranda Saci Pererê, que vivem na escola.

Desde julho de 2010, o MST mantém um canal no *Youtube* (MovimentoSemTerra)⁴⁴, que conta com quase 38 mil inscritos e tem quase dois milhões de visualizações. Toda a produção audiovisual do Movimento é disponibilizada no *Youtube* e na página virtual.

Ainda que ao longo de sua história o MST tenha criado e desenvolvido diversos veículos e meios de comunicação, e embora existissem pessoas de referência e coletivos nos estados e na Secretaria Nacional, foi somente no ano de 2000 que foi oficializado o Setor de

42 O nome foi uma homenagem ao cineasta brasileiro morto recentemente.

43 Organizada pela BAEC e exibida nas mídias sociais do MST entre os dias 11 de setembro e 9 de outubro de 2020.

44 <http://www.youtube.com/user/videosmst>

Comunicação como parte de sua estrutura organizativa. Este tem como tarefas principais construir linhas políticas de atuação do Movimento na área de comunicação, coordenar a organização dos veículos e articular os coletivos existentes nos estados. O Movimento entendia que era preciso organizar e potencializar as tarefas da comunicação, a fim de se preparar para os desafios que se apresentavam adiante.

Potencialidades de Comunicação são forças do momento, que podem ser aproveitadas e ir criando o **hábito da continuidade**, construindo experiências, tirando lições para nossa organização das tarefas de comunicação. Depende de nossas capacidades organizativas e criativas para aproveitarmos todos os espaços de comunicação, rumo ao grande objetivo – o de transformarmos o coração e a mente das pessoas e a sociedade. (MST, 1999 – grifo do autor).

Para isso, era preciso pensar num processo permanente de formação política e técnica de comunicadores populares. Além das oficinas que já eram realizadas, em 2001, foi iniciado um curso de nível médio com ênfase em comunicação popular, no Instituto de Educação Josué de Castro (Itterra), formando 50 comunicadores e comunicadoras oriundas de assentamentos e acampamentos de diversos estados. Mais tarde, entre 2009 e 2011, novamente no Itterra, aconteceu um curso de nível médio com ênfase radiodifusão e agentes culturais, no qual se formaram 27 estudantes. Avançando nessa perspectiva e depois de anos de construção, entre 2010 e 2013, em parceria da Via Campesina e a Universidade Federal do Ceará (UFC), aconteceu a primeira turma de graduação do Curso de Jornalismo da Terra “Luís Gama”, no qual se formaram 45 educandos e educandas.

Ao longo de duas décadas de atuação, o Setor de Comunicação do MST vem construindo linhas políticas que orientem o trabalho, reafirmando o tripé “informar, formar e organizar” como condutor do Sistema Sem Terra de Comunicação.

Informar, porque ampliar o poder de acesso aos meios de comunicação é importante para disseminar os mais diversos projetos políticos existentes na sociedade. Os meios de comunicação de massa influem na fabricação e reprodução de representações do mundo social que fundamentam a compreensão que os grupos sociais têm de si mesmos, dos outros e de seus interesses. A informação que é produzida de forma inerente a um modelo de lucro tende a tornar a voz dissonante pormenorizada.

Formar, porque a comunicação popular também deve ser dialógica, como nos ensinou Paulo Freire. Diálogo é potencial em conceito e em método. A experiência do MST aponta para um horizonte onde é necessário a construção das bases de uma disputa de ideias, ou para uma batalha de ideias – onde os trabalhadores/as possam ter o controle da narrativa da sua própria realidade.

Organizar, porque somente em coletivo conseguimos fazer com que nossas vozes sejam ouvidas e que nos transformamos em ator político. O caráter

participativo da comunicação popular – refletido desde a hora que conversamos com o nosso vizinho ao momento da produção de um roteiro para rádio, vídeo, ou mesmo um texto – é diferencial que ajuda no trabalho de base, na organicidade e sentimento de pertença. (Lima, 2021- grifos próprios).

O MST sabe que é necessário articular a pauta da luta pela terra à luta pela democratização dos meios de comunicação para, assim conquistar o direito ao poder de expressão e à comunicação na sociedade” (MST, 2019, p. 26). Essa consciência da comunicação como um direito é gerada a partir da consciência do direito à terra, seguido do direito à escola, à saúde, à cultura. Ou seja, é a luta pelo domínio do modo e dos meios de produção que leva o MST à consciência da necessidade de tomar os meios de produção da comunicação para que ele tenha autonomia na produção da sua própria comunicação, interna e externa. Enquanto os meios de comunicação estiverem nas mãos de poucas famílias, as *big techs* detiverem os direitos das inovações tecnológicas e o acesso ao saber for restrito, o país continuará produzindo desigualdades e desinformação. Por isso, é preciso seguir ocupando latifúndios. É preciso derrubar todas as cercas, que, como dizia Dom Pedro Casaldáliga, “nos privam de viver e de amar”.

4 REFORMA AGRÁRIA NO AR: ELEMENTOS HISTÓRICOS SOBRE O RÁDIO NO MST

– você, pequena caixa que trouxe comigo/ Cuidando para que suas válvulas não quebrassem/ ao correr do barco ao trem, do trem ao abrigo/ Para ouvir o que meus inimigos falassem/ Junto ao meu leito, para minha dor atroz/ no fim da noite, de manhã bem cedo/ Lembrando as suas vitórias e o meu medo:/ Prometa jamais perder a voz! (Brecht, 2000, p.272).

A utilização do rádio pelo Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra data de praticamente o início da Organização, nos anos 1980. Intercalando períodos de maior ou menor intensidade nas atividades, o rádio sempre esteve em pauta no MST. No entanto, dimensionar com exatidão o número atualizado de experiências é uma tarefa complicada, dada a instabilidade em relação às condições – técnicas e humanas – para se manter uma emissora no ar.

Porém, entende-se que, para poder seguir com o objetivo da pesquisa, é fundamental ter um panorama das práticas radiofônicas existentes nas áreas organizadas pelo MST. Para isso, definiu-se por realizar um levantamento das atividades desenvolvidas em âmbito nacional. O diagnóstico apresentado neste capítulo aborda experiências existentes nos 23 estados⁴⁵ e no Distrito Federal, onde o MST está organizado, sejam elas emissoras FM, programas em outras emissoras não pertencentes ao Movimento, assim como rádios poste, itinerantes e *web*⁴⁶. Este levantamento, realizado em duas fases, consiste na primeira parte da pesquisa de campo, continuada com o estudo de caso realizado a partir da experiência da Rádio Camponesa, a ser apresentada futuramente, no último capítulo da dissertação.

Dada a dimensão territorial brasileira e a espacialidade organizativa do MST, o tempo demandado para a primeira fase da coleta de dados foi de um ano, compreendendo o período entre os meses de março de 2015 e março de 2016. Já para o segundo momento, optou-se por um período menor, uma vez que parte dos dados necessitavam apenas de uma atualização. Sendo assim, o levantamento foi realizado entre os meses de outubro de 2020 e março de 2021. É fundamental dizer que este levantamento ocorreu em total parceria com o Coletivo

45 Alagoas, Bahia, Ceará, Espírito Santo, Goiás, Maranhão, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Pará, Paraíba, Pernambuco, Paraná, Piauí, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Rondônia, Roraima, Santa Catarina, Sergipe, São Paulo e Tocantins.

46 Ainda que o MST também desenvolva em alguns estados programas disponibilizados exclusivamente por aplicativos de mensagens (*WhatsApp*) e *podcasts*, nesta etapa pesquisa serão abordadas apenas as experiências que dialogam com o entendimento do que são atividades radiofônicas, explicadas anteriormente.

Nacional de Comunicação do MST, tendo em vista que somente a organicidade do Movimento pode garantir a coleta efetiva das informações. Vale frisar aqui que, ainda que seja parte da pesquisa, os dados coletados serão, futuramente, disponibilizados para utilização do MST. Mas antes de apresentar os dados e resultados do diagnóstico, conforme anunciado no capítulo anterior, contextualizaremos acerca da presença do rádio na história do Movimento Sem Terra.

O MST entende, praticamente desde sua origem, a importância de ocupar as ondas do rádio. Em 23 de abril de 1987 foi ao ar pela primeira vez o Programa dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, veiculado nacionalmente pela Rádio Aparecida⁴⁷, em São Paulo (SEM TERRA..., 1987). Transmitido semanalmente, às quintas-feiras, no horário do amanhecer, o programa teve duração de aproximadamente um ano. O espaço foi cedido ao Movimento e isso se deu muito por conta da relação que a Organização tem com setores da Igreja Católica. Na época já existia o Jornal Sem Terra, então a mesma equipe do periódico era responsável pelo programa. De acordo com Rossetto (2017), o objetivo central do programa era buscar a unidade do Movimento que estava crescendo em nível nacional.

As atividades nacionais sempre tiveram essa preocupação de como dar unidade para o Movimento. Isso valia para o Congresso, valia para os encontros da coordenação nacional, ou seja, [uma preocupação] de como é que as diferenças regionais aparecessem nos espaços para ir criando uma espécie de síntese e também de conhecimento; do Sul conhecer o Nordeste, do Nordeste conhecer o Sul, o Centro-Oeste... Acho que isso foi uma prática nossa. E quando apareceu o programa de rádio nacional era um pouco isso, de dar uma unidade para o Movimento, mais como um viés de informação e de luta. Coisa que o jornal bem na época cumpria. [O JST] era praticamente o único meio de comunicação que tinha e ele cumpria bem para aquele período. Era um jornal mensal que chegava nos estados e dava uma unidade para o Movimento. Então isso foi um pouco o objetivo. A gente dizia: 'nós precisamos ter um programa de rádio em nível nacional que realmente seja ouvido pelo maior número possível de ouvintes das diferentes regiões'. (Rossetto, 2017).

Por ser um veículo de comunicação rápida e que atinge muitas pessoas ao mesmo tempo, passou a ser utilizado também nos estados nos quais o MST tem base social, seja com espaços comprados em rádios comerciais, bem como espaços cedidos em rádios comunitárias e livres ou vinculadas a entidades aliadas.

47 Além de algumas citações no Jornal Sem Terra, o MST não possui nenhum acervo, nem documento que guarde a memória dessa experiência. As pessoas responsáveis pelo programa já não estão mais vinculadas ao Movimento. Para a pesquisa tentou-se contato com uma das jornalistas responsáveis à época, mas não obtivemos retorno.

Com o crescimento do movimento de rádios comunitárias no Brasil, o MST também passou a investir em estruturas para montar suas próprias rádios e emissoras FM foram instaladas em áreas de assentamentos. Como ressalta o documento *As rádios do MST*, “[...] ter um aparelho de rádio em casa ou no barraco faz parte da cultura camponesa” (MST, 2004, p. 01). Por isso, dá-se a aposta neste meio de comunicação como instrumento de diálogo com as famílias assentadas e acampadas. Na edição de outubro de 1997, o *Jornal Sem Terra* trazia um especial sobre este novo desafio posto à Organização.

O MST tem incentivado a produção de programas em emissoras convencionais e vem investindo na constituição de rádios comunitárias totalmente feitas pelos agricultores. Como toda iniciativa pioneira, há dificuldades mas os resultados são animadores. Novas aptidões são desenvolvidas e a cultura e a arte podem estar ajudando a romper o aramado que isola e dificulta a vida no campo. Não se trata apenas de trocar o dono da antena, uma rádio popular é muito mais que um instrumento de politização e de relacionamento com as comunidades vizinhas, é uma possibilidade de expressão e um espaço para a criatividade. A produção coletiva de um programa dá a oportunidade de refundar a identidade de um grupo a partir da diversidade de suas experiências e das suas esperanças. Em um país de vida tão sofrida e de tão poucas oportunidades de alegria, a ideia das rádios Terra Livre parece estar confirmando a suspeita de que 'a gente não quer só comida, a gente quer comida e felicidade'. (Feitosa; Vieira, 1997, p. 14).⁴⁸

A preocupação com as rádios e alguns desafios acerca desse trabalho também estão expressos no documento “A Comunicação do MST”:

- criar e massificar as rádios, com a participação das comunidades;
- manter as rádios abertas e funcionando com regularidade;
- desenvolver a identidade do MST, diferente das rádios comerciais;
- garantir o envolvimento da militância no desenvolvimento e acompanhamento das rádios;
- desenvolver programação que contribua para a organicidade interna dos assentamentos. (MST, [entre 2000 e 2004]).

Porém, como já trabalhado no primeiro capítulo, as emissoras esbarram na questão legal de formalização do serviço de radiodifusão. O processo de legalização das rádios comunitárias gera diversos desafios ao MST. Primeiro pela dificuldade de acesso e organização documental para a formalização do pedido junto ao Ministério das Comunicações. Esse processo, além de lento, não é garantia de autorização de funcionamento. E, caso a legalização ocorra, a potência máxima permitida, na maioria dos casos, é

⁴⁸ A matéria se refere à experiência de instalação de rádios como Terra Livre pois esse é nome das duas emissoras em funcionamento e que dão base ao texto. As emissoras pioneiras instaladas em Hulha Negra (RS) e Abelardo Luz (SC) seguem em atividade até hoje.

considerada baixa para o campo, o que limitaria ainda mais a prática radiofônica. Formulada após o crescimento do movimento das rádios comunitárias e pensada a partir do espaço urbano, a lei 9612/98 não corresponde à realidade e à forma de organização dos assentamentos.

Com abrangência mais localizada, as rádios poste também são utilizadas pelo MST. Cornetas e alto-falantes são instalados, principalmente, nos acampamentos, pois a situação é mais instável e, na maioria das vezes, não há energia elétrica. Nestes casos, o mais comum é os equipamentos funcionarem a partir de geradores movidos a combustível. Ainda que não propriamente com características de rádio, e hoje de modo menos recorrente, pode-se dizer que essas práticas existem desde o início do MST, como se verifica no depoimento de Maria Salete Campigotto⁴⁹ à pesquisadora Joana Tavares Pinto da Cunha.

[...] outro espaço de comunicação que nós tínhamos era interno no acampamento também, né? Tinha umas caixinhas de som, uma corneta. Todos os finais de tarde, era um espaço muito usado a oração. Não sei se éramos tão cristãos assim, ou se também esse espaço a gente aproveitou pra politizar, né? Mas todos os finais de tarde a gente se reunia, fazia a leitura da Bíblia e ao mesmo tempo todas as cartas que vinham de apoio, alguma notícia importante do jornal, o incentivo a ler o jornal, ali outras notícias, era feito nesse momento. As pessoas que vinham dar apoio tinham a palavra nesse momento, no som, pra todo mundo escutar. Era quase uma rádio, né? Mas nós não chamávamos de rádio. (Cunha, 2015, p.157).

No ano 2000, a partir da necessidade de divulgar a Mobilização Nacional dos Trabalhadores Rurais, o MST, em parceria com a UniSantos (Universidade Católica de Santos), produziu uma série de quatro programas distribuídos em fitas cassetes para rádios no interior do país. O primeiro programa foi intitulado Agricultura Brasileira. Mas com a boa receptividade decidiu-se pela elaboração de programas de caráter contínuo e regular passando a se chamar “Vozes da Terra – O programa de rádio do MST”. A equipe da Unisantos, formada por professores e estudantes, era responsável pela produção de um CD matriz e o MST ficava com a elaboração dos temas e pautas, indicação dos entrevistados e reprodução e distribuição do material. Em 2001 o programa recebeu o Prêmio Expocom 2001⁵⁰, da Intercom. Até 2002 produziu-se 29 programas gravados em seis CD's e duas fitas cassetes.

No início do projeto a tiragem foi de mil CD's, distribuídos para, em sua maioria, emissoras de caráter comunitário, desde rádios populares (livres e comunitárias), católicas,

49 Acampada à época na Encruzilhada Natalino (RS).

50 O Prêmio Expocom (Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação) é concedido anualmente pela Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação).

universitárias e rádios do próprio Movimento. Devido a dificuldades financeiras, esse número, aos poucos, foi reduzido. Em 2003 o programa passou a ser bimestral e produzido pelo Setor de Comunicação do MST em parceria com a Oboré (Projetos Especiais em Comunicações e Artes). Nos anos de 2004 e 2005, a parceria passou a contar com a contribuição de professores e estudantes do Departamento de Jornalismo da PUC/SP (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo) e começou a ser disponibilizado também na internet.

Em meados de 2005, a realização do programa ficou a cargo apenas do MST, que decidiu abandonar o CD e disponibilizá-lo somente através da rede. Além de disponível na página era também enviado por correio eletrônico para cerca de 2000 rádios em todo o Brasil. Com isso, houve uma alteração no formato e na periodicidade, passando a ser semanal, com duração de três minutos em média e apresentava temas conjunturais e relacionados aos movimentos do campo e da cidade. Em 2007, ao avaliar que muitas rádios não tinham acesso à internet, o programa voltou a ser produzido também em CD. Mas o Vozes não conseguiu manter sua periodicidade e, em junho de 2008, foi lançado o último programa, com a cobertura das mobilizações da Jornada da Via Campesina (Faria, 2008).

Além das rádios e programas existentes nos Estados, o Movimento Sem Terra também desenvolve experiências em atividades de caráter nacional, ou seja, com a finalidade de funcionar apenas em determinados períodos, como congressos, encontros e marchas.

Em 2005, o MST organizou a Marcha Nacional pela Reforma Agrária, com doze mil pessoas caminhando de Goiânia a Brasília. Nessa grande mobilização, o Movimento Sem Terra, em parceria com a Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (Abraço) se desafiou a desenvolver uma experiência de rádio itinerante e colocou no ar pela primeira vez a Rádio Brasil em Movimento (RBM). Com o lema “Verás que um filho teu não foge à luta!”, a rádio era transmitida em frequência modulada (FM) a partir de um estúdio instalado em um trio elétrico que fazia o trajeto junto com os marchantes, que também podiam participar dos programas. Cada caminhante tinha um radinho no qual era possível sintonizar a emissora e receber todas as informações e orientações da marcha. No período da tarde, com o acampamento já instalado, a rádio era utilizada para estudo e formação. Através dela eram transmitidas as palestras que depois seriam debatidas pelos núcleos de marchantes. Ainda que com problemas técnicos – como a troca de frequência durante o trajeto –, a experiência surtia efeito também externamente. Durante a marcha, caminhoneiros sinalizavam indicando que ouviam a rádio.

Até então não se tem conhecimento de experiências do tipo realizadas no Brasil. Acredita-se que o Rádio Brasil em Movimento foi a primeira a funcionar nessas condições. E a cada quilômetro caminhado surgiam novos aprendizados e desafios, que eram acumulados e superados coletivamente (MST, 2005).

Figura 4 – Participante da marcha recebe informações através de rádio de pilha (2005)



Fonte: Douglas Mansur.

Figura 5 – Marchantes utilizam rádio para receber informações da marcha (2005)



Fonte: Douglas Mansur.

Figura 6 – Estúdio da RBM na Marcha Nacional por Reforma Agrária (2005)



Fonte: Acervo e Memória MST.

Figura 7 – Programa sendo apresentado a partir do estúdio montado no trio elétrico (2005)



Fonte: João Zinclar (Acervo e Memória MST).

A RBM voltou a funcionar durante os 5º e 6º Congressos Nacionais do MST, realizados em Brasília nos anos de 2007 e 2014, respectivamente. Nas duas atividades funcionava como rádio poste e não mais como FM. Com cornetas e caixas de som espalhadas por todo o espaço do evento, a rádio tinha por objetivo manter informados os participantes das atividades que aconteciam durante os dias dos Congressos. Também funcionava como ferramenta de troca de experiência entre os comunicadores e comunicadoras que atuavam nos estados onde o MST está organizado e de trocas de informações diversas sobre o próprio Movimento, bem como de outras organizações participantes.

Em 2014, ainda durante o 6º Congresso, o MST se colocou um novo desafio: desta

vez, a Rádio Brasil em Movimento funcionaria também na versão *web*⁵¹. Mesmo quem não participava do Congresso podia saber o que acontecia no grande encontro de trabalhadoras e trabalhadores. Além de entrevistas, participação de delegados nos programas e mostra da cultura brasileira, quem acessava a rádio também podia acompanhar em tempo real a marcha realizada até a Praça dos Três Poderes. Mesmo enfrentando limites e dificuldades técnicas, pode-se dizer que o MST, com essa experiência, deu mais um passo na consolidação do rádio como uma ferramenta fundamental da luta.

No mês de janeiro de 2015, a Rádio Brasil em Movimento ganhou um espaço fixo e passou a funcionar como rádio poste na Escola Nacional Florestan Fernandes (ENFF), em Guararema (SP). Além de ser uma ferramenta de comunicação para as milhares de pessoas que passam anualmente pela escola, pretende funcionar também como um centro de produção e distribuição de conteúdo radiofônico para as emissoras e programas vinculados ao MST em todo o país. A rotatividade das atividades e cursos na ENFF não permite uma inserção fixa dos estudantes na rádio, mas durante os cursos mais prolongados a participação é mais direta. Além do cotidiano da RBM, como a apresentação de programas, em alguns cursos são desenvolvidos conteúdos especiais, como por exemplo a radionovela “Paixão de militante”. Dividida em três capítulos, a produção foi desenvolvida pelos estudantes do “Curso de Teoria Política Latino Americana”, realizado entre agosto e novembro de 2016.

A rádio cumpre um papel importante na escola [ENFF], tanto pela formação política, como no acúmulo da própria comunicação. O papel principal é o de formar. Formar novos militantes na área, novos comunicadores populares para a construção desse desafio maior que é a Reforma Agrária Popular. Além de desenvolver um papel importante que é o de produção de conteúdo, de gerar conteúdo para as nossas rádios e para a própria página do Movimento. (ANDRADE, 2017).

Em 2018, devido à reformas nas dependências da ENFF, a rádio precisou ser desativada. Há uma perspectiva de retomada, mas ainda sem data prevista.

Durante a I Feira Nacional da Reforma Agrária, realizada em São Paulo (SP) em outubro de 2015, a Rádio Brasil em Movimento voltou a funcionar na sua versão *web*. A emissora era transmitida via internet e podia ser acessada e ouvida em qualquer lugar. Em julho de 2016, a emissora foi novamente colocada na rede durante o Festival Nacional de Arte

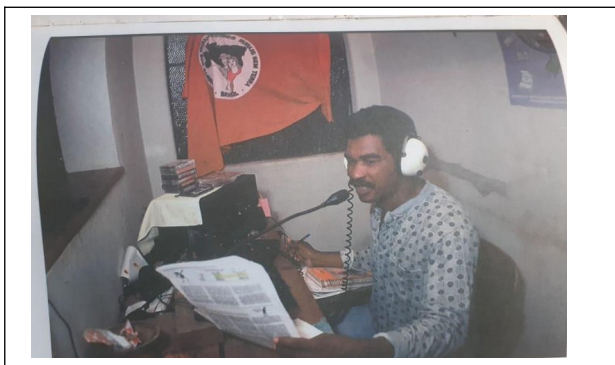
51 Diferentemente das emissoras FM e AM que compartilham seu conteúdo também pela internet, a rádio *web* é uma emissora feita exclusivamente para a rede e só pode ser ouvida a partir de uma conexão à internet. Durante o Congresso Nacional, as transmissões são feitas a partir de dois estúdios: uma para a rádio poste e outro para a rádio *web*.

e Cultura da Reforma Agrária, realizado em Belo Horizonte (MG). A prática voltou a se repetir em 2017 durante a II Feira Nacional da Reforma Agrária, também realizada em São Paulo, no mês de maio. No ano seguinte, durante a III Feira Nacional da Reforma Agrária, a RBM retomou sua programação agora em parceria com a Rádio Brasil de Fato, numa transmissão conjunta durante os quatro dias do evento.

A experiência se repetiu em agosto de 2018 durante a Marcha Nacional Lula Livre. Nos quatro dias de caminhada, os cinco mil marchantes organizados em três colunas (Tereza de Benguela, Ligas Camponesas e Luiz Carlos Prestes) recebiam informações do trajeto, das colunas, da luta de modo geral e também acompanhavam entrevistas e cantorias. Cada coluna possuía carros de som que intercalavam momentos de animação com a programação das rádios Brasil em Movimento e Brasil de Fato. O estúdio montado em Brasília transmitia a rádio *web* que era acessada nos carros de som a partir de uma conexão móvel (4G). Neste momento, as três colunas transmitiam simultaneamente a programação, que contava com a participação dos marchantes. Ao mesmo tempo, os ouvintes que se conectavam à rádio a partir de outros locais recebiam informações da marcha em tempo real. O sistema de conexão móvel também foi usado para parear o áudio dos carros de som no encontro das três colunas na chegada à capital federal. A equipe foi formada por militantes comunicadores do MST e jornalistas da Rádio Brasil de Fato que se revezavam entre o estúdio e a condução da programação dos carros de som, sendo esse também um processo de formação, especialmente para muitos que participavam pela primeira vez de uma marcha.

Neste estudo, não se fará uma análise aprofundada da experiência da Rádio Brasil em Movimento, mas é possível afirmar que a rádio *web* se apresenta como um novo desafio para o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra.

Figura 8 – Rádio Terra Livre (Hulha Negra/RS)



Fonte: Carlos Carvalho (Acervo e Memória MST).

Figura 9 – Rádio Terra Livre (Abelardo Luz/SC)



Fonte: Acervo e Memória MST.

Figura 10 – Programa do Setor de Saúde do MST na RBM no 5º Congresso Nacional do MST



Fonte: Joka Madruga (Acervo e Memória MST).

Figura 11 – Luiz Beltrame sendo entrevistado na RBM no 5º Congresso Nacional do MST



Fonte: Acervo e Memória MST.

Figura 12 – Programa Plantando Ciranda na RBM no 5º Congresso Nacional do MST



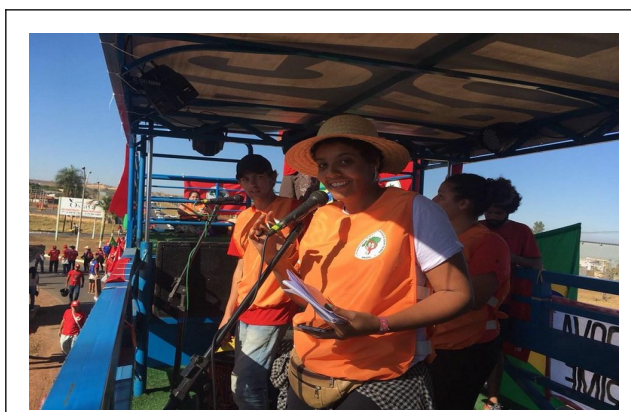
Fonte: Acervo e Memória MST.

Figura 13 – Programa Plantando Ciranda na RBM na III Feira Nacional da Reforma Agrária



Fonte: João Pompeu.

Figura 14 – Comunicadores da RBM na Marcha Lula Livre (2018)



Fonte: Acervo e Memória MST.

Figura 15 – Estúdio da RBM na Marcha Lula Livre (2018)



Fonte: Acervo e Memória MST.

4.1 As rádios e as mídias sociais na disputa pelos territórios da Reforma Agrária

Retomando a ideia apresentada por Fernandes (2005), na qual descreve o território como

[...] o espaço apropriado por uma determinada relação social que o produz e o mantém a partir de uma forma de poder. Esse poder (...) é concedido pela receptividade. O território é, ao mesmo tempo, uma convenção e uma confrontação. Exatamente porque o território possui limites, possui fronteiras, é um espaço de conflitualidades. (Fernandes, 2005, p. 27).

Entende-se, então, que o que produz o assentamento é o conflito social. O assentamento é produzido pela luta social e a organização dos trabalhadores em função do conflito gerado pela própria luta. O latifúndio, o Estado e o governo são forçados pela pressão social a realizar o assentamento e frear o conflito. Portanto, neste caso, o assentamento não é uma política, mas uma forma de amenizar o conflito.

Porém, ao realizar o assentamento das famílias não significa que o conflito esteja resolvido. O assentamento continua sendo considerado um espaço de disputa, tanto no aspecto territorial, econômico quanto sociocultural. No entanto, diferentemente do processo anterior da luta, a fase de acampamento, na qual a disputa é mais visível, no assentamento ela é mais sutil, mas não menos intensa. Essa afirmação pode ser melhor visualizada quando se observa o assentamento a partir do ponto de vista econômico: consumo excessivo de insumos, venda indireta da produção, endividamento das famílias. Neste caso, os agentes das empresas fornecedoras do “pacote” cumprem um papel fundamental nessa disputa, pois acessam de forma direta e sistemática o cotidiano das famílias assentadas. Não desconectada desse

contexto, há também uma ofensiva disfarçada de “responsabilidade social” a espaços de atuação da comunidade como as escolas, festas populares e atividades esportivas.

Os espaços produzidos pelos movimentos socioterritoriais são diversos e são constituídos de acordo com as suas ações. Esses movimentos fazem-se nos espaços de socialização política e espaços de socialização propositiva, onde geram as práticas políticas de seu desenvolvimento. A construção de espaços políticos, sociais, culturais e outros acontecem em diferentes lugares e territórios. A construção desses espaços e seus dimensionamentos são essenciais para as ações dos sujeitos que procuram transformar a realidade. Não existe transformação da realidade sem a criação de espaços. (Fernandes, 2005, p.32).

Existem diferentes formas de organização de assentamentos. As famílias podem viver em lotes individuais ou em agrovilas, por exemplo. A opção por uma ou outra forma pode se dar por organização e decisão coletiva, como também por fatores externos aos anseios das famílias, como a imposição do Estado. Este aspecto é fundamental para as relações sociais que serão estabelecidas a partir de então. E a forma com que essas relações se darão vão influenciar diretamente nos aspectos culturais e de resistência daquele espaço que continua em disputa.

Diante disso, a instalação de rádios nos assentamentos de Reforma Agrária aponta para a centralidade da comunicação também do ponto de vista estratégico e as situa no âmbito do projeto de transformação social, sendo um instrumento de expressão do desejo por uma nova ordem política. E nesse embate, a classe trabalhadora encontra-se em desvantagem ao se considerar que

O poder da classe dominante brasileira é sustentado pelo tripé 'monopólio da terra + controle dos meios de comunicação + poder político eleitoral', acrescido, a partir do influxo neoliberal da década de 1990, pela entrada massiva do capital transnacional em diversos setores da economia brasileira, que ademais, desde sua origem é vulnerável e dependente, em condição periférica, dessa dinâmica externa. Apesar da irregularidade perante a lei é comum que os políticos de maior influência do Congresso Nacional brasileiro sejam proprietários de cadeias de meios de comunicação em suas regiões, e com isso se mantenham em evidência permanente e ataquem seus inimigos. O domínio dos meios de comunicação é um instrumento de coação e um instrumento de acumulação de riqueza e influência, a despeito do sistema de uso dos serviços de comunicação ser supostamente regulado pelo Estado por meio do sistema de concessão pública. (Villas Bôas, 2015, p. 65-66).

Assim como a terra está concentrada nas mãos de poucos - “menos de 1% do total dos estabelecimentos rurais ocupam quase 45% do total das áreas agricultáveis do Brasil” (Lima,

2015, p. 110), a comunicação também está. De acordo com a pesquisa Monitoramento da Propriedade da Mídia (*Media Ownership Monitor* ou MOM), realizada, em 2017, em parceria do Intervozes e a Repórteres Sem Fronteiras (RSF), apenas cinco famílias controlam metade dos veículos de comunicação de maior audiência no país (MOM-Brasil, 2017)⁵². Os 50 veículos abordados no levantamento pertencem a 26 grupos de comunicação, sendo apenas um deles de caráter público (EBC) e quatro possuem vinculação com organizações religiosas (Record,/Igreja Universal do Reino de Deus, Igreja Católica, Igreja Renascer em Cristo, Igreja Adventista do Sétimo Dia). O Quadro 1 apresenta as famílias que controlam os cinco principais grupos e seus veículos correspondentes e o Quadro 2 traz demais grupos e veículos que complementam o cenário da propriedade da mídia no Brasil.

Quadro 1 – Veículos dos cinco principais grupos de comunicação do Brasil

VEÍCULOS DOS CINCO PRINCIPAIS GRUPOS DE COMUNICAÇÃO DO BRASIL					
GRUPO	IMPRESSO	TV	RÁDIO	INTERNET	TOTAL
Globo (Marinho)	4	2	2	2	9
Bandeirantes (Saad)	0	2	3	0	5
Record/IURD (Macedo)	1	2	1	1	5
RBS (Sirotsky)	2	0	1	1	4
Folha (Frias)	2	0	0	1	3
					20

Fonte: Adaptado de Pesquisa Monitoramento da Propriedade da Mídia (MOM-BRASIL, 2017).

⁵² A pesquisa MOM é financiada pelo governo da Alemanha através do Ministério de Cooperação Econômica e Desenvolvimento. Antes do Brasil, outros dez países também desenvolveram a pesquisa. Os resultados completos estão disponíveis em <https://brazil.mom-rsf.org/br/>.

Quadro 2 – Grupos detentores de até dois veículos de comunicação no Brasil⁵³

GRUPOS DETENTORES DE ATÉ DOIS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO NO BRASIL					
GRUPO	IMPRESSO	TV	RÁDIO	INTERNET	TOTAL
Abril	1	0	0	1	2
Diários Associados	2	0	0	0	2
O Estado de S. Paulo	1	0	0	1	2
Sada	2	0	0	0	2
Igreja Católica	0	1	1	0	2
Silvio Santos	0	1	0	0	1
Jovem Pan	0	0	1	0	1
Jaime Câmara	1	0	0	0	1
Três	1	0	0	0	1
A. Dallevo & M. de Carvalho	0	1	0	0	1
Ongoing/Ejesa	0	0	0	1	1
BBC	0	0	0	1	1
EBC	0	1	0	0	1
Publisher Brasil/Fórum	0	0	0	1	1
Consultoria Empiricus	0	0	0	1	1
Alfa	0	0	1	0	1
Mix/Grupo Objetivo	0	0	1	0	1
Igreja Renascer em Cristo	0	1	0	0	1
Igreja Adventista do Sétimo Dia	0	0	1	0	1
					24

Fonte: Adaptado de Pesquisa Monitoramento da Propriedade da Mídia (MOM-Brasil, 2017).

A TV aberta segue há anos no topo dos veículos mais acessados no país, tendo, atualmente, penetração em 87% da população brasileira. Quase a totalidade dos 5.570 municípios brasileiros recebe o sinal de alguma emissora de TV aberta, seja por antena ou via satélite. O Grupo Globo, que encabeça a lista dos donos da mídia no Brasil, distribui o sinal de sua principal emissora para 5.480 municípios, cobrindo em torno de 98% do território nacional (Mídia Dados Brasil 2021, [2021]). Mesmo em um cenário de pandemia e queda nas verbas publicitárias, em 2020, as Organizações Globo tiveram um faturamento de R\$ 12,5 bilhões. Para se ter uma dimensão do poder aquisitivo do conglomerado, pode-se comparar com o faturamento das duas redes que disputam o segundo lugar na audiência da TV aberta. No mesmo ano, a Rede Record faturou em torno de R\$ 2 bilhões e o SBT, do Grupo Silvio Santos, R\$ 1,1 bilhão.

O caso da Rede Globo merece atenção especial, pois marca a história da radiodifusão brasileira e ilustra as relações de poder e conchavo no que tange à estrutura de comunicação existente no país. Surgida em 1965, apesar de ferir a Constituição vigente, teve sua concessão garantida por determinação do governo militar. Para se consolidar como a principal emissora

⁵³ Entre os 50 veículos de maior audiência abordados na pesquisa MOM-Brasil (2017).

do país, a TV Globo firmou contratos com o grupo estadunidense *Time-Life* – trâmite não permitido pela Carta Magna. Condenada pelo Congresso Nacional após instauração de Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI), a Globo foi inocentada por determinação do então presidente Marechal Arthur da Costa e Silva.

O final do parecer do consultor-geral da República, Adroaldo Mesquita da Costa, incluiu a defesa de que não havia controle do capital ou da Organização Globo pelo grupo Time-Life, nem ocorreu interferência intelectual ou administrativa da empresa norte-americana sobre a brasileira. E concluiu propondo ao presidente da República o atendimento do pedido de reconsideração formulado pela Globo contra a decisão do CONTEL, que havia determinado uma simples reformulação dos contratos firmados. Foi então que o marechal Castelo Branco pediu diligências complementares e transferiu a decisão para o marechal Costa e Silva. (Herz, 1987, p.124).

Ou, como dito de forma direta e peculiar por Vito Giannotti.

Era preciso ganhar a adesão firme do povo. Precisava que a recém criada Rede Globo entrasse em ação. Afinal foi para ser a emissora do regime que a ditadura doou ao Sr. Roberto Marinho o canal da TV Globo, em 1965. A operação foi contestada no Parlamento que existia, mesmo que castrado. CPI, pra cá, CPI pra lá, ao final, a ditadura acabou com a conversa. Mandou engavetar essa CPI. A Globo vai funcionar e ponto final. Tá tudo certo. Era o canal que o regime precisava. Logo após a implementação do terror com o AI-5, a TV Globo estreia o Jornal Nacional. O nome era sugestivo: um informativo nacional. A verdade oficial da ditadura. (Giannotti, 2014, p. 110 – grifos próprios).

O golpe apoiou a Globo, que apoiou o golpe. Mais do que simplesmente sustentação de um governo autoritário, a relação da Globo com o regime militar está inserida num contexto de projeto político para o país, conforme analisa Martins (2020).

O apoio ao golpe deve ser lido como parte de um projeto mais amplo que levou à consolidação da indústria cultural no Brasil nos anos 1970, a qual tornou-se elemento central para a integração geográfica e também para a integração da população brasileira à economia de mercado [...]. A organização das redes de televisão viabilizou a ampliação da propaganda dos produtos, no momento em que o país vivenciava o crescimento das indústrias eletroeletrônica e mecânica, o desenvolvimento do setor de bens de consumo e a internacionalização do mercado interno, com a instalação de fábricas que produziam bens de consumo relacionados à “vida moderna”. Para vendê-los, os veículos promoveram estilos de vida adequados às necessidades do capital. A TV tornou-se símbolo da emergente sociedade de consumo e instrumento de reforço daquelas tendências [...]. (Martins, 2020).

Sempre buscando formas de burlar as leis, a Rede Globo é hoje o maior símbolo da concentração e conglomerados existentes no país (19º no mundo), englobando 123 emissoras.

Dessas, apenas cinco são do Grupo Globo e as outras 118 são vinculadas a outros grupos de comunicação, correspondendo a 22,6% das 543 outorgas no Brasil (Marinoni, 2015, p. 9; MOM-Brasil, 2017).

Pelas leis, são no máximo dez as emissoras que cada entidade poderia controlar em todo o território nacional, sendo cinco em VHF e no máximo duas por estado. É por isso que o Grupo Globo possui, formalmente, cinco emissoras de TV próprias, com sedes no Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais, Brasília e Recife. Outra regra que limita a concentração de outorgas é a prevista pelo art. 12, §3 do mesmo decreto, que diz: “não poderão ter concessão ou permissão as entidades das quais faça parte acionista ou cotista que integre o quadro social de outras empresas executantes do serviço de radiodifusão, além dos limites fixados neste artigo. (Martins, 2020).

Ainda que represente um caso emblemático, a farra das concessões não se limita ao grupo da família Marinho, muito menos ao período da ditadura militar. O uso das outorgas para barganha política pode ser visto também desde a abertura democrática até os governos eleitos pelo voto popular.

José Sarney, presidente a partir de 1985, e Antônio Carlos Magalhães, então ministro das Comunicações, promovem em pouco mais de três anos (entre março de 1985 e outubro de 1988) uma distribuição volumosa de concessões: 1.028 outorgas, sendo 25% delas em setembro de 88, um mês antes da promulgação da Constituição. No dia 29 daquele mês, por exemplo, o Diário Oficial da União anunciou 59 outorgas, distribuídas em um só dia, a uma maioria de parlamentares ou a parentes e sócios. No total, 91 constituintes foram beneficiados com, pelo menos, uma concessão de rádio ou televisão; destes, 92,3% votaram a favor do presidencialismo e 90,1% em concordância com o mandato de cinco anos. (Mello, 2015, p. 40).

Os anos seguiram e a prática também. Nos doze anos que englobam os dois mandatos de Fernando Henrique Cardoso (PSDB) e o primeiro mandato de Luiz Inácio Lula da Silva (PT), entre 1994 e 2006, foram autorizadas 467 emissoras educativas – entre TV e rádio, além das mais de 500 comerciais vendidas por licitação; várias delas ligadas a políticos, conforme aponta Mello (2015). Já nos dois anos do mandato de Michel Temer foram outorgadas 1833, sendo apenas 160 de caráter educativo ou comunitário (Pieranti, 2019).

Em agosto de 2002, o jornal Folha de S. Paulo publicou série de reportagens que apontaram como se deu continuidade à prática de distribuição de TVs a políticos aliados: em sete anos e meio de governo Fernando Henrique Cardoso, além das 539 emissoras comerciais vendidas por licitação, foram autorizadas 357 concessões educativas sem licitação. A distribuição concentrou-se nos três anos em que o deputado federal Pimenta da Veiga (PSDB-MG) esteve à frente do Ministério das Comunicações. A maioria das educativas se situava no estado de Minas Gerais, e ao menos 23 foram concedidas a políticos. Em junho de 2006, o mesmo jornal publicou matéria

que revelava que, desde o início do governo, o então presidente Lula já havia aprovado 110 emissoras educativas, sendo 29 televisões e 81 rádios; destas, sete concessões de TV e 27 rádios educativas eram de fundações ligadas a políticos. (Mello, 2015, p. 43-44).

A prática fere o artigo 54 da Constituição Federal, que proíbe que parlamentares firmem ou mantenham contrato e exerçam cargo, função ou emprego remunerado em empresa concessionária de serviço público. Caso seja infringida a lei, de acordo com o artigo 55, o parlamentar pode ser punido com a perda do mandato (Moura, I., 2016, p. 47).

O estudo realizado pelo projeto Excelências, vinculado à Transparência Brasil, que analisou a legislatura do Congresso Nacional de 2015 a 2019, revela que dos “594 parlamentares eleitos, 63 são outorgados de meios de comunicação, atingindo a marca de mais de 10% do Congresso Nacional”. O detalhamento dos dados aponta que, desses 63 parlamentares, 43 atuam na Câmara dos Deputados, correspondendo a 8,4% da casa. No Senado Federal a proporção é ainda maior, uma vez que “19 senadores são concessionários, atingindo a marca de 23,5% dos membros” (Moura, I., 2016, p. 51). Dados oficiais do Sistema de Acompanhamento de Controle Societário (Siacco), da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) relacionam 32 deputados e oito senadores como proprietários, sócios ou associados de canais de rádio e TV (Brasil, [2017]a; Moura, I. 2016).

Desde 2011 tramitam na Justiça duas ADPFs (Arguição de Descumprimento de Preceito Fundamental) questionando a inconstitucionalidade da participação de parlamentares nos quadros societários de empresas de radiodifusão. A ADPF 379, de dezembro de 2015, denuncia esses 40 parlamentares da legislatura de 2015-2019. Nem todos os parlamentares apontados no levantamento se mantiveram no Congresso depois das eleições de 2018, ainda assim, no início da atual legislatura (2019-2023) eram ao menos 26 congressistas vinculados a emissoras de rádio e TV, sendo 20 deputados federais e seis senadores (Mielki, 2019). Em fevereiro de 2021, o Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) e o Intervozes protocolaram uma petição do âmbito da ADPF 379, pedindo agilidade na análise dos processos e agregando na ação os 26 congressistas da atual legislatura que também figuram na lista de empresas de comunicação, conforme apontam as Figuras 16 e 17.

Figura 16 – Senadores que têm concessão de rádio e TV (2019-2023)



Fonte: Levantamento Intervozes (Mielki, 2019).

Figura 17 – Deputados/as federais que têm concessão de rádio e TV (2019-2023)



Fonte: Levantamento Intervozes (Mielki, 2019).

Nesta lista figura um nome que merece atenção especial: o do então deputado federal Fábio Faria (PSD/RN). Ele é um dos sócios da Rádio Agreste Ltda e desde 2015 tem seu nome na lista dos parlamentares denunciados na ADPF 379. Não fosse isso grave o suficiente, em junho de 2020, com a recriação do Ministério das Comunicações⁵⁴, Jair Bolsonaro anunciou o então deputado como o novo ministro da pasta. Fábio Faria é casado com Patrícia Abravanel, filha de Silvio Santos, dono do SBT (Martins, Barbosa, 2020). É a raposa cuidando do galinheiro.

⁵⁴ Que havia sido fundido com o Ministério da Ciência e Tecnologia no governo de Michel Temer.

[O] domínio político sobre os meios de comunicação expõe um grave conflito de interesses, uma vez que o próprio Congresso Nacional é responsável pela apreciação dos atos de outorga e renovação de concessões e permissões de radiodifusão. Segundo explica Camila Marques, advogada da Artigo 19, 'a posse dos meios de radiodifusão por políticos afeta a isonomia, o pluralismo e o interesse público porque o sistema brasileiro de regulação de radiodifusão não prevê um regulador independente para deliberar sobre a distribuição do espectro eletromagnético e, por isso, essa deliberação é realizada por um procedimento licitatório em que os parlamentares do Congresso Nacional ocupam um papel central na análise das outorgas realizadas pelo poder executivo', analisa. (Moura, I., 2016, p. 51-52).

A situação se torna ainda mais grave ao verificar que 16 dos 26 parlamentares listados, compõem a chamada “Bancada Ruralista”, sendo 15 deputados federais e um senador⁵⁵. Análise publicada no site De Olho nos Ruralistas, aponta que apesar de nas eleições de 2018 o grupo ter perdido boa parte de suas cadeiras no Congresso, uma vez que alguns deputados e senadores não conseguiram se reeleger, “os ruralistas não tardaram em recompor suas fileiras”. Articulados formalmente na Frente Parlamentar da Agropecuária (FPA), se consolida como a maior bancada do Congresso Nacional – com a adesão de membros que não declararam posse de terras, nem vínculo com o “lobby do agronegócio” – e agora “diretamente associada ao bloco ‘da bala’” (Bassi, 2019). Atualmente a frente é composta por 280 parlamentares, sendo 39 senadores e 241 deputados federais (FPA, 2021), o que representa, respectivamente, 48% das cadeiras do Senado e 49% dos assentos da Câmara⁵⁶. “A priorização do espaço do parlamento como luta política é uma das fortes estratégias do setor patronal rural, desde sempre, e com muito peso na atualidade” (Chã, 2016, p. 44).

Os meios de comunicação são essenciais para a propaganda do agronegócio como sendo a única opção para o campo, não somente como difusores das ideias e projetos do modelo, mas como parte integrante dele. A Globo Comunicação e Participação S.A. figura no quadro de associados da Associação Brasileira do Agronegócio (ABAG), por exemplo (ABAG, [2017]).

55 Deputados: Domingos Rocha (PR/BA), Domingos Neto (PSD/CE), Julio Cesar (PSD/PI), Aécio Neves (PSDB/MG), Efraim Filho (DEM/PB), Átila Lira (PSB/PI), Rubens Bueno (PPS/PR), Felix Mendonça (PDT/BA), Leur Lomanto Junior (DEM/BA), João Maia (PR/RN), Magda Mofatto (PR/GO), Elcione Barbalho (MDB/PA), Gonzaga Patriota (PSB/PE), Ricardo Barros (PP/PR) e Baleia Rossi (MDB/SP). Senador: Jorginho de Mello (PR/SC). Quando era deputado federal, o agora ministro Fábio Faria, também engrossava as fileiras da frente parlamentar. (Mielki, 2019; FPA, 2021).

56 Vale ressaltar que, por ser uma frente parlamentar, ela é composta por parlamentares de diversos partidos e espectro político, ainda que “são poucos os parlamentares que, ao longo de seus mandatos, mantêm uma atuação constante junto à Frente Parlamentar da Agropecuária” (Bassi, 2019).

O tripé apresentado por Villas Bôas (2015) – monopólio da terra, concentração dos meios de comunicação e poder político eleitoral – ganha mais força no âmbito da formação das redes e grandes grupos de comunicação. As cadeias de transmissão e retransmissão, nos diversos níveis – nacional, regional e local – trazem, além da não democratização do espectro, o problema da padronização do conteúdo, elemento fundamental para garantir a hegemonia de poder⁵⁷.

Desse modo, os meios de comunicação concentrados pela classe dominante atuarão sempre no intuito de garantir a manutenção da ordem vigente. Na análise de Gramsci, de acordo com Riccordi (2001), a dominação de uma classe sobre a outra não poderia mais se dar somente pelo poder econômico e/ou das armas. “Isso é a hegemonia: mais que a dominação física de um setor social sobre outros, é a sua capacidade de gerar consensos e dar direção ao conjunto da sociedade, fazendo-a assumir como seus valores que são do setor dirigente” (Riccordi; 2001).

Vito Giannotti complementa essa análise ao afirmar que a mídia é o verdadeiro partido da burguesia. Em seus cursos e palestras sempre afirmava que a mídia se configura como um poderoso instrumento da luta de classe e é central na disputa hegemônica. “Partido no sentido de Gramsci, como instrumento formador de consenso, orientador e organizador das classes sociais, componente essencial da construção da hegemonia” (Giannotti, 2014, p. 58).

Em um contexto no qual a produção ideológica da sociedade, embora não se encontre restrita à indústria cultural, tem nela um lugar privilegiado – especializado atualmente em equacionar desejos, representações e práticas, com o objetivo de direcioná-los para o consumo ou para algum subproduto da dominação capitalista –, a concentração privada da propriedade tem reduzido o papel da comunicação humana em toda a sua potencialidade. Faz isso na medida em que direciona as forças de produção ideológica para o processo autorreferente de acumulação mercantil, de reafirmação do poder do capital monopolista e de reprodução das desigualdades existentes. (Marinoni, 2015, p. 4).

Ainda que no caso do rádio, ao contrário da TV, seja possível a preservação de ritmos, sotaques e expressões regionais e locais, a verdade é que a concentração dos meios de comunicação em grandes redes e conglomerados, incluindo entidades e organizações religiosas, prejudica a diversidade de vozes, uma vez que a produção e geração de conteúdos advém dos centros urbanos, em grande parte, sem vinculação com a cultura e a realidade daquela localidade. Exemplo disso é o que podemos chamar de *jovempanização do dial*. Não

⁵⁷ Somam-se a isso as empresas de impressos e portais de internet, que muitas vezes compõem tais grupos.

são raros os casos de emissoras locais, em todo o país, que migraram do AM para o FM e no processo se vincularam ao grupo Jovem Pan, perdendo totalmente sua programação original e passando a apenas retransmitir os conteúdos gerados a partir da sede em São Paulo (SP). A concentração, além de determinar e padronizar a veiculação de informação no país, ainda dificulta, senão elimina, a possibilidade de pluralidade, divergindo da riqueza cultural do Brasil.

A prevalência das lógicas comerciais manifesta-se no reduzido mosaico interpretativo dos fatos sociais; na escassa variedade argumentativa, em razão de enfoques ajustados a diretivas ideológicas das empresas; na supremacia de gêneros sustentados por altos índices de audiência e patrocínios (telenovelas, reality shows, esportes); nas baixas influências do público nas linhas de programação; no despreço pelos movimentos sociais e comunitários nas pautas jornalísticas; na incontornável disparidade entre o volume de enlatados adquiridos nos Estados Unidos e a produção audiovisual nacional. Em face da concentração monopólica, a possibilidade de interferência do público (ou de frações dele) nas programações depende não somente da capacidade reativa dos indivíduos, como também, e sobretudo, de se garantirem direitos coletivos e controles sociais democráticos sobre a produção e a circulação de dados, sons e imagens. (Moraes, 2013).

Neste cenário de disputa, Neuri Rossetto, da coordenação nacional do MST, aponta que as rádios comerciais desempenham um papel central ao reproduzirem a pauta determinada pela classe hegemônica e ditada pelas redes de TV, especialmente.

A batalha das ideias nós estamos perdendo aqui é para as rádios, mais do que para o Jornal Nacional [...]. É impressionante como essas rádios bombardeiam essa população. Eu às vezes de manhã cedo fico ouvindo a rádio, mas é um bombardeio impressionante. E é rádio. O Jornal Nacional eu acho que só dá a capa dessa batalha. (Rossetto, 2017).

Os assentamentos de Reforma Agrária não estão neutros a esse bombardeio. Por isso, ainda que seja possível lutar com as mesmas armas, é preciso construir ferramentas para, se não barrar, ao menos diminuir o poder de fogo do inimigo. Ou seja, é vital à classe trabalhadora construir seus próprios meios de comunicação. Neste sentido, as rádios instaladas nos assentamentos cumprem um papel fundamental, seja pela capacidade de alcance interno, seja pela possibilidade de falar para fora do MST também.

No entanto, essa realidade já não pode mais ser pensada de forma desconectada, conforme aponta Marcelo Kischinhevsky. “O rádio é hoje um meio de comunicação expandido, que extrapola as transmissões em ondas *hertzianas* e transborda para as mídias sociais, o celular, a TV por assinatura, sites de jornais, portais de música” (2016, p. 13, grifo

nosso). A fase de convergência – (Ferraretto, 2012) a partir dos anos 1990 –, apresenta para o rádio um novo desafio: sair dos limites das ondas *hertzianas* e adentrar em novos universos. Porém, como já dito, não serão tratadas aqui as outras mídias e meios de comunicação, mas será abordada somente a introdução da internet no cotidiano das emissoras de rádio, em especial aquelas instaladas em assentamentos de Reforma Agrária.

De acordo com Ignácio Ramonet, as transformações tecnológicas imprimiram mudanças significativas no fazer comunicativo ao romper as fronteiras que separavam as três formas tradicionais de comunicação: o som, a escrita e a imagem, favorecendo o desenvolvimento da web. Para ele, a internet seria um quarto modo de comunicação, uma nova forma de se expressar, informar, de criação e consumo e de estabelecer relações (Ramonet, 2012).

A internet está entre as principais fontes de informação da população brasileira. Ela é essencial para o desenvolvimento da comunicação dos movimentos sociais. Hoje, estar sempre *on-line* é crucial para a batalha das ideias, lembrando, sempre, que a luta de classes se faz também -e principalmente - nas ruas e não pode se limitar ao universo virtual. A questão colocada, como aponta Giannotti, é que a internet permite, ao romper a barreira entre produtor e consumidor, estabelecer uma relação mais próxima entre emissor e receptor. “O que esta mídia digital oferece é essencial para viabilizar todos os instrumentos de comunicação de um sindicato ou movimento. E tem um adicional [...] é a interatividade que elas permitem. É uma comunicação imediata de duas mãos, ida e volta. Vai e vem” (Giannotti, 2014, p. 134). Gustavo Barreto (2014) completa a análise ao afirmar que já não é mais possível às organizações ignorarem o “cenário midiático contemporâneo” ao fazer a disputa contra-hegemônica.

Hoje, cada vez mais pessoas buscam de modo independente informações confiáveis e, na ausência destas, acabarão por aceitar as versões hegemônicas dos gigantes da comunicação. Gigantes sim, não em ideais, mas em aparatos tecnológicos voltados para a hegemonização cultural da sociedade. (Barreto, 2014, p. 192).

Mas, e o rádio nessa história? Como as emissoras comunitárias instaladas em assentamentos de Reforma Agrária se inserem nessa nova dinâmica? O rádio no campo está no rumo das inovações tecnológicas apresentadas para o setor de radiodifusão? Mesmo que a internet, de certa forma, dinamize a atuação das emissoras, não há intencionalidade em substituir as ondas *hertzianas* pelo *streaming*. Ou seja, ainda que adentrar no mundo virtual

seja um desafio da ordem do dia, não está em discussão a existência e a necessidade de manter as FMs emitindo a partir destes territórios.

4.2 A democratização do ar e a urgência da construção das próprias rádios

Os donos da verdade são um pouco como os donos da terra no Brasil. Alguns têm latifúndios de verdade que não querem ver divididos. Muitos vivem há anos de verdades improdutivas e, como no caso da terra, há verdades cujo título de posse não resistiria a um teste de legitimidade – ou são verdades roubadas, ou são verdades mal medidas ou são simplesmente mentiras. [...] Quem desafia a posse de toda a verdade nacional por uns poucos é chamado de agitador. O máximo de participação permitida a quem tem sua verdade negada é ser possessor da verdade alheia. (Verissimo, 2000).

Davi contra Golias poderia ilustrar a batalha entre as rádios livres e comunitárias e as corporações da comunicação hoje no Brasil. Mas qual será a pedra que poderá acertar a testa desse gigante? Apesar das diversas ocupações do latifúndio do ar empreendidas pelas emissoras populares, é impossível discutir a criação e manutenção dessas rádios sem passar pelo debate da democratização da comunicação, principalmente a democratização do espectro radiofônico. Nas conclusões de sua dissertação de mestrado, Maria Mello afirma que

A luta pela democratização da comunicação no Brasil enfrenta dois empecilhos centrais: a omissão do Estado – discussão que enseja estudo específico, dada a sua complexidade em um cenário permeado por interesses políticos e econômicos e correlação de forças adversas – e os interesses dos grupos que se beneficiam da concentração da propriedade dos meios, da dificuldade de acesso à banda larga, da falta de transparência e de critérios para a publicidade estatal e da participação da sociedade em relação à definição de conteúdos. Mesmo em governos considerados progressistas, a democratização da comunicação tem esbarrado no imenso poder dos meios, os quais não somente impedem que a população se aproprie do debate, inclusive do ponto de vista normativo, como nomeiam qualquer tentativa de mudança como censura, repressão, ataque à liberdade de expressão. (Mello, 2015, p. 115).

Por isso, o debate sobre a democratização da comunicação possui dois aspectos centrais: a regulação e fiscalização dos meios; e o financiamento público para as emissoras comunitárias e públicas. A lei que regulamenta o serviço de radiodifusão brasileiro é de 1962, quando a imagem da TV ainda não tinha cor.

[Além disso] não há estrutura básica de fiscalização para garantir que exigências legais como o piso de 5% de informação e o teto de 25% de publicidade sejam efetivamente observados. Com isso, FMs musicais voltam aos tempos do vitrolão dos anos 1960 e 1970, mantendo programações

automatizadas e sem quaisquer boletins informativos, principalmente à noite, enquanto muitos concessionários de AM e FM arrendam suas frequências para empresas de televidas ou denominações religiosas, transformando assim os microfones em instrumentos de captação de recursos. (Kischinhesky, 2016, p. 131).

Sempre que se levanta a bandeira da regulação dos meios as empresas de comunicação e os detentores do capital também se erguem contra, utilizando o argumento de que o mercado se regula sozinho e tentar fiscalizar o conteúdo é censura. Caberia então ao Estado, como garantidor dos direitos, “imprimir no setor uma dinâmica que favorecesse uma maior pluralidade e diversidade, por meio de seus dispositivos reguladores, desconcentrando o poder, descentralizando o controle e favorecendo a efetivação do direito à comunicação” (Marinoni, 2015, p. 4-5).

Essa e outras pautas, como o financiamento público às mídias populares, foram debatidas e aprovadas na I Conferência Nacional de Comunicação (Confecom) realizada em 2009. No entanto, elas nunca saíram do papel. Por isso, encampar a luta pela democratização da comunicação é tarefa política posta aos movimentos sociais, como afirma Igor Felipe Santos, da comunicação do MST, em entrevista à pesquisadora Maria Mello.

[...] os movimentos sociais que lutam por direitos que contraditam com os interesses das grandes corporações sofrem uma forte reação das grandes empresas de comunicação, que atuam para estigmatizar, descredibilizar, desmoralizar e criminalizar os movimentos sociais. Assim, a democratização da comunicação é fundamental para acabar com os oligopólios da produção, difusão e acesso do conhecimento, garantindo que todos os setores da sociedade possam comunicar em pé de igualdade com a sociedade. (Mello, 2015, p. 111).

E lutar pela democratização não significa somente brigar por regulação e financiamento. A disputa contra-hegemônica passa pela construção dos meios próprios para disputar ideias. Ou para ganhar mentes e corações, como diria Vito Giannotti, ferrenho comunicador popular falecido em 2015. Ele retoma as elaborações de Lênin para afirmar – e convencer os movimentos – a necessidade das organizações construírem suas ferramentas de comunicação. Ainda que Lênin tenha pouco usado a palavra hegemonia, sua elaboração se baseia muito neste conceito. E, ainda de acordo com Giannotti, a questão da comunicação aparece como intrínseca nesse debate.

Comunicação para a difusão da ideia da necessidade de acabar com o domínio do czar, com o sistema que o mantinha no poder. Como convencer os operários, as operárias, os camponeses, as camponesas e os soldados da necessidade de derrubar aquele regime de opressão e exploração? Como

convencer milhões de operários e operárias, camponeses, camponesas e soldados que a tarefa de todos era lutar por 'pão, paz e terra'? Como convencê-los da necessidade de criar um partido revolucionário? (Giannotti, 2014, p. 15, grifo próprio).

Na construção do processo revolucionário que culminaria com a criação do Estado Soviético, a consolidação da hegemonia da classe trabalhadora necessitava da difusão, no meio das massas, dos ideais da revolução. Se naquele período esse instrumento era o jornal – “a arma essencial para um partido alcançar a hegemonia na sociedade”. (Giannotti, 2014, p. 25) – hoje, aos 100 anos da Revolução Russa, as alternativas são variadas, mas aqui se dará ênfase para o rádio como essa ferramenta.

Para muitos trabalhadores é muito mais prático ouvir rádio do que assistir à televisão. Muitos trabalhos podem ser feitos ouvindo rádio. Centenas de operações, nas mais variadas profissões, são executadas por trabalhadores que estão ligados no que o rádio fala. No bairro, entre uma conversa e outra, no armazém, na feira ou na padaria, o rádio está sempre lá, falando, tocando música, enfim, comunicando. (Giannotti, 2014, p. 129).

O rádio cumpre um papel central na cultura das populações que vivem no campo e o MST tem feito um esforço para instalar e manter funcionando rádios comunitárias nos assentamentos de Reforma Agrária. Para o MST,

[...] a prática radiofônica do movimento não cumpre um único papel, mas vários. E eles são tecidos a partir dos usos que os sujeitos fazem desta emissora; das diretrizes político-ideológicas e das demandas da comunidade. Nesta relação, a prática radiofônica é o espaço onde se dinamizam novas esperanças e práticas de comunicação libertadora. (Guindani; Bonassa, 2011).

Mas como já dito, essa prática já não pode mais ser pensada de forma desconectada. A rede mundial de computadores é uma ferramenta que proporciona o acesso rápido e a maior agilidade na divulgação das informações. Pensando nisso, a opção por disponibilizar a programação das rádios e os programas na internet, ainda que seja um campo novo de atuação, pode ser uma decisão acertada. Além disso, a interação emissora e público pode ser dinamizada através das mídias sociais. Mas o fundamental é que a comunicação tenha um caráter de mobilização, organização, agitação, propaganda, educação e formação. Para isso, é importante pensar que a produção dessa comunicação deve ser realizada pelos próprios trabalhadores, acabando assim, com a divisão entre produtores e consumidores. Mas, principalmente, faz-se necessário estimular e proporcionar que os trabalhadores e as trabalhadoras sejam a voz de sua própria Organização.

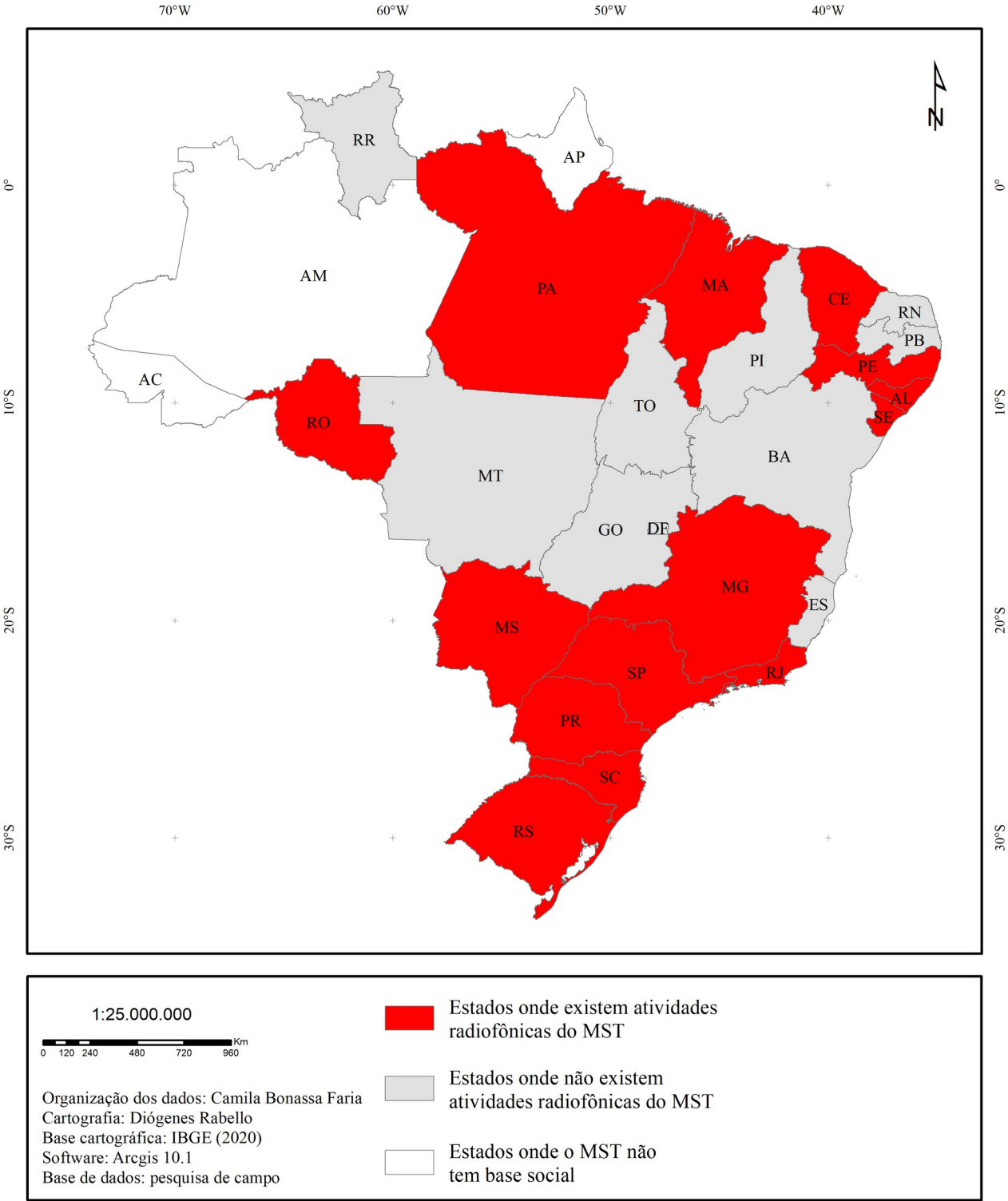
4.3 Levantamento das práticas radiofônicas do MST

A partir da metodologia apresentada na introdução, partimos para a apresentação e análise dos dados obtidos. Antes, é importante frisar que para isso foram considerados somente os estados que indicaram desenvolver algum tipo de atividade radiofônica nos períodos do levantamento, sendo os outros estados não mencionados nos gráficos e análises. Por questão de segurança, optou-se aqui por trabalhar com os dados mais gerais sem detalhar os nomes e localização exata das rádios, a não ser em alguns casos específicos e explicados ao longo do capítulo, como o caso das emissoras localizadas no estado do Ceará, essenciais para a continuidade da pesquisa e com a devida autorização do MST.

4.3.1 Existência de atividade radiofônica

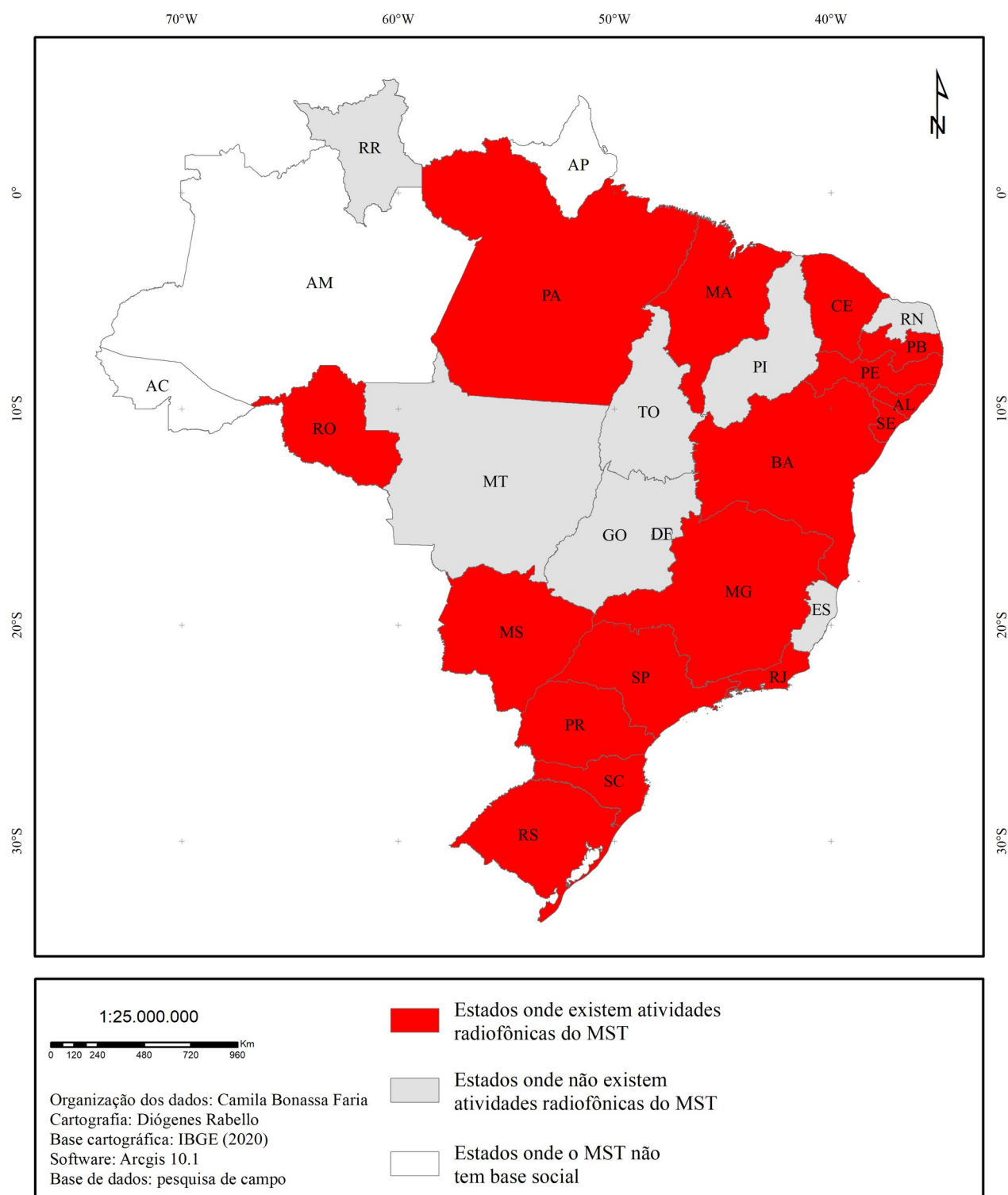
Atualmente, dos 24 estados nos quais o MST está organizado, em 14 (58%) são desenvolvidas atividades radiofônicas, sejam elas rádios FM, programas em outras rádios não vinculadas ao MST, rádios poste, itinerantes ou *web*, sendo eles Alagoas, Ceará, Maranhão, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Pará, Pernambuco, Paraná, Rio de Janeiro, Rondônia, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Sergipe e São Paulo. Outros dez estados (41%), sendo eles a Bahia, Distrito Federal, Espírito Santo, Goiás, Mato Grosso, Paraíba, Piauí, Rio Grande do Norte, Roraima e Tocantins indicaram não desenvolver nenhum tipo de atividade, conforme ilustrado no Mapa 1. Em comparação com o Mapa 2, percebe-se uma pequena queda no total de estados em relação ao levantamento realizado em 2016. Naquele período, 16 estados (67%) indicavam desenvolver algum tipo de prática radiofônica. A alteração deve-se ao fato de que os estados da Bahia e Paraíba, que possuíam rádio FM e programas, respectivamente, já não os realizam mais.

Mapa 1 – Territorialização das atividades radiofônicas do MST no Brasil (2021)



Fonte: Levantamento de dados com base na pesquisa de campo.

Mapa 2 – Territorialização das atividades radiofônicas do MST no Brasil (2016)



Fonte: Levantamento de dados com base na pesquisa de campo

Ainda que tenha havido uma pequena diminuição no número de estados que

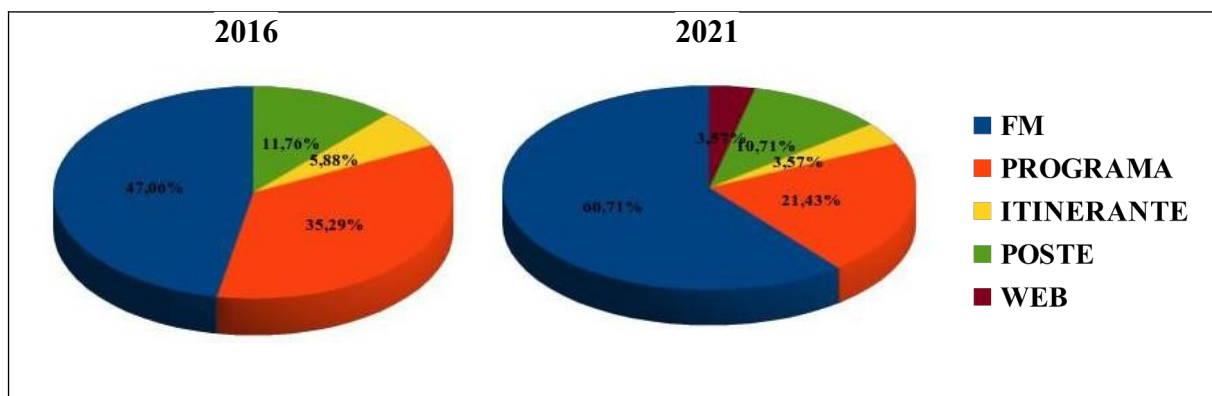
desenvolvem experiências, pode-se reafirmar que há uma intensa atividade radiofônica nas áreas organizadas pelo Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, em âmbito nacional, consolidando-se como uma importante estratégia de comunicação.

4.3.2 Atividades em cada segmento

Em 2016, o MST desenvolvia 34 práticas radiofônicas entre todos os tipos de atividades abordadas na pesquisa naquele momento (FM, programa, poste e itinerante). Atualmente são 27 experiências e, além das quatro mencionadas, há agora também uma rádio *web*. Em ambos momentos, a transmissão em frequência modulada (FM) é apontada, conforme a Figura 9, como o principal segmento radiofônico do MST. Esse tipo de rádio está presente em nove dos 14 estados analisados, totalizando 17 emissoras. Em relação a 2016, percebe-se um discreto aumento no número total de emissoras, que era de 16 presentes em 16 estados no levantamento anterior. Neste intervalo, o MST se inseriu numa nova modalidade, como já dito anteriormente, criando uma rádio *web*. Ao contrário das FM e *web*, que apresentam aumento, os demais segmentos (programas, poste e itinerante) reduziram significativamente o número total de práticas, com destaque para os programas em rádios não conduzidas pelo MST – sejam elas comunitárias, livres, comerciais ou *web* – passando de doze, em 2016, para cinco em 2021. Em relação às rádios poste – que são aquelas instaladas, principalmente, em acampamentos, escolas e centros de formação –, em 2016 eram quatro e hoje são três. Por fim, no segmento itinerantes⁵⁸, apenas uma prática continua em funcionamento (eram duas em 2016), ainda que não esteja sendo utilizada por conta da pandemia de Covid-19, dada a impossibilidade de realização de atividades massivas.

⁵⁸ Utilizadas em atividades como marchas, feiras, jornadas e mobilizações, são denominadas itinerantes pois seus equipamentos são transportados conforme a atividade a ser desenvolvida e podem funcionar tanto como FM, quanto poste.

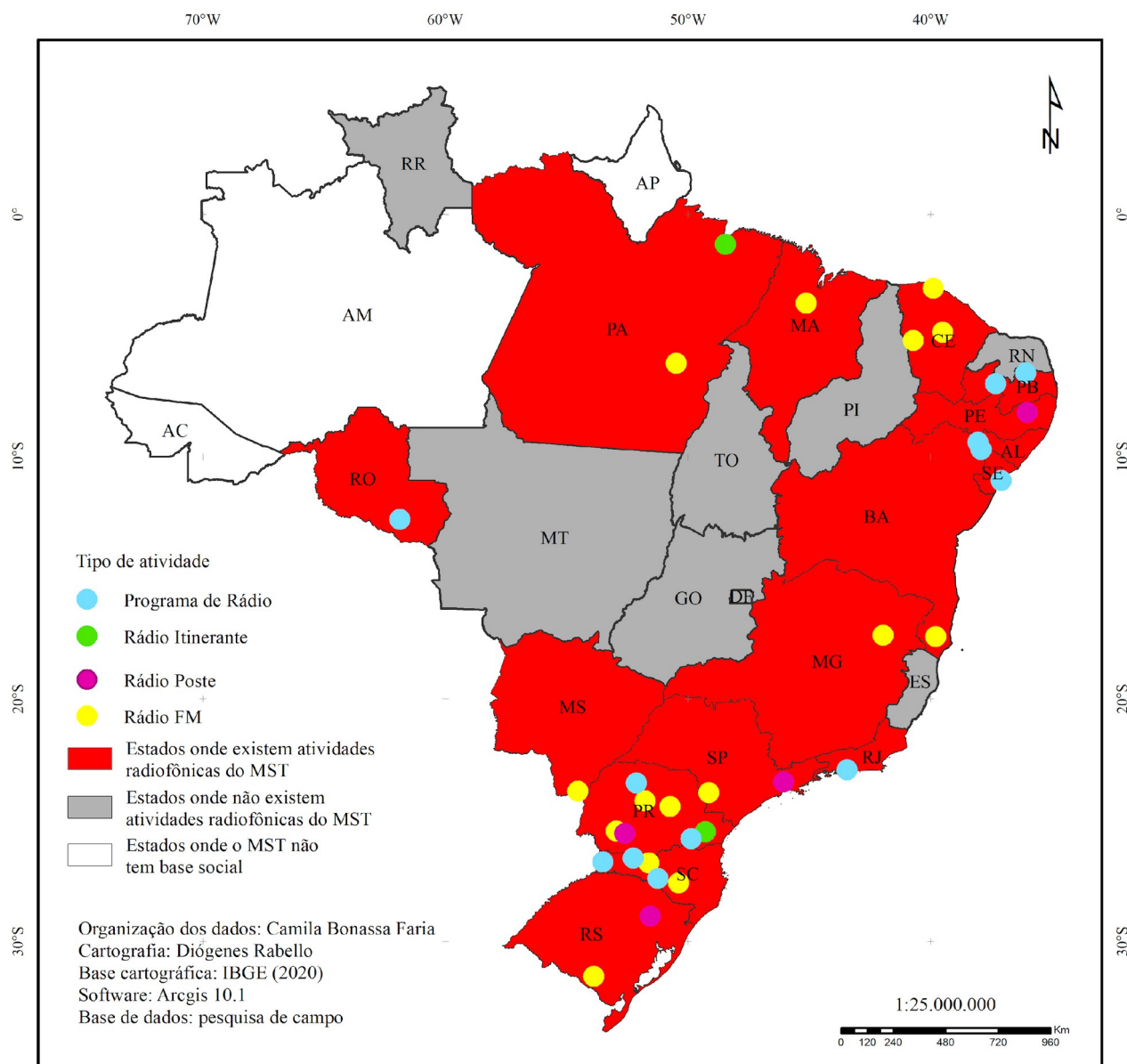
Figura 18 – Tipos de atividades radiofônicas desenvolvidas pelo MST



Fonte: Levantamento de dados (elaborado pela autora com base na pesquisa de campo).

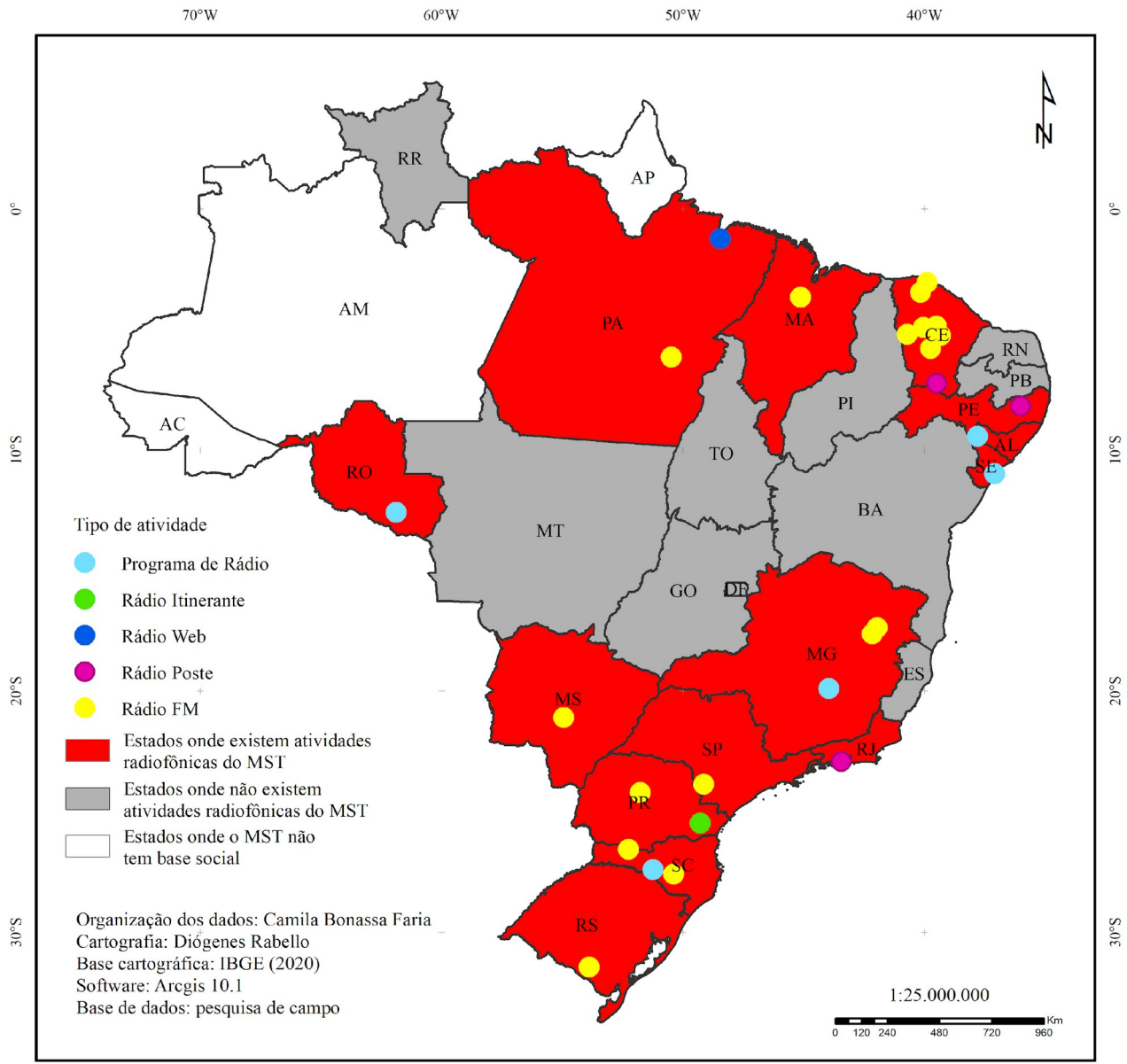
Nos Mapas 3 e 4, bem como na Figura 18, é possível perceber essa movimentação entre os tipos de práticas radiofônicas no intervalo de tempo entre os dois levantamentos. Como já dito, as FMs ainda são o maior segmento desenvolvido pelo MST e, aqui, destaca-se o caso do Estado do Ceará que, de 2016 a 2021, saltou de três para sete emissoras em seus territórios, correspondendo a mais de um terço (41%) das rádios FMs do Movimento Sem Terra.

Mapa 3 – Localização das atividades radiofônicas do MST (2016)



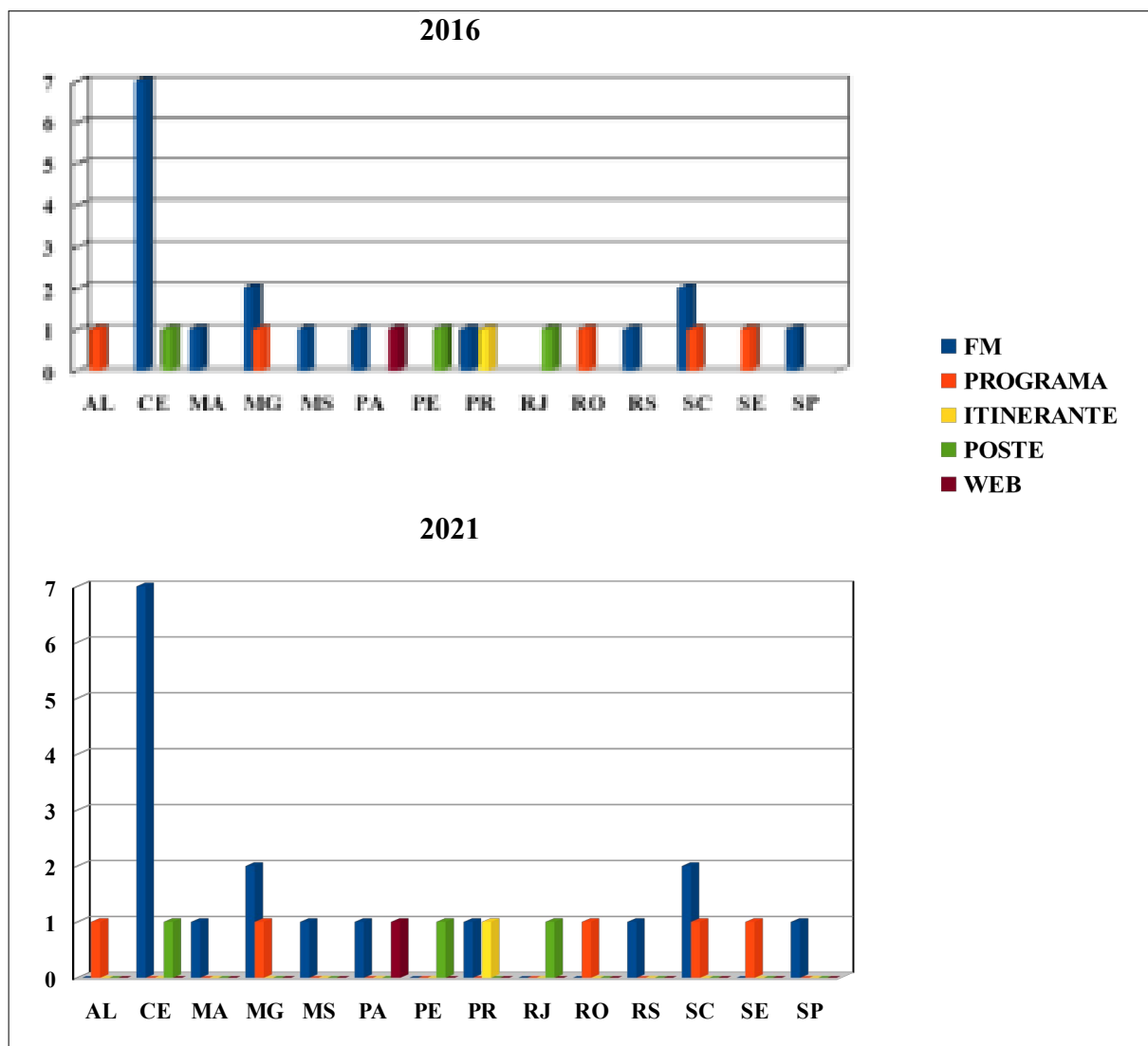
Fonte: Levantamento de dados com base na pesquisa de campo.

Mapa 4 – Localização das atividades radiofônicas do MST (2021)



Fonte: Levantamento de dados com base na pesquisa de campo.

Figura 19 – Tipo de atividade radiofônica por estado



Fonte: Levantamento de dados (elaborado pela autora com base na pesquisa de campo).

4.3.3 Acesso e tipo de conexão à internet

Como pode ser verificado no Figura 19, das 34 experiências desenvolvidas em 2016, em apenas dez não havia acesso à internet⁵⁹, outras 20 indicaram possuir acesso e apenas quatro não souberam informar. Das 16 emissoras FM instaladas em áreas organizadas pelo MST naquele período, oito tinham acesso à internet. Ou seja, 58% das atividades radiofônicas estavam conectadas à rede. Dos 12 programas, também oito possuíam acesso à internet –

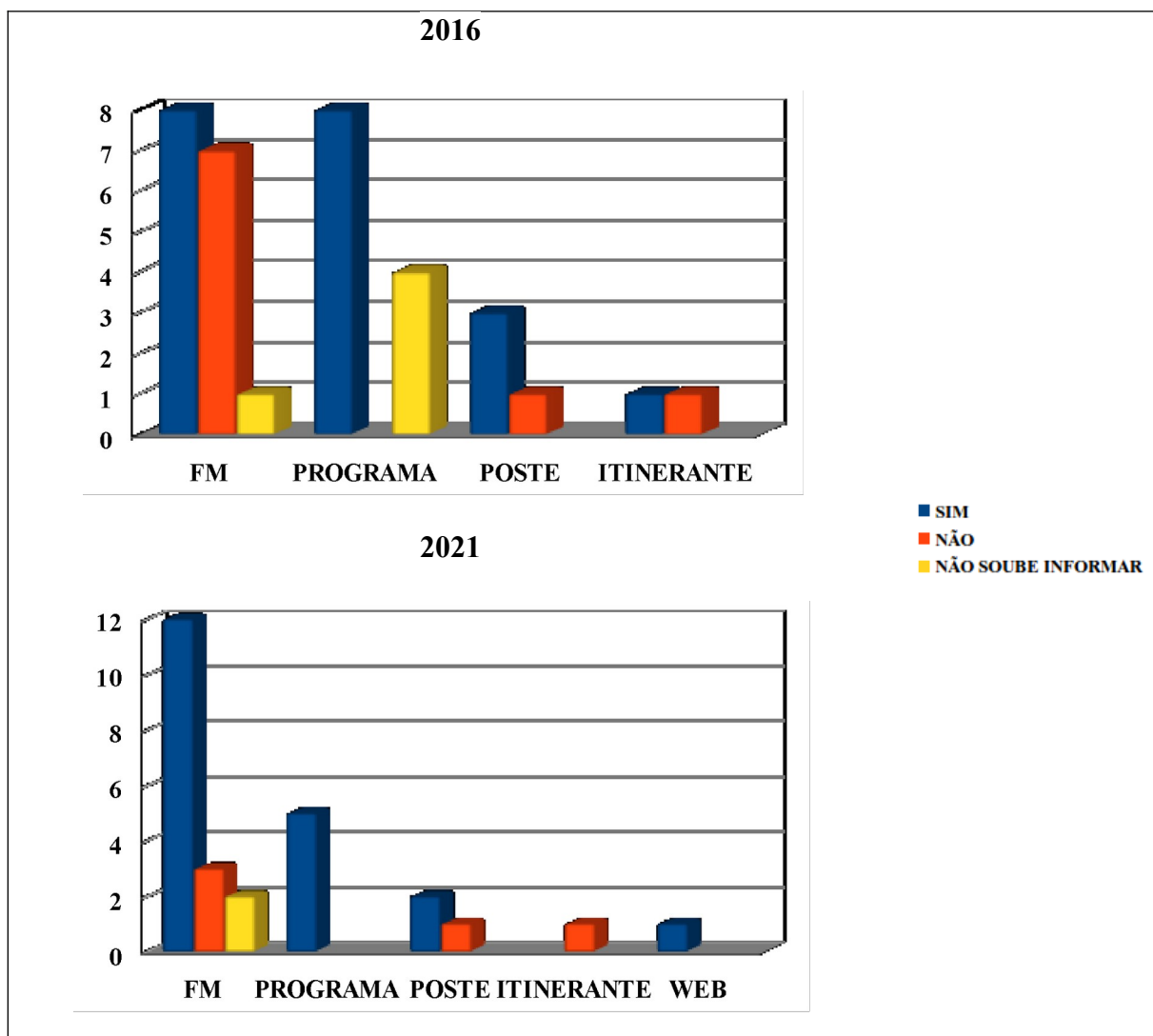
⁵⁹ Esse dado corresponde ao acesso nas dependências da rádio, não significando que em determinados momentos as pessoas envolvidas nos processos não acessem a internet para a busca de informações, por exemplo.

correspondendo a 66% do total dos programas – e quatro não souberam informar. Entre as rádios poste, somente uma não possuía acesso, enquanto as outras três afirmaram acessar a rede. Já entre as itinerantes, uma tinha acesso à internet e outra não⁶⁰. Importante ressaltar que as atividades que não souberam informar se havia acesso à internet eram aquelas desenvolvidas em programas de outras emissoras que não estavam sob coordenação do MST, não havendo gestão da estrutura da rádio por parte dos responsáveis nos estados.

Embora, em relação a 2016, tenha diminuído o montante de experiências em atuação, em termos de percentual aumentou o acesso delas à rede. No levantamento realizado em 2021 (Figura 20), constatou-se, que das 27 práticas existentes, 20 estão conectadas à internet, o que corresponde a 74% do total. O salto quantitativo é facilmente percebido ao observar os dados das FMs, que saltaram de oito para 12, ou seja, 70% das emissoras já contam com internet nas suas dependências. Como observaremos adiante, essa situação está diretamente relacionada à decisão de inserir a rádio nas mídias sociais, bem como de disponibilizar sua programação na rede. Em relação aos programas que vão ao ar em emissoras não vinculadas ao MST, os cinco existentes informaram ter acesso à internet. Hoje, essa é uma condição indispensável às emissoras comerciais, nas quais são transmitidos a maioria desses programas. Entre as demais práticas, duas rádios poste informaram ter acesso e também o segmento *web* indicou possuir conexão com a rede e, vale frisar, que esse é fator determinante para sua existência.

60 Apesar de ser itinerante, a Rádio Voz Camponesa, indicou ter internet pois é instalada durante as Jornadas de Agroecologia realizadas no Paraná e na atividade normalmente há acesso. Com a pandemia, as atividades foram paralisadas.

Figura 20 – Acesso à internet por tipo de atividade



Fonte: Levantamento de dados (elaborado pela autora com base na pesquisa de campo).

Comparando os anos de 2016 e 2021 (Figura 21), há uma mudança significativa em relação ao tipo de conexão existente nas dependências das emissoras. Se em 2016, uma das formas de acesso à internet era via satélite GESAC⁶¹, indicada por três⁶² práticas, hoje essa

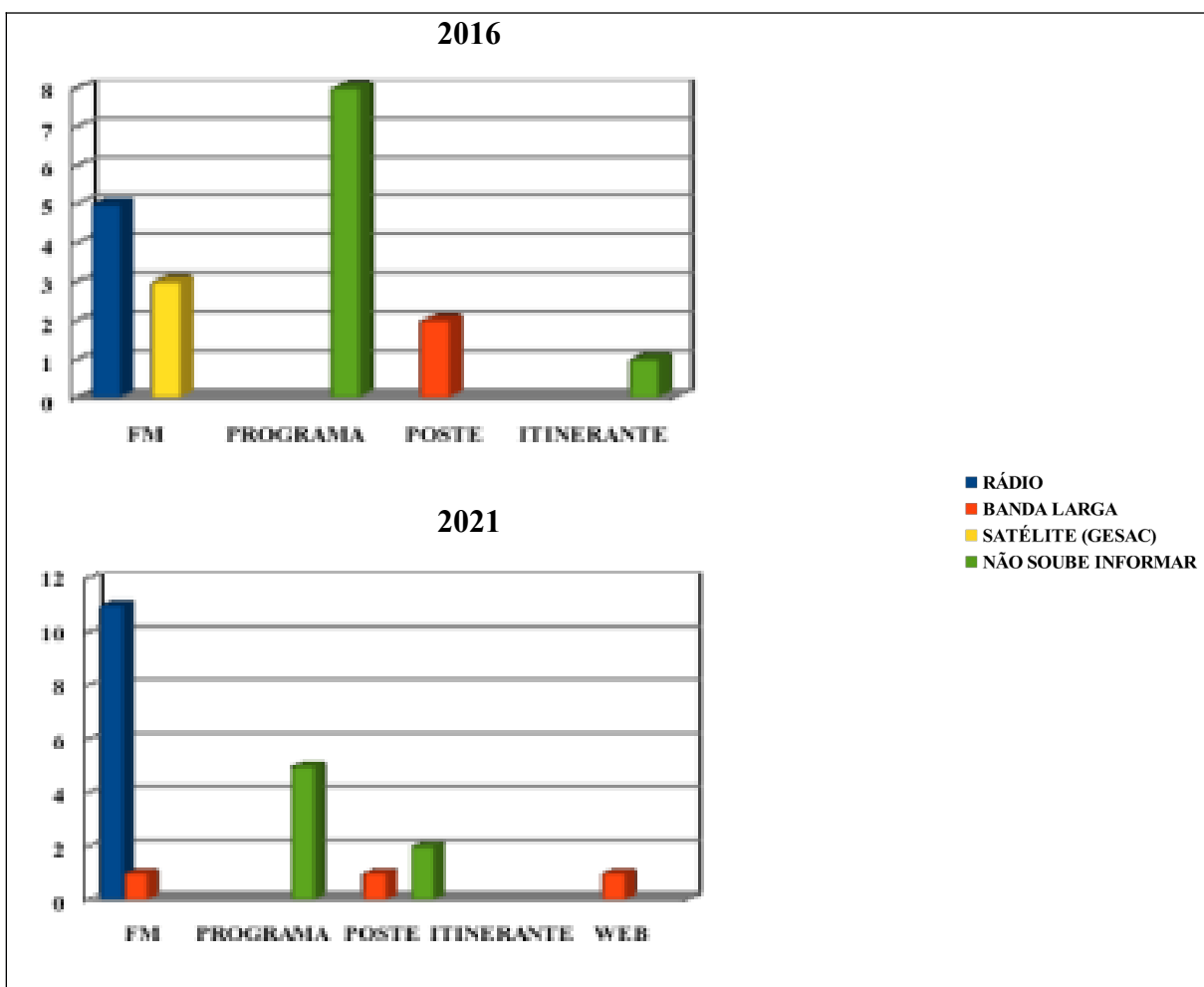
⁶¹ O GESAC – Governo Eletrônico – Serviço de Atendimento ao Cidadão – era um programa do Ministério das Comunicações que oferecia, gratuitamente, conexão à internet em banda larga - por via terrestre e satélite – a telecentros, escolas, unidades de saúde, aldeias indígenas, postos de fronteira e quilombos (BRASIL, [2015]). No caso das rádios, o acesso via GESAC era justificado por essas emissoras estarem vinculadas a um telecentro. Atualmente, com a nova gestão do Ministério das Comunicações, houve alteração no programa, que passou a se chamar Wi-Fi Brasil.

⁶² Esse dado foi revisado durante a segunda fase da pesquisa de campo em 2016 (*in loco*). No período do levantamento dos dados a Rádio Camponesa possuía acesso via GESAC, porém, quando da visita à emissora verificou-se que a conexão havia sido alterada para via rádio. Porém, optou-se por apenas registrar essa informação e não alterar os dados apresentados aqui, uma vez que a sistematização havia sido encerrada antes visita.

possibilidade já não existe mais. Em nenhuma das emissoras a internet é disponibilizada pelo programa do Governo Federal. Aqui não aprofundaremos os motivos pelos quais o serviço não está mais disponibilizado, mas pode-se aventar a hipótese de que tenha a ver com o desmonte do Ministério das Comunicações e das políticas públicas de inclusão digital, implantadas durante os governos Lula e Dilma.

Outra constatação importante é que a internet via rádio é a mais presente nas FM. Das 12 emissoras, apenas uma tem acesso via banda, enquanto as demais se conectam via rádio. Esse tipo de conexão apresenta infraestrutura mais simples do que a fibra ótica, por exemplo, e, por isso, é mais fácil ser implantada nas áreas rurais, uma vez que as empresas de telefonia e internet não têm interesse em melhorar a qualidade dos serviços nesses espaços. Embora, para o consumidor, o custo seja alto, em muitos lugares essa é a única opção para quem quer se conectar à rede mundial de computadores.

Figura 21– Tipo de conexão à internet acessada pelas práticas radiofônicas desenvolvidas pelo MST



Fonte: Levantamento de dados (elaborado pela autora com base na pesquisa de campo).

Nos dois períodos do levantamento, no segmento programas, não foi possível obter informações sobre o tipo de conexão. Como já apontado anteriormente, acredita-se que o alto índice de desconhecimento pode ser devido ao fato de que as rádios nas quais são veiculados os programas, não esta sob responsabilidade do Movimento e, portanto, os comunicadores envolvidos no processo não têm acesso às informações necessárias relacionadas a esta questão.

Levando em conta as informações apresentadas pelas FMs e considerando que, em sua maioria, essas emissoras estão instaladas em áreas de assentamentos, os dados apontam e confirmam a análise feita no capítulo anterior de que no campo o acesso à internet ainda é muito difícil e, quando possível, se dá via rádio, que não é uma conexão muito estável e também não permite um grande fluxo de dados. No entanto, ainda que com limites, é a que mais possibilita o acesso ao mundo virtual e à interatividade das emissoras.

4.3.4 Rádios e mídias sociais

Com base no panorama de acesso e conexão à internet, passaremos agora a analisar a presença das emissoras na rede, começando pela criação de perfil, páginas e realização de transmissões ao vivo. De acordo com Raquel Recuero, perfis são conversações nas mídias sociais e não podem ser analisados como elementos estáticos.

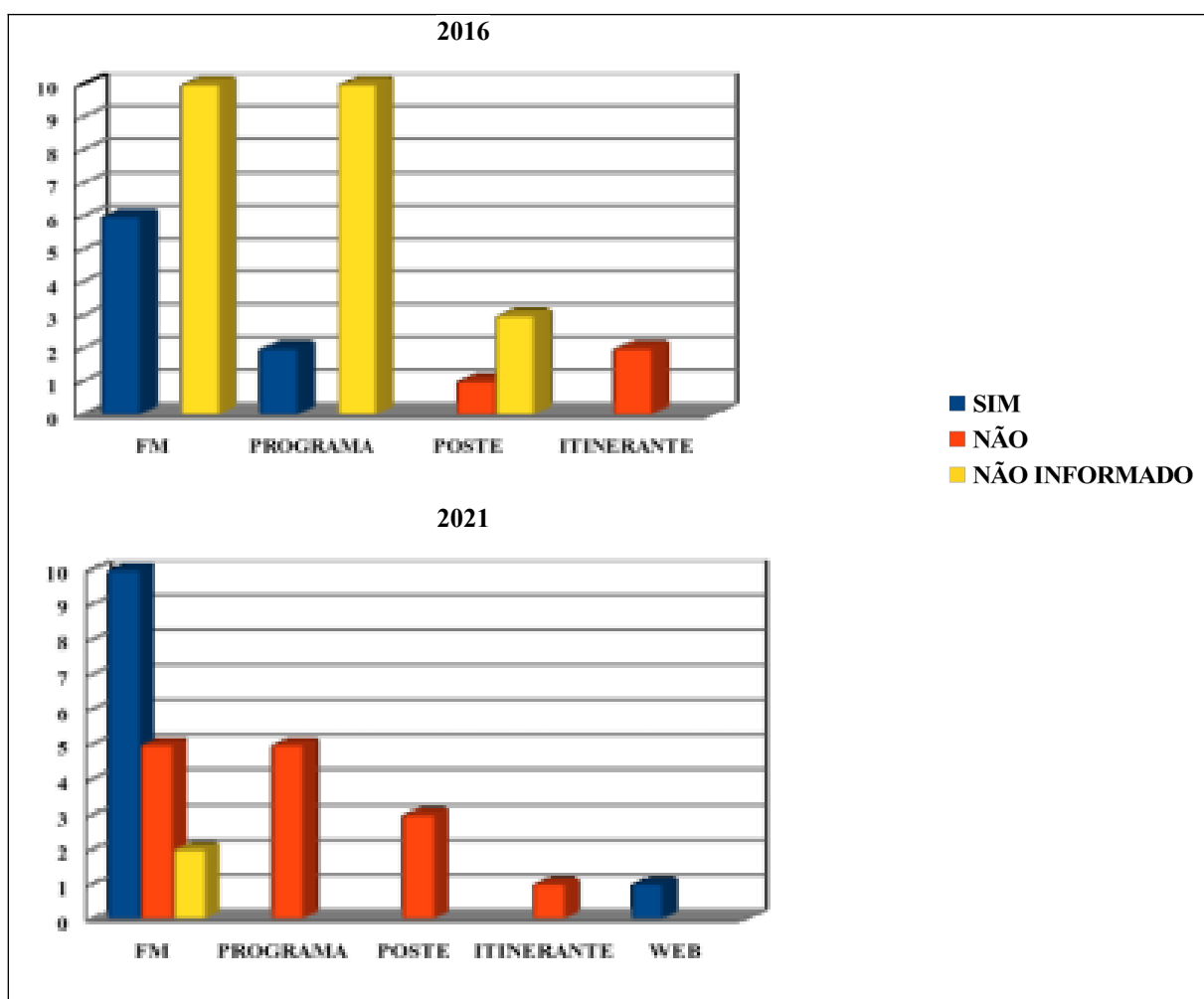
São representações dinâmicas, coletivas e individuais, construídas para audiências invisíveis e imaginadas pelos atores, numa relação dialógica com as percepções e expressões dos outros atores (por exemplo, através de testemunhos, recados e mensagens). Esses diálogos auxiliam essa construção, contextualizando a interação e constituindo os atores das conversações. Podemos dizer que são construídos e adaptados através das trocas construídas com outros atores, dos valores que são negociados e dos sentidos que se deseja construir. Esses perfis, portanto, constituem enunciados que focam a questão básica da identidade dos atores. (Recuero , 2012, p. 142).

Como pode ser verificado na Figura 22, das 27 práticas radiofônicas desenvolvidas em âmbito nacional, 11 possuem perfil ou página em alguma mídia social, apresentando um pequeno aumento em relação à 2016, quando apenas oito possuíam perfil. Um dado relevante é apresentado em relação às emissoras FMs. Se, em 2016, apenas seis possuíam algum perfil, atualmente são dez entre as 17 existentes. Se o aumento no número de emissoras é pequeno em relação aos dois períodos (apenas uma a mais em 2021), já o percentual das rádios que

possuem perfil ou página em mídia social é bem significativo: 37% em 2016 e 59% em 2021. No próximo capítulo aprofundaremos a análise a partir da experiência da Rádio Camponesa, mas os dados apresentados apontam que cada vez mais é crucial para as rádios buscarem formas de se conectar com os ouvintes (e seguidores) para além do *dial* e as mídias sociais são um caminho.

Situação oposta é verificada em relação aos programas. Dos cinco existentes atualmente, nenhum deles possui perfil em mídia social. Em 2016, dois programas haviam indicado ter perfil e os dois já não estão mais no ar. Em relação às rádios poste, tanto em 2016 quanto em 2021, não se verificou existência de perfil ou página e as itinerantes informaram não possuir. A rádio web apresentada a partir do segundo momento do levantamento afirmou ter uma página em mídia social.

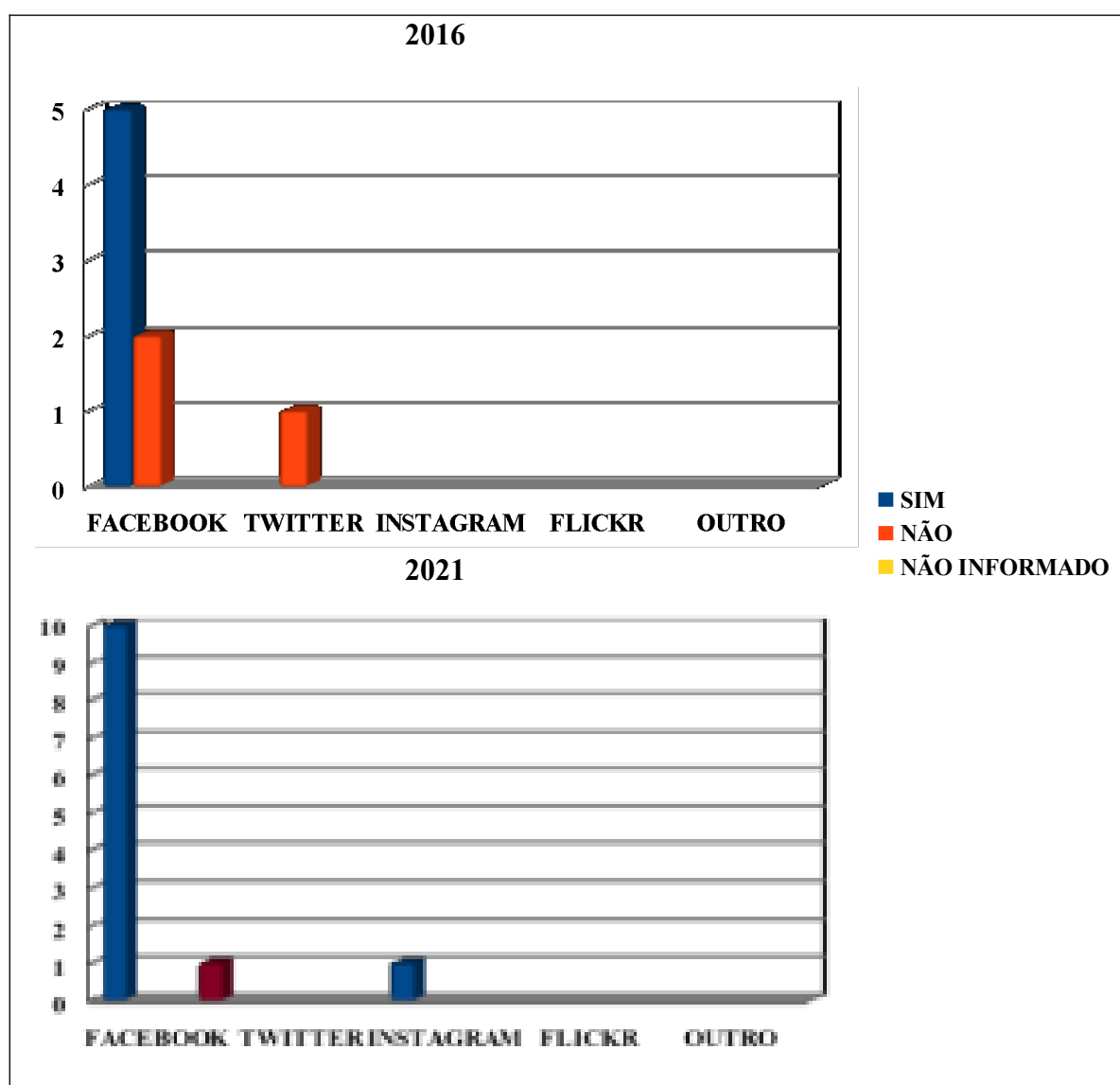
Figura 22 – Existência de perfil em mídia social por tipo de atividade



Fonte: Levantamento de dados (elaborado pela autora com base na pesquisa de campo).

Ao analisar os dados referentes à existência de perfil em mídia social, percebe-se uma certa fragilidade apresentada pelo formulário base do levantamento em 2016 (APÊNDICE A). Na questão “A rádio tem perfil/página em alguma rede social?” não há a opção “não”, sendo apresentadas somente as possibilidades *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Flickr* e *Outro*. Sendo assim, ao não indicar nenhuma das opções, a plataforma direciona a resposta para “não informado”. No caso do programa que indicou não saber informar a existência de perfil, a resposta foi preenchida no campo “Outro”. Para a segunda fase do levantamento tentou-se corrigir este problema, mas acreditamos que essas fragilidades prejudicam uma análise mais profunda e concreta acerca do tema.

Figura 23 – Perfil em mídia social por tipo de atividade



Fonte: Levantamento de dados (elaborado pela autora com base na pesquisa de campo).

Como se pode verificar na Figura 23, atualmente o *Facebook* é a principal mídia social utilizada pelas práticas radiofônicas do MST. Das dez emissoras FM que afirmaram possuir perfil, todas apontaram a empresa estadunidense como a plataforma escolhida. Entre essas dez, uma também tem conta no *Instagram*⁶³. Entre as demais práticas, apenas a *web* tem perfil em mídia social e também é no *Facebook*. Em 2016, eram seis FMs e dois programas com perfil nessa mesma mídia; e entre esses últimos, havia um que também possuía conta no *Twitter*.⁶⁴

As rádios pesquisadas entram nas estatísticas que apontam o *Facebook* ainda como a mídia social mais utilizada pelos brasileiros e brasileiras, seguindo a tendência mundial, apesar do surgimento e crescimento de outros aplicativos e dos recentes escândalos envolvendo a empresa de Mark Zuckerberg⁶⁵. “A plataforma segue sendo a mais utilizada em todo o mundo, com mais de 2,7 bilhões de contas ativas. Dessas, 130 milhões são brasileiras” (Salgado, 2021). O *Facebook*, agora com o nome de Meta, é hoje o maior conglomerado de mídias sociais do planeta, englobando, entre outros, *Instagram*, *WhatsApp* e *Messenger*.

Salientamos que o uso do *Facebook*, assim como das demais plataformas, coloca para os movimentos sociais o desafio de equilibrar a balança entre o emprego, cada vez mais inevitável, das mídias sociais no seu cotidiano comunicativo e o cuidado, imprescindível, ao

63 Criado nos Estados Unidos em 2010, o *Instagram* permite o compartilhamento de fotos e vídeos, bem como a integração com outros aplicativos. Em 2012 foi vendido para o *Facebook* por cerca de um bilhão de dólares. Possui mais de um bilhão de usuários ativos no mundo. O Brasil é o 2º país em número de usuários (atrás somente dos Estados Unidos), somando 110 milhões de contas. É a quarta mídia social mais usada no país, ficando atrás do *Facebook*, *Youtube* e *WhatsApp* (D'angelo, 2021; Volpato, 2021).

64 Nasceu em 2006 para ser um '*micro blog*' – ou seja, um *blog* em que o usuário poderia colocar apenas um pequeno número de caracteres (140) por postagem. Depois foi incorporando funções que o tornam hoje uma das principais mídias sociais contemporâneas. No segundo trimestre de 2021 somava 211 milhões de usuários ativos em todo o mundo; no Brasil são 17 milhões (Barreto, 2014, P. 195; Andrion, 2021; Volpato, 2021).

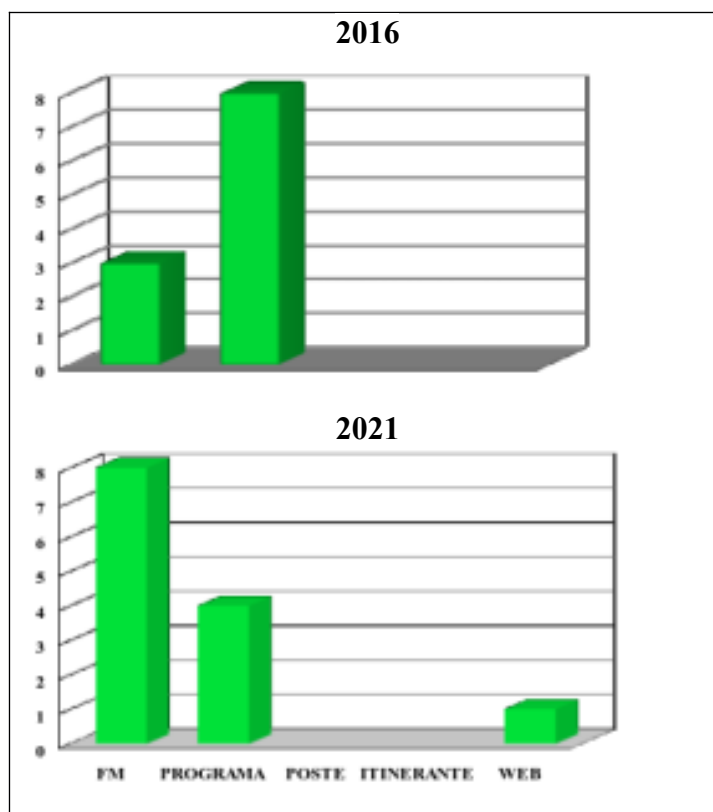
65 Criado em 2004, por Mark Zuckerberg junto a dois amigos, como uma rede voltada para estudantes da Universidade de Harvard (Estados Unidos), o *Facebook* tem sua história marcada por polêmicas, escândalos e questionamentos éticos. Entre elas, a mais conhecida está relacionada ao uso da plataforma para a pulverização de *fake news* durante as eleições presidenciais nos Estados Unidos, em 2016, das quais Donald Trump saiu vitorioso. Mais tarde, em 2018, o escândalo da *Cambridge Analytica* revelou que informações de mais de 50 milhões de pessoas foram utilizadas sem consentimento para o disparo de propaganda política. Mais recentemente, no início de outubro deste ano, vazaram informações de que dados de cerca de 1,5 bilhão de usuários de aplicativos (entre eles *Facebook*, *Instagram* e *WhatsApp*) poderiam estar sendo ilegalmente comercializados no mercado de hackers. Na mesma semana, um dia depois do *Facebook* ter ficado fora do ar em boa parte do mundo, uma ex-funcionária da empresa foi ao Senado estadunidense denunciar “que a companhia prioriza o ‘crescimento em detrimento da segurança’ - seja na proteção aos princípios democráticos ou no cuidado com a saúde mental de adolescentes” (6 Controvérsias..., 2021; Dados..., 2021).

compartilhar informações nesses espaços dominados pelos algoritmos em função do capital.

4.3.5 Transmissão via internet

A pesquisa aponta que das 17 emissoras FM em funcionamento, oito delas têm sua programação transmitida integralmente pela rede mundial de computadores, seja através de página virtual, plataforma específica para rádios e/ou aplicativo. Aqui se constata um salto considerável em relação à 2016, quando apenas três rádios transmitiam a programação. Já entre os programas veiculados em rádios não organizadas pelo MST verifica-se que a totalidade disponibiliza seu conteúdo na internet, tanto no último levantamento feito em 2021, quanto no anterior realizado em 2016. Essa realidade, possivelmente, está relacionada ao fato de as rádios, nas quais os programas são veiculados (em sua maioria rádios comerciais), disponibilizarem toda a sua programação na rede e os programas do MST se inserem nesse contexto. Por fim, a rádio *web* surgida na segunda fase do levantamento não só está na rede, como essa é condição fundamental para a sua existência.

Figura 24 – Programação transmitida via internet (por tipo de atividade)



Fonte: Levantamento de dados (elaborado pela autora com base na pesquisa de campo).

Portanto, conforme se pode verificar na Figura 24, das 27 práticas radiofônicas desenvolvidas pelo MST, 12 (44%) podem ser ouvidas também através da *web*, pressupondo, assim, um aspecto importante no processo de territorialização do MST. Essa hipótese será retomada no capítulo final da dissertação.

Ainda que os dados colhidos e analisados neste capítulo tenham o intuito de apresentar um diagnóstico quantitativo das práticas radiofônicas do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, é possível, a partir das informações levantadas, elencar algumas questões consideradas relevantes para contribuir com a continuidade da pesquisa.

Transpor os limites das ondas eletromagnéticas e adentrar o universo virtual se aponta como uma realidade às emissoras e programas do Movimento Sem Terra. Porém, em meio à internet dominada pelos monopólios digitais – onde é mais visto quem paga impulsionamento, dificultando o acesso aos conteúdos produzidos –, é preciso ter consciência da intencionalidade dessa ação, como pondera Giannotti (2014).

[...] todo esse arsenal de armas só vai ter utilidade se for usado por um pelotão ou exército de militantes conscientes e organizados em torno de um projeto político construído coletivamente. Militantes de sindicato, partidos e mil movimentos sociais de esquerda que, sem ilusões, se disponham a travar a grande e histórica batalha da disputa de hegemonia, até firmar sua supremacia na nova sociedade a ser construída. (Giannotti, 2014, p. 200).

Nos parágrafos finais do livro “Agronegócio e Indústria Cultural”, Ana Manuela Chã (2018) faz uma reflexão que pode ser absorvida também como um desafio e tarefa pelas rádios do MST.

A atuação articulada do capital no campo nas esferas da economia, política e cultura tem efeitos devastadores não só a curto prazo, como também para as futuras gerações. Por isso, é urgente fortalecer a luta no plano da batalha das ideias e da formação cultural e humana, ao mesmo tempo em que se tomam para a reforma agrária as terras do latifúndio que não cumprem a função social, fortalecendo modelos contra-hegemônicos, como a agroecologia, a cooperação agrícola e as agroindústrias sob controle dos trabalhadores e trabalhadoras para produção de alimentos saudáveis, tendo em vista uma perspectiva de transformação social. (Chã, 2018, p. 185-186).

Expandir o alcance da voz da Organização é essencial neste enfrentamento. É preciso fortalecer as experiências e possibilitar a criação de novas rádios e programas, além de inseri-las no mundo da internet e, para isso, é fundamental entender as diferentes realidades das áreas de Reforma Agrária. A análise dos dados e informações fornecidas pelos estados apontam que não basta saber quantas rádios e quais práticas radiofônicas o MST desenvolve.

Para contribuir na tarefa política posta às emissoras é vital conhecer as distintas formas de organização dos assentamentos e a correlação de forças locais para seguir o trabalho com as rádios. Mesmo diante de todas as dificuldades técnicas e burocráticas para funcionar uma rádio no campo, essas emissoras, especialmente as FMs, optaram por romper as cercas do latifúndio do ar e engrossar as fileiras da luta pela democratização da comunicação. Essa constatação aponta ao MST uma responsabilidade muito grande. A divulgação das informações e dados deve realizar-se de forma cautelosa, dada a delicadeza da situação e a relação de confiança estabelecida para a efetivação desse levantamento.

Sendo assim, e para dar sequência à investigação, partimos para o estudo de caso realizado a partir da experiência da Rádio Camponesa, localizada no município de Crateús, estado do Ceará. Os elementos, dados e resultados da pesquisa de campo são apresentados no capítulo a seguir.

5 O USO DA INTERNET NAS PRÁTICAS RADIOFÔNICAS DO MST: O CASO DA RÁDIO CAMPONESA FM (CE)

A Camponesa faz seis anos/Que veio para mostrar/Que trabalhador rural/Pode se comunicar/Através das ondas sonoras/Seus ideais expressar./A rádio é comunitária/E a gente pode falar/De um jeito bem diferente/Do que costumamos escutar/Para valer o direito/Do povo se informar. (Rodrigues, 2017).

O Ceará, localizado no nordeste brasileiro, possui, de acordo com o último Censo Demográfico, realizado em 2010, uma população de 8.452.381 habitantes⁶⁶, dos quais 2.105.824 (24,91%) vivem no campo (IBGE, [2021a]). O Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra chegou ao estado no ano de 1989. Na madrugada de fincou bandeira em um dos maiores latifúndios do Ceará: a fazenda Reunidas São Joaquim, entre os municípios de Madalena, Quixeramobim e Boa Viagem.

Assim, no dia 25 de maio de 1989, aconteceu a primeira ocupação do MST, no Estado do Ceará, com aproximadamente 450 famílias, oriundas dos municípios de Madalena, Quixadá, Quixeramobim, Canindé, Choró Limão e Itapiúna, na Fazenda Reunidas São Joaquim, abrangendo uma área de 22.992,498 hectares, o maior latifúndio ocupado no Brasil no período. Terras que se tornaram improdutivas após a grilagem que se estendia por toda região, de propriedade de Wicar Parente de Paula Pessoa, conhecido como General Wicar pelos moradores. Neste latifúndio residiam 100 famílias na condição de moradores, que se submetiam a todo tipo de exploração. (PPP, 2010, p. 4 *apud* Simplicio, 2011, p. 83).

Com a intensidade e contundência da luta, menos de um mês depois, em 9 de junho, foi assinada a imissão de posse da área dando início ao processo de assentamento das famílias (Simplicio, 2011, p. 83). É no Assentamento 25 de Maio que está instalada a primeira rádio FM do MST no Ceará: a Rádio 25 de Maio.

Passados quase 32 anos, cerca de 10 mil famílias constroem suas vidas nos 264 assentamentos de Reforma Agrária vinculados ao MST no estado⁶⁷. Dentre esses está o Assentamento Palmares, localizado no município de Crateús, região do Sertão dos Inhamus.

As práticas radiofônicas do MST no estado do Ceará não surgiram com a instalação de emissoras FM nos assentamentos. De acordo com informações fornecidas pelo Setor Estadual de Comunicação do Movimento, antes das rádios existiram programas em outras emissoras.

⁶⁶ Em 2021 a estimativa é que o estado tenha 9.240.580 habitantes.

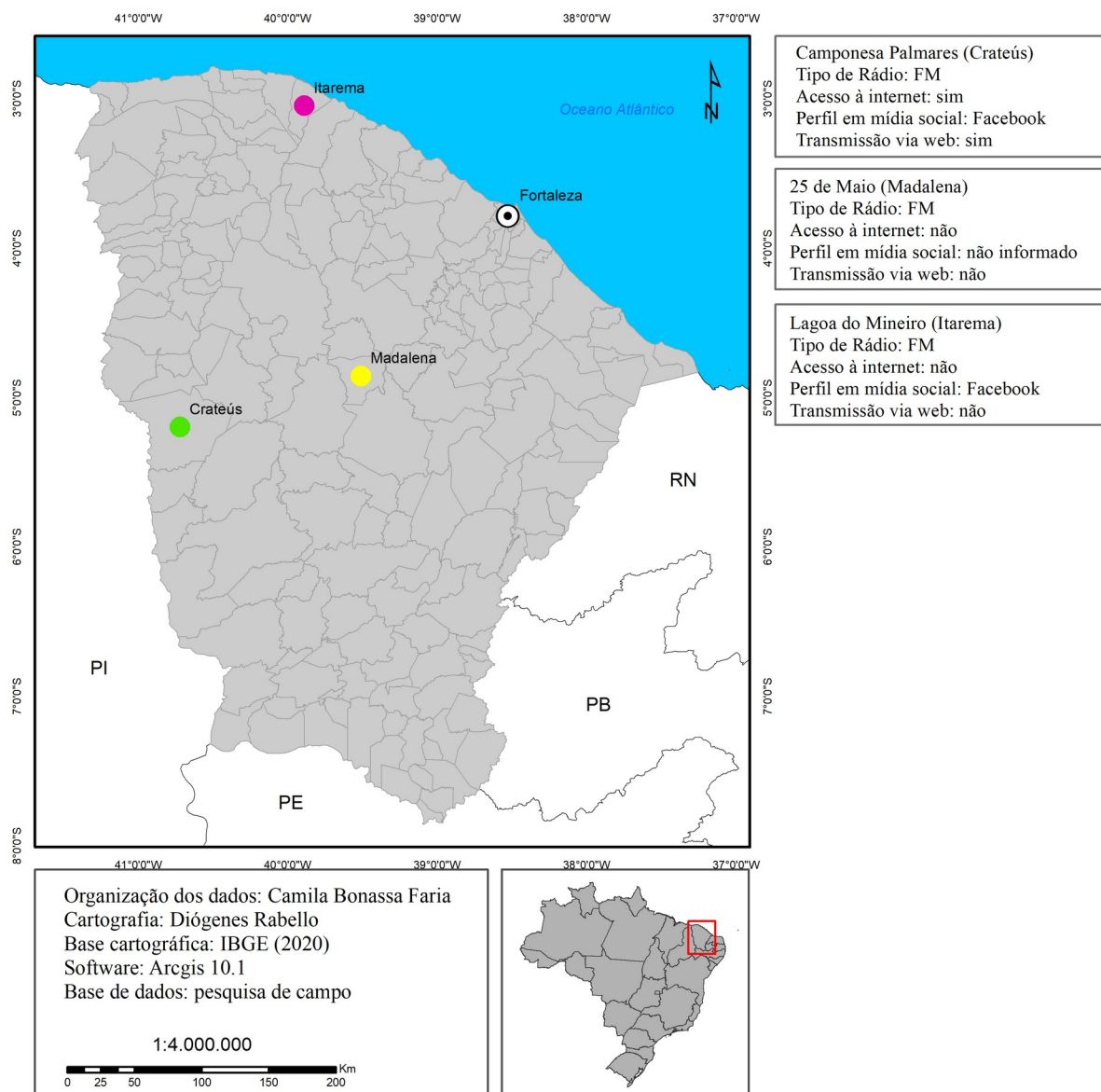
⁶⁷ De acordo com informações fornecidas pela Direção Estadual do MST/CE, existem no estado 1.177 assentamentos, dos quais, 424 são federais e 753 estaduais. Desse total, apenas 264 – localizados em 64 municípios - têm vínculo orgânico e acompanhamento por parte do Movimento. Além disso, existem duas mil famílias acampadas na luta pela terra no estado.

Durante a década de 1990, foram ao ar três programas em municípios distintos: um na Rádio São Francisco (Canindé), outro na Rádio Progresso (Santa Quitéria) e um outro programa numa rádio instalada no Assentamento Maceió (Itapipoca), que na época não era coordenado pelo MST. Nenhum dos três está atualmente no ar. José Ricardo Basílio da Silva, da Direção Estadual do MST/CE e membro do Coletivo Nacional de Formação do MST relembra o papel de um dos programas naquele momento de construção do Movimento Sem Terra no estado.

[...] logo no início da década de 90, a gente vai ter um programa de rádio chamado “A voz do trabalhador”. O MST vai centrar suas ocupações no sertão central... no primeiro momento, a gente sai de Madalena, na Reunidas São Joaquim, e logo depois a gente vai ocupar no centro do município de Canindé. E logo com isso, com a parceria com a igreja aqui de São Francisco, da Teologia da Libertação, a gente vai logo de imediato construir um programa de rádio que passou a ser conhecido como “Programa A voz do trabalhador”, que foi também esse porta-voz durante muitos anos. Primeiro, se não me engano, com horário pela manhã bem cedinho, tinha um programa, depois a gente passou para um horário à noite, mas sempre nessa intenção de poder dialogar, de poder transmitir as informações sobre o MST, sobre a conjuntura, sobre as questões no município, dado que o município de Canindé hoje é um dos municípios que mais têm assentamento no país, muito concentrado na região do Sertão Central aqui no nosso Estado do Ceará. (Silva, 2021).

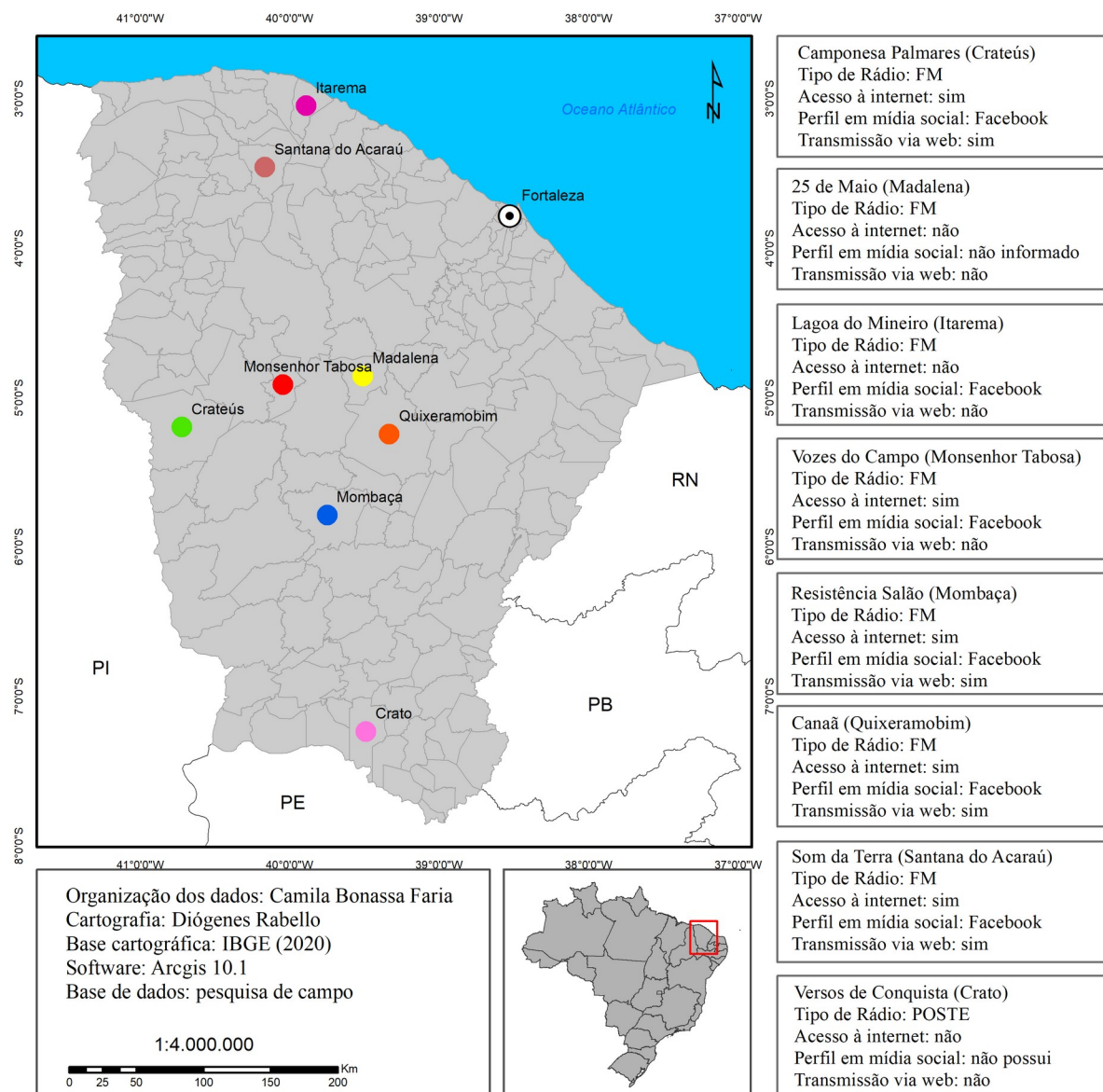
O levantamento das práticas radiofônicas do MST, apresentado no capítulo anterior, indicou que, atualmente, no Ceará existem sete rádios FM instaladas em assentamentos, além de uma rádio poste. É um salto considerável em relação a 2016, quando eram apenas três emissoras FM, conforme pode ser observado nos Mapas 5 e 6.

Mapa 5 – Territorialização das rádios do MST no Ceará por tipo de atividade (2016)



Fonte: Levantamento de dados com base na pesquisa de campo.

Mapa 6 – Territorialização das rádios do MST no Ceará por tipo de atividade (2021)



Fonte: Levantamento de dados com base na pesquisa de campo.

Este novo cenário é fruto da compreensão coletiva sobre a função de uma rádio popular na disputa contra-hegemônica, no fortalecimento da luta e na própria organicidade do MST. De acordo com Geni Santos, da Direção Nacional do MST pelo estado do Ceará, para se contrapor às mídias hegemônicas e apresentar à sociedade “pautas positivas” em relação ao MST, é preciso construir sua própria comunicação e as rádios instaladas nos assentamentos, se inserem nesse contexto.

Acreditamos que é necessário nos comunicarmos com a sociedade e com a nossa base, e é impressionante como a rádio ainda é um meio de comunicação muito usado, principalmente com a nossa base. O MST é vítima de muitos ataques, muitas vezes criminosos, contra nossa luta,

tentando criar uma imagem negativa do movimento e buscando colocar a sociedade contra a nossa causa. [...] Compreendemos que nossa comunicação e nossas rádios têm que ser fruto de processo de construção coletiva, para isso precisamos ocupar o latifúndio do ar e fizemos isso no Ceará. Ocupamos, e levamos nossa voz, nossa poesia, nossos sonhos, nossa luta para milhares de pessoas. Buscando conquistar mentes e corações para nossa luta. [...] A decisão de construir rádios nos assentamentos é uma decisão política. Isso tem que ser compreendido e assumido pela coletividade do MST, tendo clareza que é uma ocupação, que exige cuidados, formação, dedicação, enfrentamentos. Mas, topamos o desafio e fomos à luta construindo rádios, construindo coletivos locais para assumir essas rádios, trabalhando formação, construindo autossustentação das rádios. (Sousa, 2021).

Como já visto no capítulo anterior, expandir o alcance para além do *dial*, mais do que um desafio, no Ceará já pode ser encarado como uma realidade. Portanto, dando continuidade a esta pesquisa, passamos a analisar e discutir a utilização e apropriação que o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra faz da internet e das mídias sociais nas práticas radiofônicas que desenvolve. Para isso, e a partir do levantamento feito em âmbito nacional, decidiu-se por realizar o estudo de caso a partir da experiência da Rádio Camponesa FM 95,7, localizada no Assentamento Palmares. Tal escolha justifica-se por esta apresentar um leque maior de possibilidades para a análise em consonância com a proposta geral do estudo, pois possui acesso à internet, *fanpage* em mídia social e transmite a programação integralmente na rede mundial de computadores.

5.1 O Assentamento Palmares

De acordo com os dados apurados no Censo Demográfico de 2010, a população de Crateús é de 72.812 habitantes⁶⁸. Desse total, 20.168 (27,7%) vivem no campo. É uma porcentagem expressiva se comparada à população rural em nível nacional, que é de menos de 10%. (IBGE, [2021b]).

A base econômica de Crateús é a produção agrícola familiar. Por ser uma região muito seca, a produção é concentrada no período de março a junho, durante o inverno, quando ocorrem as chuvas. Milho, feijão e mandioca (para farinha) estão entre as principais culturas. Os agricultores também têm os chamados quintais produtivos, que são utilizados basicamente para produzir hortaliças, leguminosas e frutas para o autoconsumo. Além disso, também há criações de pequenos animais, como caprinos e ovinos, justamente por serem mais resistentes à seca. A comercialização é feita, principalmente, a partir de atravessadores que compram os

⁶⁸ Atualmente a população estimada é de 75.241 habitantes.

animais vivos, mas também é muito comum o abate para venda nas próprias comunidades. De Crateús também saem muitos trabalhadores e trabalhadoras para as colheitas sazonais, especialmente para o corte de cana-de-açúcar no interior de São Paulo. É nesse contexto que se insere o Assentamento Palmares.

Em muitos acampamentos surgidos, especialmente na primeira década do MST, as famílias contavam com o apoio e contribuição de outros setores da sociedade, como as igrejas e sindicatos, por exemplo. A história do Assentamento Palmares não foi diferente. Algumas famílias já vinham da articulação das Comunidades Eclesiais de Base (CEB's) e de sindicatos de trabalhadores rurais e, nesses espaços, despertaram a consciência para a luta e começaram a se organizar, como Francisquinha Rodrigues, hoje assentada.

E foi quando nós soubemos que existia um movimento em nível nacional que chegava nas fazendas e que conseguia colocar o povo. E assim a gente ficou com vontade de descobrir, de conhecer, de falar com esse movimento. Quem é esse movimento? Como é de fato essa história?. (O semiárido..., 2016).

A primeira ocupação foi em 1991, em Nova Russas (hoje chamado Ararendá). Logo foi emitida a reintegração de posse e as famílias negociaram a saída da área. De lá foram para um parque de exposição no município para aguardar uma nova decisão por parte do governo. As famílias foram levadas, então, para uma área que o governo havia comprado numa região de serra. Mas a terra não era propícia para a produção e o assentamento foi inviabilizado. As famílias decidiram, portanto, se mudar para outra área e seguir a luta pela terra. E foi assim que, em 28 de dezembro de 1993, chegaram a Crateús e entraram na fazenda Serrote, concretizando a primeira ocupação de terras da região, como aponta Cisinho Pinto, hoje assentado no Palmares.

[...] foi a primeira ocupação nessa região. Então por ninguém ter conhecimento dessa questão social da terra, então todo mundo aqui na região começou a chamar a gente de ladrão porque a gente tinha entrado numa terra que não era nossa. Às vezes, tinha gente, que de tanto ouvir isso ficava até tímido, que ficava até com medo de seguir. A pressão de fora era tanta que até os companheiros que estavam dentro às vezes se envergonhavam de ser um cara que tava lutando pela terra. (Rodrigues *et al.*, 2016).

Desde o início, e durante os mais de dois anos de acampamento, as famílias enfrentaram muitas dificuldades e resistências por parte da sociedade de modo geral. Além da incerteza da conquista da terra, havia também o enfrentamento com os poderes Judiciário e Legislativo e com a imprensa local, como conta Cisinho. “Na época a Câmara tinha 11 vereadores e só dois eram a favor. As rádios eram todas contra, chamando a gente de

invasores. Tivemos ataques de milícias que amedrontavam e tentavam tirar as famílias” (Rodrigues *et al.*, 2016). Mas as famílias sabiam porque estavam lutando e isso dava força para enfrentar as adversidades. De acordo com o assentado Antônio Gomes,

[...] os distritos que tem aqui vizinhos, todos eles eram contrários a gente. A gente não tinha ocupado para brigar. A gente tinha ocupado com a esperança. O que a gente tinha de plano era ocupar com a esperança de um dia ganhar a terra e ficar todo mundo tranquilo. O sonho da gente era ter essa terra em mãos para ficar trabalhando, ficar criando, ficar recebendo o pessoal de fora. Tudo isso era o sonho da gente. (Rádio..., 2017).

Todavia, famílias também encontraram apoio para seguir na luta. No caso de Crateús, havia um apoio muito forte do bispo Dom Fragoso⁶⁹. De acordo com a assentada Francisquinha Rodrigues, o bispo já tinha um histórico de “trabalho junto com os trabalhadores e trabalhadoras que viviam em situação de exploração nas fazendas da região” (Rodrigues *et al.*, 2016). Além disso, os acampados e acampadas receberam muita solidariedade internacional através de grupos que apoiavam a luta pela terra no Brasil realizando atividades em diversos países, como Alemanha, Holanda e França. Toda essa ajuda contribuiu também para efetivar a conquista da terra. A imissão de posse saiu em 1995.

O nome Palmares também foi decisão e conquista das famílias. A nomeação de um acampamento ou assentamento traz identidade para a luta coletiva. Substituir o nome de uma fazenda por um outro escolhido pelas famílias reforça a simbologia da transformação da propriedade privada em um bem coletivo, como conta o assentado Antônio Gomes.

A gente já tinha planos de mudar o nome [...]. Mesmo no acampamento a gente fazia reunião e já era com [esse] plano. Quando a gente resolveu mudar teve diversos nomes. Era uma base de cinco nomes, aí teve até o irmão Domingos que disse: ‘rapaz, a nossa comparação parece com aquela de Zumbi dos Palmares. Por que a gente não coloca o nome de Palmares?’. Aí foi combinado com todo mundo do acampamento. A gente combinou [com] todo mundo e mudou o nome. E foi uma coisa que pegou tão bem que isso aqui era uma fazenda [de aproximadamente] uns dois séculos por aí, num sabe, que ela era propriedade. E quando foi aí com uma base de uns seis meses para um ano, você procurava, mas não tinha mais quem soubesse como era o nome. Todo mundo só chamava de Palmares, num sabe?. (O semiárido..., 2016).

Passadas quase três décadas desde a entrada naquela terra, as famílias seguem enfrentando desafios nessa construção que é permanente. Apesar de a produção ser feita de

⁶⁹ Dom Fragoso foi o primeiro bispo nomeado de Crateús. Atuou na região de 1964 a 1998, quando se aposentou – tornando-se bispo emérito de Crateús. Dedicou a vida em defesa da classe trabalhadora tendo como base os princípios da Teologia da Libertação. Sua ação foi fundamental para a conquista e concretização do Assentamento Palmares. Faleceu em 2006. (Dom Fragoso, [2017]; Dom Fragoso, 2006).

forma individual (a partir de cada família), o uso da terra é coletivo e gerido pela associação do assentamento. Construir um projeto de produção contra-hegemônico, de enfrentamento ao capital aponta para os assentados e assentadas outros inimigos que muitas vezes são invisíveis, como sinaliza Francisquinha.

É uma luta constante porque vivemos numa sociedade individualista. Quando a gente se divide, a gente se enfraquece. A gente tem conquista é quando se junta. Mas a gente aprende isso é na luta, é na convivência do dia a dia. [...] O sistema que a gente vive no Brasil, ele não quer que a gente se una, se organize. [Ele] tá sempre tentando implantar a divisão no nosso meio. É preciso ter conhecimento para poder avançar. (Rodrigues *et al.*, 2016).

Mas, os quase 30 anos de luta também trouxeram muitas conquistas além da terra. No assentamento funciona uma escola de ensino fundamental e todas as famílias conseguiram construir suas casas. Ademais, diversos jovens, filhos e filhas de assentados e assentadas, puderam estudar em cursos de graduação oferecidos pelo Programa Nacional de Educação da Reforma Agrária (Pronea). No Assentamento Palmares existem jovens que se formaram em Jornalismo, Administração e Pedagogia, por exemplo, além de uma médica formada em Cuba, numa parceria do governo cubano com os movimentos sociais brasileiros. O Assentamento Palmares é fruto da luta e é também nela que ele segue, conforme aponta Pedro Neto, assentado e dirigente estadual do MST no Ceará.

[Ele] surge como protagonista da luta por direitos no município de Crateús. É o primeiro assentamento fruto de uma ocupação de terra. E desde o acampamento até o assentamento, a formação possibilitou que os assentados e assentadas pudessem buscar resolver as suas pautas e suas demandas concretas com a luta. (Rádio..., 2017).

Educação, formação e produção de alimentos agroecológicos estão entre os pilares fundamentais da construção da Reforma Agrária Popular, mas para concretizá-los é preciso continuar a luta pela terra, pela Reforma Agrária e pela transformação social. Portanto, é necessário seguir enfrentando a propriedade privada, não só da terra, mas também da comunicação.

5.2 A radiodifusão em Crateús

Como já discutido no terceiro capítulo desta dissertação, o poder da classe dominante brasileira está calcado na articulação de três fatores: monopólio da terra, controle dos meios de comunicação e poder político eleitoral. Neste quesito, Crateús não foge à regra. Para

sustentar essa afirmação buscamos realizar um levantamento de dados e informações a fim de traçar um panorama da radiodifusão no município. Para isso foi feito um cruzamento dos dados adquiridos a partir de buscas em diversos portais⁷⁰, bem como nos dados oficiais fornecidos pelo Ministério das Comunicações e pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel).

De acordo com a agência, existem no estado do Ceará 147 emissoras FM, 104 AM e 229 comunitárias. Em Crateús, são oficialmente cinco emissoras comerciais outorgadas – entre concessões e permissões (Brasil, [2017a], [2017c]; Anatel, [2021]). Na planilha disponibilizada pelo Sistema de Acompanhamento de Controle Societário (Siacco) foi possível encontrar os nomes dos sócios diretores, mas não constam os nomes fantasias das rádios, dificultando, assim, o cruzamento dos dados e maior consistência nas informações. No entanto, pode-se afirmar que entre as cinco emissoras, há três mais emblemáticas por possuírem (ou terem possuído) vinculação direta com parlamentares: a Jangadeiro FM, a Rádio Poty e a Rádio Príncipe Imperial AM (Anatel, [2021b]).

A Rádio Jangadeiro FM, com sede em Fortaleza, retransmite sua programação para Crateús através da permissão da TV Mucuripe Ltda, que tem como sócios-diretores o Grupo Jangadeiro Comunicações Ltda, Eliane Parente Machado e Jaime Machado da Ponte Filho. O Sistema Jangadeiro de Comunicação⁷¹ pertence à família Jereissati, do atual senador da República Tasso Ribeiro Jereissati (PSDB). Com sede também em Fortaleza, o grupo aparece no Siacco com 68 registros de outorgas (em cinco CNPJ diferentes), entre geradoras e retransmissoras de rádio e TV (analogica e digital), englobando grande parte dos municípios do estado. A empresa de comunicação é afiliada do SBT e da BandNews no Ceará. O senador aparece como sócio majoritário da FM Jangadeiro Ltda e sua filha, a arquiteta Natália Queiroz Jereissati, é vice-presidente da emissora. Outros membros da família também transitam nos quadros societários das demais empresas outorgadas. Tasso Jereissati é um dos senadores que figuram na ADPF 379, que tramita no Supremo Tribunal Federal, na qual deputados e senadores são denunciados por ligação com empresas de radiodifusão, o que é inconstitucional, como visto no capítulo anterior desta dissertação. Tasso Jereissati, assim como outros políticos, frequentemente é lembrado como alguém que se faz valer dos cargos

70 Jangadeiro, Consulta Sócio, Fundação Getúlio Vargas, Tudo Rádio, Plus FM, Ceará Notícias, Receita Federal, Mídia Cearense.

71 Em 2020 o Sistema Jangadeiro de Comunicação passou por uma reformulação, unificando a atuação por segmento (jornalismo, esporte e entretenimento) e não mais por veículo. Agora, denominada apenas Jangadeiro, juntou os profissionais da TV Jangadeiro, Tribuna Band News, Portal Tribuna do Ceará e Rádio Jangadeiro FM. O canal NordesTV, que era afiliado da Band, foi entregue para a Band Ceará ligada à rede nacional. (Jangadeiro, 2021; Rocha, 2020).

públicos que exerce para benefício pessoal e de seus pares, conforme aponta o Bruno Marinoni (2015).

Além do processo de distribuição de outorgas fundado em um projeto de desenvolvimento conservador, o sistema brasileiro é marcado também pelo **patrimonialismo**. José Sarney (MA), Antônio Carlos Magalhães (BA) e Tasso Jereissati (CE) são considerados, com frequência, exemplos extremos de como, em alguns casos, a posição no interior do Estado (política) foi decisiva para a inserção no sistema nacional de comunicação. Posicionados privilegiadamente, presidente, ministro e governador se valeram de seus cargos para distribuir (e receber) outorgas entre correligionários e negociar acordos com os grupos de comunicação mais poderosos do país, além deles mesmos receberem outorgas. Em 1991, a TV Mirante (MA) tomou da sua concorrente, a TV Difusora, o lugar de afiliada à Rede Globo. O mesmo aconteceu, em 1987, com a TV Bahia, para o desgosto dos proprietários da TV Aratu. Em 1991, foi inaugurada a TV Jangadeiro, afiliada ao SBT no Ceará. (Marinoni, 2015, p. 16-17 – grifo próprio).

Pertencente ao grupo da família Cavalcanti, a Rádio Poty⁷² iniciou suas transmissões em amplitude modulada (AM) na década de 1980, mas em 2018, seguindo uma tendência na radiodifusão comercial, migrou para a frequência modulada (FM)⁷³. É a emissora de maior audiência no município. Tem como sócios registrados o ex-deputado federal Antônio dos Santos Soares Cavalcanti⁷⁴ e João Jorge Furtado Cavalcanti. Até 2017 tinha como diretor administrativo o vereador Manoel Conegundes Soares (DEM)⁷⁵, na época presidente da Câmara Municipal de Crateús⁷⁶ (Super..., [2017]). Hoje Marcelo Vieira Chaves ocupa o cargo de diretor da emissora. Ambos são réus em ação civil pública movida pelo Ministério Público do Estado do Ceará (MPCE), por meio da Promotoria de Justiça do Juizado Especial Cível e Criminal de Crateús, na qual respondem por ato de improbidade administrativa. A Rádio Vale do Rio Poty Ltda também é envolvida na ação que investiga fraudes em licitações de prestação de serviços publicitários junto à Câmara Municipal, entre os anos de 2008 e 2011 (MPCE, 2018).

A Rádio Príncipe Imperial Ltda é um caso, no mínimo curioso. Outorgada em 1982 para operar em amplitude modulada (AM), a emissora pertence, desde 2014, a Ricardo Lopes

72 Registrada como Rádio Vale do Poty Ltda.

73 No sistema da Anatel ainda constam as duas concessões em funcionamento.

74 Conhecido como Antonio Santos, foi filiado à ARENA, que depois se transformou em PDS. Exerceu o mandato de deputado estadual entre 1971 e 1991, tendo sido eleito presidente da Assembleia Legislativa do Ceará no ano de 1981. Já no Partido da Frente Liberal (PFL), atual Democratas (DEM) exerceu mandatos de deputado federal no período de 1991 a 1999, quando desistiu de disputar eleições (Pinheiro, c2009).

75 De acordo com o portal das eleições 2016, Conegundes Soares é “locutor e comentarista de rádio e televisão e radialista” (Conegundes... [2016]).

76 Reeito vereador em 2020 pelo Solidariedade, não está mais nos quadros diretores, mas segue como um dos colaboradores da emissora.

Augusto, embora desde 2004 havia rumores de que ele seria o proprietário de fato, ainda que na documentação constassem outros quatro sócios, entre eles os ex-deputado federal Gonçalo Claudino Sales. Ricardo Augusto aparece como único sócio na consulta feita na Receita Federal, no entanto, no Siacco, Rodrigo Antônio Paes de Andrade Lopes de Oliveira aparece na sociedade e também como administrador da emissora. Ricardo e Rodrigo são, respectivamente, sobrinho e filho do ex-senador e ex-Ministro das Comunicações, Eunício Oliveira. A rádio não possui página virtual, conta em mídia social e nem está disponibilizada nos *players* e aplicativos. As poucas informações encontradas dão conta de que a emissora está fechada desde 2013 por decisão dos proprietários com a justificativa de modernização das estruturas e que, em 2019, foi publicada a autorização para a migração para o FM, no entanto, ao que consta, a rádio ainda não voltou às transmissões (Mattos, 2004; Mídia Cearense, 2019).

Além da Jangadeiro, Poty e Príncipe Imperial, a Rádio Plus FM também não sai ilesa dessa situação. Embora não tenha nenhum parlamentar na sua lista de sócios, Antônio Donizete Arruda Linhares – conhecido como Donizete Arruda –, dono do Grupo Cearasat de Comunicação, foi assessor de Eunício Oliveira (MDB), quando este era titular do Ministério das Comunicações na gestão de Lula. Além disso, mantém desde 2006, um escritório em Brasília (DF) onde atua como consultor político. O grupo de comunicação é considerado o quarto maior do Ceará. Outorgada como Rádio FM Crateús Ltda., compõe a Rede Plus FM, que estreou como rede de rádios em 23 de julho de 2013 e transmite a partir de dez municípios do Ceará, entre eles Crateús. O conteúdo local só entra nas emissoras das 12h às 14h, sendo o restante emitido a partir do estúdio localizado em Fortaleza (Mattos, 2004b; Donizete..., 2014; Massaro, 2013).

Se autodenominando “a pioneira”, a Rádio Educadora de Crateús Ltda. transmite em AM e foi a primeira instalada no município. Em 2018 foi vendida para Lourival Rodrigues Souza e Lucilane Marinho de Souza, donos do grupo ITA, que atua no ramo da saúde de Crateús, além de outros três municípios. Em 15 de julho de 2021 foi publicado um termo aditivo no Diário Oficial da União autorizando a migração da rádio para de AM para FM. Esse trâmite atingirá diretamente a Camponesa FM, já que, coincidentemente ou não, a emissora tem autorização para operar em 95,7, mesma frequência ocupada pela rádio sem terra há dez anos.

Outras emissoras podem ser sintonizadas no município devido à sua potência de

transmissão, como a Rádio Verdes Mares⁷⁷, afiliada da Rede Globo e pertencente ao Grupo Edson Queiroz.

De acordo com os dados da Anatel, duas emissoras comunitárias possuem autorização de funcionamento no município e há um processo de outorga de um canal para o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE), que funcionará com caráter educativo.

5.3 A Rádio Camponesa FM: história e organização

O Palmares foi o primeiro assentamento efetivado na região de Crateús e, por isso, foi muito criminalizado no seu início. Desde a primeira ocupação realizada pelas famílias, a sociedade, em geral, repudiava a ação do MST. Tudo isso com forte ofensiva da imprensa local, especialmente das rádios. Conquistar a terra era, então, o maior dos desafios, mas não o único. As famílias perceberam que era preciso pensar um canal de comunicação que dialogasse com a sociedade crateusense mas, principalmente, com as comunidades agora vizinhas ao assentamento. Assim surgiu – através do grupo de jovens – a experiência de um boletim informativo impresso que era distribuído nas comunidades no entorno do Palmares. Porém, a iniciativa não durou muito tempo e as famílias passaram a discutir a construção de um outro meio de comunicação.

[...] discutimos a necessidade – e também a partir também do que o Movimento trabalha sobre as nossas rádios nos assentamentos –, a importância [desse meio] e o assentamento assumiu esse desafio de implantar rádio. Então isso tem a ver com o processo de discriminação que o assentamento sofreu; com a negação do acesso à comunicação. A gente não tinha direito nenhum de falar nas rádios comerciais da região. Então, com tudo isso, juntou a necessidade do assentamento de colocar a rádio no ar. (Oliveira Neto, 2016).

O sonho de uma emissora que conferisse voz aos trabalhadores e trabalhadoras era antigo, no entanto, as famílias demoraram alguns anos até que ele pudesse ser concretizado, como conta Francisquinha Rodrigues.

Quando a gente tava no acampamento a gente começou ter vontade de ter um meio de comunicação porque a gente enfrentava as rádios daqui, porque era um problema sério eles detonando a gente. Então a gente tinha muita vontade de ter alguma coisa que a gente pudesse tá falando que não era aquilo ali que eles estavam dizendo da gente. [...] Isso [a rádio] era um sonho distante, mas aos poucos foi se realizando. E quando chegou aqui teve

⁷⁷ A Rádio Verdes Mares tem como uma das sócias Renata Queiroz Jereissati, esposa do senador Tasso Jereissati, dono do Sistema Jangadeiro de Comunicação.

algumas resistências porque, na verdade, os trabalhadores rurais e as trabalhadoras... a gente acaba tendo é medo dessas coisas, porque sempre foi tão distante de nós um meio de comunicação. [...] esse nosso sonho de ter essa rádio vem de bem longe e aí quando chegou a possibilidade, nós agarramos. (Pinto; Rodrigues, 2016).

A Rádio Camponesa foi inaugurada em 1º de abril de 2011 após uma semana de formação e capacitação realizada pelo MST em parceria com a Universidade Federal do Ceará (UFC) através de um projeto de extensão e com a participação de trabalhadores e trabalhadoras do Assentamento Palmares. A emissora funciona, desde então, em frequência modulada (FM). Nos seus dez anos de existência, a Camponesa já apresenta sinais do importante papel que cumpre tanto na luta pela Reforma Agrária Popular quanto na disputa pelo território da comunicação. A emissora se contrapõe às demais rádios da região, seja no aspecto da programação que apresenta ou, e principalmente, por ser um espaço ocupado por trabalhadores e trabalhadoras.

[...] percebe-se que a Rádio Camponesa desenvolve um importantíssimo trabalho na região [...] atua divulgando notícias, eventos, fazendo apoios culturais e levando à população uma programação diferenciada, socializando informações para os trabalhadores, que nem são de interesse das outras rádios. Sendo [uma] rádio comunitária [...] ela não se prende a ordens, nem ao modelo que a mídia hegemônica impõe. (Rádio Camponesa FM, 2015).

Quanto à organização interna, a Rádio Camponesa tem uma coordenação geral formada pelos comunicadores e comunicadoras residentes no próprio assentamento. Essa instância é ainda dividida em outros três coletivos de coordenação: político, financeiro e técnico. O trabalho dos comunicadores, além de ser totalmente voluntário, é voltado para os interesses da classe trabalhadora e exercido com base numa comunicação popular que, entre outros aspectos, promove e valoriza a cultura local.

A programação da Camponesa, de modo geral, contempla as mais diversas faixas etárias, visando a amplitude do público ouvinte, como pode ser observado nos Quadros 3, 4 e 5.

Quadro 3 – Programação da Rádio Camponesa (DIAS DA SEMANA)

PROGRAMAÇÃO DA RÁDIO CAMPONESA (FM)		
DIAS DA SEMANA (2ª A 6ª)		
HORÁRIO	PROGRAMA	APRESENTAÇÃO
6:00 – 7:30	Manhã Camponesa	Raimundo Bombom
7:30 – 8:00	Café com Democracia*	Rede
8:00 – 10:00	Show da Manhã**	Automação***
10:00 – 11:00	Democracia no ar	Rede
11:00 – 12:00	Parada Esportiva	Calisto Melo, Valdomir Lopes, Lázaro Dias e Vandeilson Dias
12:00 – 13:00	Camponesa Informa	Zé Paulo
13:00 – 14:00	A hora do reggae****	Automação**
14:00 – 15:30	A tarde é nossa	Automação**
15:30 – 17:00	Show da Reforma Agrária	Livramento Pinto
17:00 – 19:00	Viva Sertão	Raimundo Bombom
19:00 – 22:00	Falando ao Coração	Zé Paulo

* Transmitido em rede, a partir de Fortaleza, em parceria com a Rádio Atitude Popular

** Às quartas-feiras, das 8h às 9h, é transmitido o programa Papo de Crente, produzido pela Rádio Brasil de Fato.

*** Não há comunicador(a) apresentando, então é tocada uma seleção com músicas e informações gravadas.

**** Às sextas-feiras é transmitido o programa Vozes da Resistência, produzido pelo Setor de Comunicação do Ceará.

Fonte: Pesquisa de campo (elaboração da autora).

Quadro 4 – Programação da Rádio Camponesa (SÁBADO)

PROGRAMAÇÃO DA RÁDIO CAMPONESA (FM)		
SÁBADO		
HORÁRIO	PROGRAMA	APRESENTAÇÃO
6:00 – 7:00	Manhã Sertaneja	Pedro Neto e Valderi
7:00 – 9:00	Jovem Guarda	Zé Paulo
9:00 – 11:00	Sábado de Sucesso	Automação*
11:00 – 12:00	Parada Esportiva	Calisto Melo, Valdomir Lopes, Lázaro Dias e Vandeilson Dias
12:00 – 13:00	Camponesa Sociedade em debate	Zé Paulo
13:00 – 14:30	Mulheres em luta	Lorena Albuquerque
14:30 – 17:00	A hora do brega	Pedro Chagas
17:00 – 18:00	Gonzagão	Automação*
18:00 – 19:00	Ave Maria (Católico)	Maria Luiza
19:00 – 22:00	Falando ao Coração	Zé Paulo

* Não há comunicador(a) apresentando, então é tocada uma seleção com músicas e informações gravadas.

Fonte: Pesquisa de campo (elaboração da autora).

Quadro 5 – Programação da Rádio Camponesa (DOMINGO)

PROGRAMAÇÃO DA RÁDIO CAMPONESA (FM)		
DOMINGO		
HORÁRIO	PROGRAMA	APRESENTAÇÃO
6:00 – 7:00	Tocando a boiada	Pedro Neto e Valderi
7:00 – 8:00	Santa Missa	Retransmissão*
8:00 – 9:00	Viola Camponesa	Clodomir Lopes
9:00 – 10:00	Sindicato dos Trabalhadores Rurais	Edvá Vieira
10:00 – 12:00	Junto e Misturado	Edvá Vieira
12:00 – 14:00	Brasil em Movimento	Pedro Neto
14:00 – 17:00	Tarde musical e esportiva	Plantão**
17:00 – 21:00	Bregão do Domingo da Camponesa	Raimundo Bombom

*Retransmissão a partir do Facebook da paróquia de Crateús

** Transmissão ao vivo dos campeonatos e jogos locais. Quando não há jogo, vai ao ar uma seleção de música e informação

Fonte: Pesquisa de campo (elaboração da autora).

Atualmente, a equipe conta com um quadro de 13 comunicadores e comunicadoras. Além dos que vivem no assentamento, há também os que são oriundos de comunidades vizinhas e de outras organizações sociais como o Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Crateús, por exemplo. No geral, as famílias do assentamento têm assumido a condução e manutenção da rádio; as pessoas têm se colocado à disposição e mesmo aquelas que não apresentam programas, de uma forma ou de outra, contribuem na rádio.

Nessa primeira década de existência, a equipe oscilou bastante. No início chegou a ter em torno de 25 comunicadores e comunicadoras, mesclando bem as diferentes faixas etárias. Bem ao contrário do que se vê hoje. Durante a pesquisa de campo pode-se perceber que os comunicadores e comunicadoras, em sua maioria, já passam dos 50 anos. Ainda que a juventude esteja presente em parte da programação, é visível que quem mantém e garante a programação diária são os mais velhos. Entre os motivos apurados – especialmente nas entrevistas – a falta de interesse pelo instrumento rádio como meio de informação e diversão parece ser determinante.

Talvez por ter mais facilidade e acesso a outras fontes, os jovens do assentamento não se identificam muito com a programação da rádio. De acordo com Pedro Neto, há um esforço em dialogar com essa juventude e buscar contemplá-la no cotidiano da emissora. E nesse intuito foram criados os programas “Parada Esportiva”⁷⁸ e “A hora do reggae” que, segundo Pedro Neto, têm uma boa audiência entre os jovens do assentamento (Oliveira Neto, 2016, 2021).

Mas o dirigente e coordenador da Camponesa aponta outro elemento fundamental para esse limite de participação da juventude na rádio. Para Pedro Neto é reducionista acreditar que a juventude simplesmente não tem interesse, então é necessário analisar outros elementos que envolvem a vida cotidiana desses jovens. Neste ponto, o debate sobre a permanência da juventude no campo é crucial e, vale lembrar, que não afeta somente o Assentamento Palmares. A necessidade de busca por trabalho e sobrevivência está entre os principais motivos da saída dos jovens do campo. Tal realidade afeta diretamente a Rádio Camponesa e, justamente por isso, os mais experientes são determinantes na vida da emissora, como aponta Pedro Neto.

E se não fosse essa turma mesmo, de mais idade, que tem mais dificuldade [técnica], mas que fica permanentemente no assentamento nós teríamos mais limites. Mas justamente por eles ficarem mais tempo no assentamento nós

78 Esse é um dos programas de maior audiência na Camponesa. Além dos boletins e informações diárias, a equipe também transmite, direto das comunidades, os jogos e campeonatos locais. Desde 2014, a Camponesa tem uma cabine de transmissão no Estádio Municipal Juvenal Melo, em Crateús.

não tivemos muitos problemas. Mas o desafio continua de envolver a juventude, tanto nessa parte de fazer a programação quanto de estar junto na rádio. (Oliveira Neto, 2016).

Um desses senhores é o seu Raimundo Rodrigues Moura, mais conhecido como Raimundo Bombom. Aos 71 anos, e com uma disposição de fazer inveja, seu Raimundo é responsável por três programas e está presente na rádio seis dos sete dias da semana. Nunca frequentou a escola e como ele mesmo diz “só sei assinar o nome, mas parece que Deus me deu esse dom e era para eu manter ele nessa Organização” (Moura, R., 2016). Para fazer os programas conta com o apoio de Livramento Pinto, comunicadora e coordenadora de programação da rádio, como conta Francisquinha Rodrigues.

Ela [Livramento] bota um pedacinho de fita gomada onde ele tem que tirar o som da mesa e ele já tá sabendo que tem que fazer. [...] É interessante porque muita gente se admira dele, analfabeto total, fazer a técnica, fazer o programa. Eu acho engraçado o jeito deles porque eles estão em sintonia. Ela faz a programação e ele vai lá e acerta tudo bem direitinho. [...] É engraçado porque parece que ele [seu Raimundo] tem uma vontade muito grande de fazer rádio, e ele faz um bocado de programa. (Pinto; Rodrigues, 2016).

Seu Raimundo reconhece que o esforço é necessário e se orgulha muito de poder dedicar seu tempo à emissora. Sua fala expressa a autoestima de quem sabe que cumpre um papel importante para o MST.

Eu comecei fazer essas atividades, nessa forma aí de microfone mais por brincadeira, né? Mas eu não achava que era uma vocação que tinha para um dia eu assumir. [...] O povo ficava fazendo aquelas coisas de curso, no computador e eu ficava aqui sentado só observando eles conversarem e tudo. Mas eu tô aqui nessa rádio e não nego. Tem gente aí por fora que me ouve e fica duvidoso, acha que eu tenho estudo, pelo que eu faço aqui dentro. Eu faço apoio cultural sem nem olhar para o papel; esclareço bem quando vejo na hora que tá precisando; quando eu tô conversando eu me expresso bem e não tenho sobressalto nenhum. Se você pede para eu falar, eu falo. Agora, dizer que é difícil manter uma rádio na posição dessa nossa aqui, é; não tenho dúvida. (Moura, R., 2016).

Os elementos apontados pelas comunicadoras e comunicadores evidenciam uma das principais características da rádio e é o que a difere das demais emissoras da região: a identidade camponesa e Sem Terra. E esse é também um dos elementos que trazem credibilidade e respeito à Camponesa.

O pessoal vai prestigiar pelo que a rádio faz. E somos trabalhadores da roça e eu não tenho cerimônia de dizer, onde eu chego, que [na rádio] não tem gente preparada com diploma, mas é preparado para falar bem. [...] O povo da região estranha: 'como é que esse povo trabalha na roça e faz o rádio?'. [...] A gente faz isso que é para nós termos aquela credibilidade mesmo pelo que a gente faz. Aí todo mundo dá valor. Onde eu chego, e os outros

companheiros também, as pessoas se prestam com a gente. E às vezes até cobram: 'eu te ligo todo dia e você não manda meu alô'. (Moura, R., 2016).

A naturalidade de pessoas como seu Raimundo só é possível porque parte da realidade cotidiana. A experiência da vida e da luta é que permite aos comunicadores e comunicadoras Sem Terra se reconhecerem e serem reconhecidos no outro (seja assentado ou pequeno produtor da região). E é isso que faz a Camponesa ser única, como afirma Francisquinha Rodrigues. “As pessoas em Crateús comentam que os caras que fazem os programas de forró nas rádios tradicionais ficam tentando falar que nem matuto, falar a fala do agricultor, e aqui é real, não é de brincadeira não” (Pinto; Rodrigues, 2016).

5.4 O uso da internet na Rádio Camponesa FM

Para uma emissora de rádio, estar na rede significa, também, estar aberta para o mundo tanto na busca, quanto na geração de informação. Adentrar o universo virtual pode ir desde o mais básico – como a utilização de um correio eletrônico – até disponibilizar todo o seu conteúdo na rede mundial de computadores, passando também pelas ferramentas de interação com o público ouvinte. Ocupar somente o espectro radiofônico já não é mais suficiente no atual contexto de disputa no campo da comunicação, mesmo diante de todos os limites técnicos e de acesso já apresentados nos capítulos anteriores.

Ainda não havia sinal de internet no Assentamento Palmares quando foi criado o correio eletrônico da Rádio Camponesa – o primeiro passo para colocar a emissora em contato com o mundo virtual. A partir dele a equipe da rádio recebia e também transmitia informações diariamente, além de servir como meio de interação com ouvintes e simpatizantes da FM. Por consequência da oferta de novas tecnologias de comunicação direta, o correio eletrônico não é mais utilizado.

Ainda no ano de 2011, alguns meses após a inauguração da rádio, o assentamento foi contemplado com o Projeto Casa Digital do Campo, uma parceria entre a Secretaria do Desenvolvimento Agrário do Ceará (SDA) e os Ministérios das Comunicações e do Desenvolvimento Agrário (MDA). O programa oferece acesso à internet através do Gesac⁷⁹, hoje denominado WiFi Brasil (CEARÁ, 2012). Os equipamentos estão instalados na mesma casa onde funciona a Rádio Camponesa. Apesar de importante, a qualidade do serviço não

⁷⁹ No levantamento apresentado no capítulo 3, consta que a Camponesa utiliza a internet via Gesac e não via rádio. Mas, durante a pesquisa de campo verificou-se que na prática, as duas possibilidades são utilizadas pela equipe, uma vez que alguns comunicadores e comunicadoras ainda utilizam a estrutura para preparar os programas.

suportava as demandas da emissora e por isso, foi necessário pensar em outras possibilidades de conexão. Somente a partir do segundo ano no ar, em 2012, é que a Camponesa passou a contar com acesso à internet em suas instalações. Mediante uma parceria de apoio cultural, um provedor local instalou uma conexão via rádio nas dependências da emissora. Naquele momento ainda não havia uma discussão sobre a utilização do *streaming* para a transmissão da programação em tempo real. A principal demanda partia da necessidade de busca de informações atualizadas para alguns programas diários como o “Parada Esportiva”, por exemplo, conforme conta Pedro Neto.

Nós temos vários programas que são diários, como o programa de esporte e o informativo. Esses programas necessariamente precisam ter esse acesso. E como as pessoas não tinham em suas residências também... Hoje praticamente todas as famílias do assentamento têm internet em casa. Então isso já facilitou bastante também para a preparação dos programas. Mas logo no segundo ano não tinha internet, por isso que teve essa necessidade para dar uma qualidade na programação. (Oliveira Neto, 2016).

Hoje, a internet oferecida na Casa Digital é mais estável que a instalada na emissora e, por conta disso, tomou-se a definição de utilizá-las para o *streaming*.

A cada tempo, uma nova demanda é posta e, assim, a Rádio Camponesa segue se desafiando a explorar cada vez mais as possibilidades na internet. Hoje, a emissora possui uma *fanpage* no *Facebook* e, diariamente, ao entrar no ar pela frequência 95,7, outro transmissor virtual é ativado e leva a programação em tempo real para a plataforma RadiosNet, que disponibiliza o conteúdo em seu site e no *app*. Nesta pesquisa são analisadas essas e outras ferramentas e como a rádio as utiliza para comunicar-se tanto com o assentamento, quanto para fora dele.

5.4.1 *Facebook*⁸⁰

A possibilidade de transmitir a programação *online* chegou praticamente junto com a instalação da internet, porém, esse tema ainda não era tranquilo para o conjunto da equipe da rádio, principalmente por receio de represálias, uma vez que a emissora é uma das muitas que optou pela ocupação do latifúndio do ar. Assim, como todas as decisões, foi definido coletivamente por esperar e, ao invés da página virtual, criar um perfil da Camponesa no *Facebook*. Logo a experiência passou a dar resultados e em pouco mais de um ano a rádio já

80 @radiocamponesa

tinha em torno de cinco mil amigos virtuais⁸¹ e conseguia estabelecer relações com quem acompanhava a emissora. “O pessoal ficava mandando mensagem, pedindo música também, mandando alô. Até gente mesmo lá do Rio de Janeiro, de São Paulo. Logo que entrava [amigo virtual] já sabia que tava no *Face* da rádio e já mandava alô para os parentes aqui do Ceará” (Pinto, 2016).

Na época, a empresa estadunidense tinha uma política de não permitir que perfis obtivessem mais que cinco mil amizades virtuais. Quando isso ocorria, o perfil era bloqueado e deveria ser substituído por uma página (*fanpage*). Muitas vezes tudo começava do zero e os contatos podiam ser perdidos. Foi o que aconteceu com a Camponesa e em maio de 2014⁸² foi criada, então, a *fanpage* da rádio. A mídia social, que antes servia principalmente para interação com os ouvintes, passou a ser utilizada também como meio de informação tanto da emissora, quanto dos assuntos relacionados à luta do MST de modo geral. Atualmente a página tem 4.933 curtidas e 6.000 seguidores.

No início a página haviam duas pessoas responsáveis por visualizar, publicar e atualizar as informações. Naquele momento, apesar da página estar disponível no computador da rádio, foi percebida uma diminuição das possibilidades de interação entre comunicadores e ouvintes, já que isso era feito através do perfil.

Então já travou porque realmente o canal de comunicação era o *Facebook* [perfil] da rádio. Depois que passou para página o diálogo com ela é mais lento, né? Ela é mais a partir das postagens que a gente faz, a partir do que os comunicadores colocam é que as pessoas vão interagindo, mas não é aquela coisa instantânea ali das pessoas ficarem mandando mensagem, né? Então não é tão rápido assim. (Oliveira Neto, 2016).

Na verdade, na *fanpage* ainda é possível enviar e receber mensagem, mas nela não é permitido abrir canais de bate papo como nos perfis. Então pode haver essa dificuldade por parte dos comunicadores, pois é preciso estar atento para as notificações de mensagens. Além disso, como em 2016 a mudança ainda era muito recente, havia a possibilidade de pessoas que eram amigas virtuais no perfil poderem ter perdido o contato e não terem virado seguidores da página. Embora nestes cinco anos a realidade das trocas de mensagens virtuais tenha evoluído bastante, o *Facebook* ainda é umas das principais formas de interação e para suprir a demanda de diálogo com o público ouvinte, muitas vezes os comunicadores e comunicadoras recorrem aos seus perfis pessoais e acabam não utilizando a página oficial da rádio, como é o caso de José Alves da Rocha, mais conhecido nas ondas sonoras como Zé Paulo. Ele apresenta dois

81 Diferentemente da *fanpage* que possui seguidores, no perfil são feitas “amizades” que permitem uma interação mais direta entre as duas partes.

82 A primeira postagem está datada em 16 de maio de 2014.

programas diários e outro aos sábados, mas é no programa romântico “Falando ao Coração” que o *Facebook* cumpre papel fundamental. É a partir dele, ainda hoje, que informa quando o programa está entrando no ar e atende alguns pedidos dos ouvintes.

Depois que deu problema no *Facebook* da rádio, então eu fiquei usando só o meu. Então as pessoas que escutam os programas são as pessoas que são seguidores meus. Mas o da rádio tinha mais de 5 mil seguidores e o meu tem só uns 600 e pouco seguidores. [...] Significa que os programas que eu uso a internet são meus programas românticos e é para atender pedidos musicais. [...] Tem umas pessoas do Rio de Janeiro, de São Paulo, de Fortaleza que sempre estão escutando a rádio; eles são ouvintes mesmo. Tem um amigo de São Paulo que já trabalhou aqui no Ceará e conhece muita gente do MST, sempre que pode ele escuta o meu programa. (Rocha, 2016 – grifo nosso).

Apesar da constatação de que parte dos comunicadores utilizam os perfis pessoais para divulgar os programas e interagir com os ouvintes, optou-se, neste estudo, por realizar a análise a partir, e somente, da página oficial da rádio.

Os períodos determinados para a análise da página da Camponesa no *Facebook*, assim como para as demais ferramentas, foram novembro de 2016 a janeiro de 2017 e abril a junho de 2021. Neste espaço de tempo foram observadas as publicações feitas na mídia social, assim como os elementos que podem indicar alguma forma de interação entre a emissora e o público ouvinte: alcance, reações e compartilhamentos, conforme apontado nos Quadro 6. Não foram abordados os comentários.

Embora hoje existam outras ferramentas, disponibilizadas pela própria plataforma para análise dos dados, o que poderia nos dar um horizonte maior na reflexão, optamos por manter os mesmos eixos e, assim, termos elementos comparativos entre os dois períodos.

Quadro 6 – Dados comparativos das publicações da Camponesa no *Facebook* (2016 e 2021).

PERÍODO	PUBLICAÇÕES	ALCANCE	REAÇÕES	COMPARTILHAMENTOS
NOVEMBRO 2016	6	763	20	2
DEZEMBRO 2016	8	4.167	32	2
JANEIRO 2017	13	8.973	42	1
ABRIL 2021	177	56.911	1.950	200
MAIO 2021	172	39.055	1.939	125
JUNHO 2021	154	44.842	1.304	234

Fonte: *Facebook* Camponesa Palmares (elaboração da autora).

Quem segue a página pode também “reagir” às publicações através de *emojis* - ícones correspondentes a reações diversas: curtida, amor, riso, admiração e raiva. Além disso, o seguidor também pode compartilhar as publicações da página em seu próprio perfil.

O *Facebook* permite que os administradores das páginas tenham acesso aos dados de alcance, reações e compartilhamentos de cada publicação, porém não é possível verificar o

período de cada informação. Sendo assim, não se pode afirmar que o alcance, reações e compartilhamentos da página da Camponesa correspondem ao período determinado das postagens, uma vez que elas foram analisadas durante o mês de março de 2017 e novembro de 2021.

De acordo com o próprio *Facebook*, entende-se por alcance “o número de pessoas que as suas publicações alcançaram, além de curtidas, comentários, compartilhamentos e muito mais” e ele pode ser orgânico ou pago. Ou seja, a publicação pode por si só alcançar os seguidores da página ou seu administrador pode pagar para impulsioná-la e, assim, atingir mais pessoas. No caso da Camponesa FM, todas as publicações têm alcance orgânico, pois não é uma política da emissora o impulsionamento de postagens.

Observando o Quadro 6, fica evidente o aumento tanto de postagens, quanto de interações na página da Camponesa Palmares. Ainda que entre os períodos de análise não tenha aumentado significativamente o número de seguidores, percebe-se um maior engajamento nas publicações da rádio. Em cinco anos, pesem todos os problemas políticos e éticos aos quais a empresa de Zuckerberg expôs seus usuários, é verdade que o público do *Facebook* aumentou, inclusive no campo, muito por conta de a maioria das operadoras oferecerem “gratuitamente” o serviço em seus planos de dados. Essa pode ser uma explicação para esse salto quantitativo na movimentação da *fanpage*.

Outro elemento observado é que a maior parte das postagens analisadas na segunda fase da pesquisa de campo são transmissões ao vivo dos programas que vão ao ar pela FM ou então produzidos pelo Coletivo de Comunicação do Ceará e pelo MST nacional especialmente pelas redes (parte deles também retransmitidas na rádio). É recente a decisão de lançar mão dessa possibilidade de convergência permitida pela mídia social. Em 2016 a emissora não discutia essa hipótese e, de acordo com a coordenação, as primeiras transmissões se deram em 2019 com alguns programas e a final da 1ª Copa Estadual da Reforma Agrária, realizada em maio, na Arena Castelão, em Fortaleza. Essa experiência, aliás, foi bem interessante. A equipe do programa “Parada Esportiva”, que tinha experiência de transmissões via telefone para a FM, comandou a narração do jogo que foi transmitido pelo *Facebook* da Camponesa com publicação cruzada com outras páginas. Além disso, a partir do vídeo gerado no *Facebook*, as rádios da rede do MST se conectavam e retransmitiam o jogo também pela FM.

Essa é uma prática adotada pela Camponesa reiteradamente. Os programas vão ao ar em frequência modulada e são, ao mesmo tempo, transmitidos na página no *Facebook*. Essa é uma forma de atingir outros públicos, que também interage com os comunicadores, conforme

explica Pedro Neto.

Tem bons retornos, inclusive de outros estados. O programa “Falando ao coração” ele tem ouvintes espalhados no Brasil inteiro... eu já consegui ver. Tem gente da Bahia, Pernambuco, Goiás... de assentamentos e acampamentos nossos também, que vinculam, veem o símbolo da rádio, do Movimento, então tem muito ouvinte acompanhando. Então, esse retorno do *Facebook* em termos de abrangência, ele é mais distante. Os locais ainda continua predominando na região o FM mesmo, e já em termos de outros estados e até mesmo de outras cidades do Ceará a gente consegue atingir com o *Facebook*. Então digamos que são públicos diferentes que a gente consegue atingir. (Oliveira Neto, 2021 – grifo nosso).

Na tentativa de ilustrar essa abrangência, fizemos o exercício de buscar entre os meses da pesquisa de campo, as cinco transmissões ao vivo com maior interação e minutos visualizados e verificar de onde se conectavam os seguidores. Vale dizer que a plataforma disponibiliza essa opção a partir de cada vídeo, então foi necessário um cruzamento de dados. O período analisado foi abril a junho de 2021, já que na primeira parte da pesquisa de campo, realizada em 2016, a emissora ainda não realizava as transmissões ao vivo. Por fim, o critério para a seleção das cinco postagens foi o de garantia de que os conteúdos dos vídeos também foram ao ar pela frequência modulada, independentemente se de forma original ou como retransmissão da rede. Assim, os programas abordados foram: Ato político em comemoração aos 10 anos da Rádio Camponesa Palmares⁸³ (1 de abril), Programa Brasil em Movimento⁸⁴ (2 de maio), Programa Brasil em Movimento (16 de maio), Plantão Camponesa Informa⁸⁵ (23 de maio) e Especial 32 anos MST/CE⁸⁶ (26 de maio). O Mapa 6 estampa o fluxo dessa convergência entre os meios.

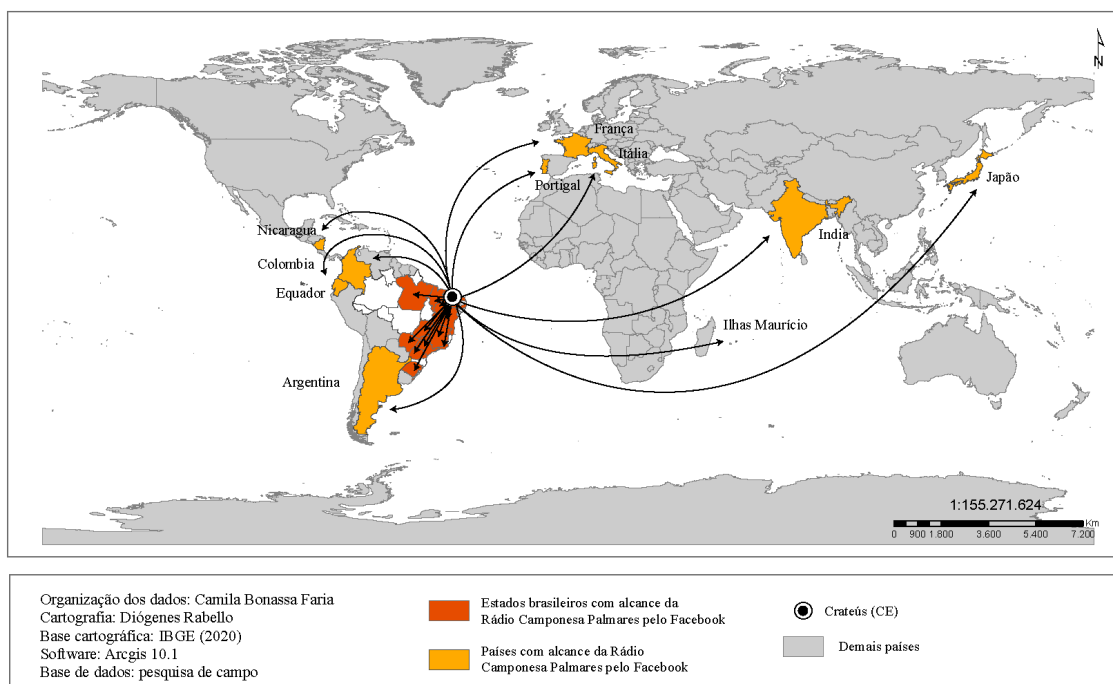
83 *Live* – Moderação a partir do estúdio da Camponesa com participação de convidados externos. Retransmissão pela FM.

84 *FM* – Original na grade da emissora e transmitido pelo *Facebook*.

85 *Live* – Sobre o *lockdown* em Crateús. Gerado a partir da casa de um dos comunicadores e retransmitido pela rádio.

86 *Live* – Produzido pela Regional Litoral, moderado a partir do estúdio da Rádio Som da Terra FM (Santana do Acaraú), cruzado com as páginas do MST/CE e retransmitido pelas rádios da rede.

Mapa 7 – Localidades alcançadas a partir das transmissões do *Facebook*



Fonte: Levantamento de dados a partir do *Facebook* da Rádio Camponesa Palmares.

Embora de modo simplificado e sem aprofundamento dos dados, é possível perceber que, a partir do uso do *Facebook* para retransmitir os programas, a Rádio Camponesa consegue alcançar um público que não teria acesso aos conteúdos caso a emissora apenas existisse nas ondas eletromagnéticas. Ainda que não se possa, neste momento, analisar a fundo as dimensões e enraizamento desse alcance, fica nítido que a opção por disponibilizar parte de sua programação na plataforma proporciona à emissora uma ampliação e ressonância do seu fazer comunicativo.

Ainda existem alguns limites que prejudicam a total utilização desse mecanismo. Os programas musicais, muitas das vezes, tem seu áudio silenciado na mídia social devido a questões relativas a direitos autorais. Outra questão é a dificuldade por parte de alguns comunicadores e comunicadoras em se apropriar da tecnologia para realizar as transmissões. A rádio tem um smartfone exclusivo para as transmissões ao vivo, mas nem todos conseguem manusear o aplicativo e a emissora não conta com pessoas disponíveis todo o tempo para as questões técnicas. Aliás, a equipe reduzida é também a justificativa para o uso do *Facebook* ter ficado quase que exclusivamente para as transmissões, pois não há quem possa se dedicar a abastecer a plataforma com outros conteúdos.

5.4.2 Página virtual

A página virtual foi a primeira experiência da emissora em disponibilizar sua programação também na rede mundial de computadores. Apesar do receio inicial, os planos não puderam ser adiados por muito tempo. Por isso, entre 2013 e 2014⁸⁷ foi criada a primeira página virtual da Rádio Camponesa. Os primeiros testes foram feitos ainda com a internet disponibilizada pela Casa Digital do Campo, porém ela não tinha capacidade de dados para suportar o programa de *streaming* e o *site* só entrou efetivamente no ar com a instalação do provedor nas dependências da rádio.

Tinha umas pessoas que tinham medo de colocar o *site* no ar, mas a gente viu que não podia ficar se escondendo assim por medo. A Rádio Camponesa tem uma audiência muito grande assim à longa distância. [...] Aí a gente pensou que com o *site* não ia haver muito problema também. Aí a gente se reuniu e decidiu colocar. (Pinto, 2016).

Desde sempre a intenção foi transmitir a programação em tempo real e manter um canal de diálogo com os ouvintes que vivem fora do raio de abrangência da emissora. Naquele momento ainda não havia a preocupação em também utilizar a página virtual para publicar conteúdos.

Nós fizemos a discussão por conta de que a rádio recebia muitas ligações daqui mesmo da região, por uma questão aqui do Nordeste mesmo, e aqui no caso do Ceará, e a nossa região de Crateús, principalmente, tem muitas pessoas morando fora, em São Paulo, no Rio de Janeiro, em Brasília e tal. Essas pessoas quando elas vinham para cá, para as comunidades da região e os familiares falavam que tinha uma rádio, vinham com muita expectativa de conhecer a rádio. E diziam: 'olha, se a gente pudesse ouvir essa rádio...', 'a gente gostaria de ouvir essa rádio lá'. Então com essa de ouvir as pessoas que moram distantes aqui da nossa região, que querem ficar em sintonia, então a rádio mantém esse papel das pessoas se aproximarem. Então nós pensamos: 'Vamos tentar colocar na internet para que as pessoas possam ouvir de lá de onde elas estão'. Com isso, então, nós colocamos inicialmente como teste e agora já transmite, né? E as pessoas ficam ligadas lá; aí mandam um alô para os familiares deles aqui através da rádio. (Oliveira Neto, 2016).

Assim como aconteceu com o perfil no *Facebook*, a página virtual também sofreu problemas técnicos e após um tempo fora do ar teve que ser reelaborada e voltou a transmitir a programação em meados de 2015 através do domínio camponesapalmares.com.br. Por cerca de um ano o *site* foi utilizado apenas para o *streaming* e depois passou também a publicar, ainda que sem periodicidade definida, conteúdos com temáticas abrangentes, mas sempre em consonância com os interesses das famílias assentadas, da luta do MST, bem como

⁸⁷ A coordenação não soube informar a data precisa.

com as características do que se acredita ser o público ouvinte da rádio.

O *website* possuía uma ferramenta de interação (bate-papo), mas essa opção não foi explorada durante o tempo que a página ficou no ar. Devido aos limites técnicos da equipe, a coordenação da rádio definiu por não ativá-lo. “Tem alguns que dominam e outros não. A gente preferiu não optar por isso, então esse retorno ele funciona por telefone, ou seja, eles ligam de lá na hora que estão sintonizados na internet, mandam mensagem também no telefone” (OLIVEIRA NETO, 2016). Desde 2018 a página não está mais disponibilizada na rede por uma decisão do coletivo da emissora.

Como a rádio é mais popular, o acesso um pouco maior é dos camponeses mesmo, a gente viu que era preciso fortalecer os meios mais populares, no caso o Facebook que é mais acessado e o próprio RadiosNet. Então foi opcional mesmo, no sentido da gente ter um acesso mais popular, porque as pessoas acessam pelo aplicativo, pelo celular. (Oliveira Neto, 2021).

Como no período da primeira fase da pesquisa de campo, em 2016, a página estava ativa, ela também foi analisada, mas com a nova situação, optamos por não trazer os dados e apenas apresentar um breve histórico.

5.4.3 Aplicativo RadiosNet

Devido à boa experiência de interação com os ouvintes através da transmissão da programação pela página virtual, a equipe da Rádio Camponesa decidiu ir além na exploração dos recursos da internet. Após uma tentativa inviabilizada pela baixa qualidade da internet disponível na rádio, em 1º de abril de 2016, quando das comemorações de cinco anos, foi lançado um aplicativo exclusivo da emissora para o sistema *Android*, e este era vinculado a uma conta no Portal Radios.com (www.radios.com.br), uma página virtual que agrega emissoras de todo o país e de diferentes características (AM, FM e web). A programação técnica e manutenção do *app* era feita pelo mesmo parceiro responsável pela página virtual. Em abril de 2017, a conta na plataforma somava 11.005 acessos, porém não foi possível verificar o número exato de usuários que baixaram o aplicativo em aparelhos móveis, pois essa informação não estava disponibilizada pelo sistema.

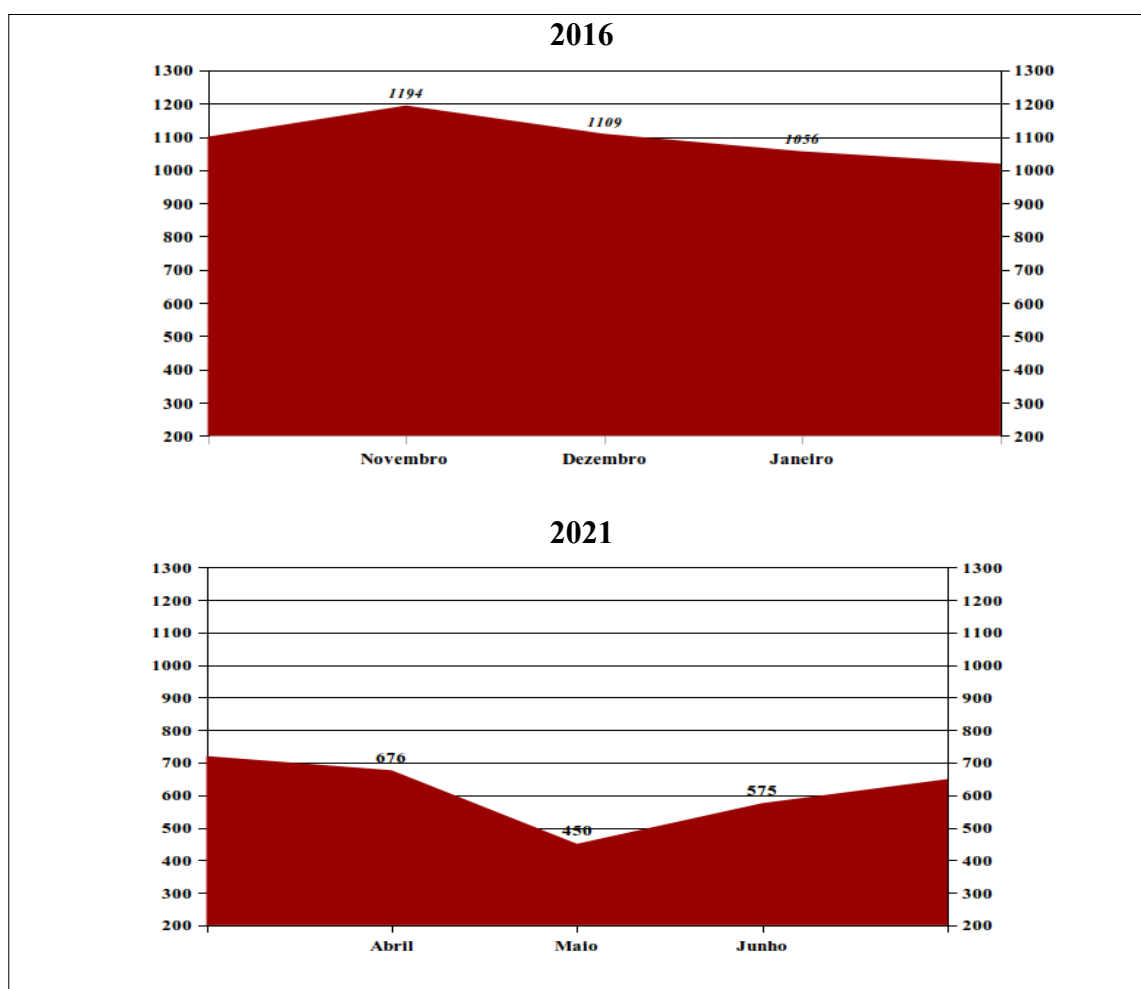
Pedro Neto, coordenador da Camponesa, explica que a proposta de lançar o aplicativo deu-se principalmente pensando no público jovem. Além disso, a mobilidade proporcionada pelos aparelhos celulares poderia aumentar também o alcance e facilitar o acesso àquelas pessoas que vivem longe da rádio e que não podem sintonizar a emissora ou até mesmo os militantes do MST que estão sempre viajando e nem sempre podem conectar através de um

computador (Oliveira Neto, 2016).

Aproximadamente em 2018 (a coordenação não soube precisar a data), por conta da dificuldade técnica de manutenção e da qualidade da internet que não suportava o volume de dados para manter o *app* no ar, a emissora definiu por desativá-lo e passou a utilizar as opções oferecidas pelo próprio portal da RadiosNet (*website* e aplicativo).

A partir de dados coletados no portal pode-se perceber que a emissora, no início, tinha um volume significativo de ouvintes, passando de mil acessos mensais, mas no segundo período houve uma redução relevante, conforme aponta a Figura . Os dados são referentes aos períodos de novembro de 2016 a janeiro de 2017 e abril a junho de 2021, período preestipulado para a análise. Para ser contabilizado, o ouvinte precisa ficar conectado por pelo menos um minuto ininterrupto, porém não se pode afirmar que o montante representa os usuários do aplicativo, uma vez que as estatísticas são geradas através dos acessos do próprio portal.

Figura 25 – Acessos mensais do aplicativo RadiosNet



Fonte: Adaptado do portal rádios.com.br (elaboração da autora).

Não existe no aplicativo nenhum mecanismo de interação entre o ouvinte e a emissora, mas é permitido compartilhar o link com usuários do *Facebook* e *WhatsApp*, o que não deixa de ser também uma boa ferramenta de divulgação da rádio. Além dos dados disponibilizados pelo Portal Rádios.com, a coordenação da Camponesa afirma que há também, ainda que pouco, um retorno dos usuários que, ao enviarem mensagem para a emissora, informam que estão ouvindo a programação através do aplicativo.

5.4.4 *WhatsApp*

O principal aplicativo de troca de mensagens utilizado no Brasil chegou, para uso coletivo na Rádio Camponesa, em meados de 2018. Hoje há um *smartphone* com acesso ao aplicativo disponível para os comunicadores e comunicadoras e essa é a principal ferramenta de diálogo e interação entre a emissora e os ouvintes. Através dela, o público pede músicas, passa recados, envia áudios e faz chamadas que entram ao vivo na programação. O *WhatsApp* ampliou as possibilidades de participação, que antes eram limitadas ao telefone fixo existente na rádio⁸⁸.

Ainda que, com bem menos frequência do que antes, alguns comunicadores e comunicadoras utilizam a conta pessoal também durante os seus programas. Livramento Pinto conta que, por ser coordenadora da Camponesa, compõe a Frente de Rádios do MST, um coletivo que articula as emissoras do Movimento em nível nacional. Através de um grupo criado no *app*, ela pode “trocar ideias” com outras emissoras e também recebe informações que utiliza no Show da Reforma Agrária, programa que apresenta todas as tardes na rádio (PINTO, 2016). O aplicativo também é utilizado pelos contatos pessoais dos comunicadores para pedir músicas e enviar recados aos parentes que vivem no assentamento e nas redondezas.

A experiência da Rádio Camponesa apresenta elementos que possibilitam afirmar que é possível e fundamental construir uma comunicação na qual os trabalhadores e trabalhadoras sejam os protagonistas. No documento interno elaborado para a apresentação da experiência no II ENERA⁸⁹, a coordenação da emissora avalia que

[...] a Rádio Camponesa no Assentamento Palmares é um fio condutor para um novo projeto de democratização da comunicação, sobretudo, no campo,

88 O uso se tornou obsoleto e a coordenação decidiu cancelar a linha, que tinha um custo mensal.

89 II Encontro Nacional de Educadoras e Educadores da Reforma Agrária, realizado de 21 a 25 de setembro de 2015, em Luziânia (GO).

que apesar de tantas lutas e conquistas, ainda é visto como um lugar estigmatizado. [...] A mídia hegemônica sempre limitou o papel das rádios comunitárias na história das comunicações brasileiras, no entanto, elas representam o inconformismo com o sistema que controla os meios de comunicação no país. E a Rádio Camponesa tem a sua importância no contexto da localidade em que está inserida e colabora no desenvolvimento social e da cidadania. (Rádio Camponesa FM, 2015).

Nessa busca incessante de ser um instrumento da classe trabalhadora, a emissora segue se desafiando a adentrar novos horizontes e a internet, hoje, é o principal deles. Porém, ainda que seja uma das emissoras do MST que mais explora as possibilidades da rede mundial de computadores, a Camponesa enfrenta diversos limites que precisam ser encarados.

Um dos principais limites para avançar na utilização da internet na rádio é o domínio da técnica. Existe uma dificuldade muito grande por parte dos comunicadores e comunicadoras em utilizar a rede, seja no acesso, na exploração das ferramentas e mídias sociais ou no próprio domínio de como manejar as transmissões ao vivo, por exemplo. A observação durante a pesquisa de campo aponta para a hipótese de que a chave para essa questão está na inserção da juventude no cotidiano da rádio. A maioria dos comunicadores e comunicadoras da rádio são de pessoas que já ultrapassam os 50 anos de idade. Por mais que vários se desafiem a assumir essa responsabilidade, a aprender a técnica, existe ainda um limite muito grande. Ou seja, quem está dentro da rádio tem dificuldades para dominar a técnica, por mais esforço se faça; e quem teria possibilidade de dominar a técnica não está tão inserido no processo. Mas é importante frisar que isso não significa, de modo algum, que a juventude deve substituir quem está hoje mais presente na programação da rádio. O desafio está em construir uma metodologia organizativa e participativa que possibilite a troca de experiências e o trabalho cada vez mais coletivo na emissora.

Além da técnica, a formação política é uma grande preocupação da equipe, pois ela está diretamente ligada ao objetivo da rádio: a luta pela democratização da comunicação e a defesa dos direitos dos trabalhadores e trabalhadoras. Desse modo, os comunicadores e comunicadoras estão sempre se revezando para participar dos encontros do MST, atividades formativas e mobilizações. E isso reflete diretamente na programação da rádio, como conta seu Raimundo Bombom.

Nós estamos em Fortaleza, São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília e a gente liga para nossos companheiros para retransmitir aquilo. E é ao vivo; é no ar. Olha, no Congresso Nacional [realizado em Brasília, em fevereiro de 2014] a gente ligava de lá e nossa rádio tava respondendo aqui; falando de lá, eu, Pedro Neto, dizendo como tava o movimento lá e aqui saindo ao vivo. Então a gente faz isso de Brasília, de São Paulo, de Fortaleza. E as pessoas estão ouvindo e falam: 'mas rapaz, e o seu Raimundo tá transmitindo lá de

Fortaleza essa falação dele?'. Isso é importante né? Agora, eu até que me admiro muito do trabalho da gente, mas ainda falta muita coisa. Mas estamos pelejando para, se Deus quiser, melhorar. Isso aí a gente tem certeza. (Moura, R., 2016).

O diferencial da Camponesa FM em relação às emissoras comerciais não se dá somente no conteúdo da programação, mas num elemento fundamental: a identidade camponesa dos comunicadores. Os programas mais ouvidos foram sendo construídos, de forma até espontânea, pelos próprios comunicadores em contato direto com os ouvintes. Nos horários considerados de pico para o rádio, as emissoras comerciais da região exploram os formatos policiaiscos, de fofoca e informações geradas pelos grandes portais de comunicação. Ou seja, há um padrão hegemônico de comunicação que não reflete a realidade local e a diversidade do público ouvinte.

Exemplo de contraponto a essa lógica é o programa Parada Esportiva, apresentado por Calisto Melo, Valdomir Lopes, Vandeilson Dias e Lázaro Dias (que tinha 11 anos durante a pesquisa de campo em 2016) e vai ao ar de segunda a sábado na hora do almoço. Os comunicadores dedicam um espaço do programa para as notícias gerais do esporte estadual e nacional, mas o foco principal é o futebol amador local: a pelada de várzea. E aos finais de semana os jogos entre as comunidades, o campeonato municipal e as disputas regionais ganham voz nas transmissões ao vivo feitas diretamente dos campos. No início a engenharia contava com um aparelho celular e uma antena móvel (para captar o sinal da operadora). A equipe ligava para a rádio e um comunicador de plantão colocava a ligação no ar e, assim, a narração ganhava as ondas sonoras do *dial*. Fruto desse empenho, a Camponesa conquistou uma cabine cativa no estádio municipal de Crateús. Hoje, o trabalho é mais simples. Com o *smartphone* em mãos, as transmissões são feitas na página do *Facebook* e a partir de lá retransmitidas pela FM.

As ondas *hertzianas* ainda são a principal forma de emissão e propagação da Camponesa – seja interna ou externamente ao assentamento. A internet não é o central para a comunidade, mas sim a rádio. Há um distanciamento histórico do campo com a internet, pois é uma ferramenta sempre negada para quem vive no meio rural. Apesar disso, o MST entende a necessidade e a importância em se propagar para além do *dial*, e por isso, apesar de todos os limites técnicos apontados, segue apostando nessa ferramenta. Se a legislação e a tecnologia de transmissão eletromagnética acessível não permitem chegar a outras localidades, a internet cumpre esse papel. Por isso, a transmissão *online* da programação ainda é a principal forma de utilização da internet na Rádio Camponesa FM, seja pela *Facebook* ou pelo aplicativo

RádiosNet.

O Setor de Comunicação do MST Ceará tem percepção da importância de se ocupar também a rede em convergência com a ocupação do latifúndio do ar. Em março de 2021 passou a produzir o programa “Vozes da Resistência”, com a “proposta de chegar até nossa base social levando informações (o primeiro bloco é de notícias regionais, estaduais, nacionais, internacionais) e debate sobre temas diversos” (Oliveira, 2021). Semanalmente, o programa é transmitido ao vivo pelo *Facebook* (cruzado com outras páginas) e *Youtube* do MST Ceará e retransmitido no FM pela rede de rádios populares.

Os elementos apresentados ao longo do capítulo reafirmam a ideia de que, ao decidir colocar uma rádio na internet, o MST rompe mais uma cerca: a do latifúndio da comunicação. Agora, levar a voz das famílias assentadas através das redes – e não só mais através do ar – apresenta-se como não somente um desafio, mas uma necessidade da própria luta.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Estudar temas relacionados à Comunicação dentro de um mestrado em Geografia é, no mínimo, um grande desafio. E, como todos os desafios, instiga a superá-los. Entendemos que o ponto final numa pesquisa acadêmica nunca é definitivo. No encerramento deste ciclo, percebemos que diversas questões podem não ter sido abordadas, outras poderiam ser aprofundadas, mas quiçá futuramente essas lacunas podem ser preenchidas e outras novas surgirão. O método da pesquisa participante, adotado neste trabalho, aponta que “o processo e os resultados de uma pesquisa interferem nas práticas sociais, e, de novo, o seu curso levanta a necessidade e o momento da realização de novas investigações participativas” (Brandão; Borges, 2007, p. 54) e, com base nisso, apresentaremos aspectos importantes observados ao longo dessa trajetória.

O trabalho com rádio não pode ser encarado como algo fechado, quadrado. Ainda que seja importante dominar a questão técnica, é fundamental que ela caminhe lado a lado com a formação política. A voz se propaga com as ondas e com elas são transmitidas as ideias do Movimento. E isso coloca ao MST uma responsabilidade muito grande. Os assentamentos possuem diferentes formas de organização do território e da produção e com distintas maneiras e possibilidades de relação com a sociedade local. Porém, compartilham o desejo e a necessidade de ampliar as formas de comunicação e, dessa forma, o rádio se apresenta sim como uma alternativa. A Rádio Camponesa, objeto desse estudo, é hoje a principal referência do Movimento Sem Terra na região de Crateús, como conta seu Raimundo Bombom, com toda sua sabedoria sertaneja.

Para você tem um exemplo, em Crateús tem umas 4 ou 5 rádios. A que tem mais audiência, que vai mais longe é a rádio Poty e o pessoal ouve a nossa rádio lá em Crateús também. Então, por isso que eu falo que o povo tem atenção pelo que a gente faz na nossa Rádio Camponesa. E nas localidades são mais. Se você sair numa hora dessas numa dessas comunidades aí, pode sair lá que esse programas aqui você vai ouvir eles. Isso lhe digo com toda franqueza. E mais distante, como eu falei para você, lá na Serra Grande que fica ruim de acesso, eu mesmo pensava que ela não ia alcançar lá, mas o cabra falou pra mim... ele botou o rádio para comprovar. Na localidade Vaz do Jiló ele ligou e colocou o radinho para comprovar que tava ouvindo o programa lá. Quando é de mais longe eu procuro de onde ele tá ouvindo. Se é pela internet o cabra me fala. E se é pelo radinho, no alcance que ela tem, ele também fala para mim. É isso! Ela tem audiência e o povo tem interesse por ela. (Moura, R., 2016).

Esse interesse do qual fala o seu Raimundo está diretamente ligado à relação que as rádios populares estabelecem com o local, suas pautas e demandas, sejam dentro do próprio

assentamento quanto das comunidades no seu entorno. No cenário de uma comunicação muito concentrada, especialmente o rádio e a TV – e a TV muito mais que o rádio –, ao olhar para os pequenos municípios do interior do país, perceberemos que não existem muitas rádios locais e boa parte das que estão no ar são produzidas a partir das capitais ou das grandes cidades e retransmitidas para o interior, pouco dialogando com a realidade local. Mesmo os programas regionais de notícias, em uma parcela da sua programação, abordam temas elaborados a partir dos grandes portais ou agências e não os relacionam com o cotidiano de quem vive naquela localidade. Diferentemente do que se propõem as rádios do MST, como aponta Maria de Jesus dos Santos Gomes, educadora e membro do Setor de Educação do MST.

Aqui no Estado do Ceará, os camponeses e camponesas gostam muito de ouvir rádio, então as nossas rádios são promotoras da cultura camponesa, promotoras da formação da consciência, promotoras da educação. Em nossas escolas do campo utilizaram as rádios para poder fazer o acompanhamento dos estudantes nesse período da pandemia. Então as rádios também cumprem um papel de educação, de formação, de orientação para saúde. Nós agora nessa pandemia, a gente se comunicou muito com a população dos assentamentos, das regiões, trabalhando essa questão da pandemia, dos cuidados, do isolamento social através das rádios. (Gomes, 2021).

A Rádio Camponesa, assim como as outras rádios do MST, estão em áreas de assentamentos e devem ser entendidas como ferramentas fundamentais no processo de consolidação da Reforma Agrária Popular, porque elas são instrumentos da luta, aparatos da batalha das ideias na disputa para ganhar os corações e mentes para o projeto de transformação da sociedade.

[...] a comunicação ela é parte da luta, dessa luta do campo ideológico, da batalha das ideias e contribui, é claro, sem sombra de dúvidas, para avançar na construção da Reforma Agrária Popular, como um dos instrumentos, assim como é ocupação da terra, é a organização da cooperativa, da associação, assim como é a organização do grupo de mulheres, da juventude... a rádio é esse instrumento que a gente tem debatido e colocado como propósito de construção da Reforma Agrária Popular e num projeto de emancipação humana. Ou seja, elas são para gente uma força viva. Aqui no Ceará, as rádios estão nesse campo e não devia ser diferente, de ser essa força viva que hoje está reforçando cada vez mais essa tarefa da resistência ativa, projetando militantes, cumprindo um papel significativo da organicidade onde elas estão inseridas, nas comunidades, nas escolas, nas cooperativas, por exemplo. (Silva, 2021).

Essa construção é um processo e, para seguir o trabalho com as rádios é primordial entender as diferentes realidades e conhecer as distintas formas de organização dos assentamentos. As fases da pesquisa de campo realizadas apontam que, ainda que a essência

das emissoras FM esteja na transmissão em ondas eletromagnéticas, elas seguem na labuta para adentrar cada vez mais o universo virtual e um dos principais limites é o domínio da técnica por parte dos comunicadores e comunicadoras. A Camponesa, mais do que muitas outras rádios do MST, tem acesso à tecnologia e teria condições de se expandir ainda mais para além do *dial*, conferindo mais intencionalidade a essa atuação. No entanto, por mais que exista uma definição política para esse uso, é necessário existir, paralelamente, um processo formativo para que a equipe tenha domínio do manejo dessa ferramenta, uma vez que “a principal forma de relação entre o homem e a natureza, ou melhor, entre o homem e o meio, é dada pela técnica. As técnicas são um conjunto de meios instrumentais e sociais, com os quais o homem realiza sua vida, produz e, ao mesmo tempo, cria espaço” (Santos, 2006, p. 16).

Esse debate abre um outro campo de discussão que não é distinto: o papel e inserção da juventude na rádio. Há um entendimento de que as jovens e os jovens teriam mais possibilidades e condições de superar os limites técnicos apresentados e contribuir com os comunicadores e comunicadoras mais velhos, que são os que na prática dão vida à Camponesa – a maioria já passa dos 50 anos. Porém, salvo algumas exceções, essa juventude não está inserida na rádio. Vale dizer que a coordenação tem feito um esforço e buscado aproximar os jovens da emissora. Mas, a questão da juventude está além da rádio. Durante o período da pesquisa e também no acompanhamento a outras emissoras do MST, percebemos que a realidade da maioria dos assentamentos do país não conseguem garantir as condições mínimas de permanência da juventude no campo e esta acaba por sair da casa da família, principalmente em busca de estudo e trabalho.

Outro desafio apontado é a participação das mulheres na Camponesa. A análise da grade de programação da emissora evidencia a pouca participação de mulheres no comando dos programas que vão ao ar. O rádio em si ainda é um ambiente muito masculino e quando se olha para as rádios no campo, essa constatação ainda é mais visível. Os avanços obtidos na luta ainda não deram conta de superar o limite do espaço público para as mulheres e romper com a ideia de que essa esfera deva ser ocupada pelos homens. Francisquinha Rodrigues, assentada, poetiza, coordenadora do assentamento e uma das poucas mulheres na equipe entende bem o que significa ocupar esse espaço e a responsabilidade que isso representa.

Do rádio até medo nós tinha. Na primeira vez que a gente foi botar essa rádio no ar eu tremia, o tremelique era grande, a gente se tremendo de medo da rádio, mas era um sonho da gente poder tá divulgando também, tá dizendo que não é só do jeito que a rádio do Crateús diz. Por causa de uma programação diferente nós fizemos uma audiência boa. Até hoje nós temos uma programação diferente, mas [...] mesmo com todo o medo nós vamos tentando estudar para a gente buscar conhecimento, para poder ter uma rádio

melhor, até mesmo estudar as letras na escola e vamos melhorando. (Pinto; Rodrigues, 2016).

E ocupar espaços é também um dos grandes desafios das rádios do MST, desde o início das práticas radiofônicas da Organização. Algumas emissoras surgiram antes da aprovação da lei 9.612/98, que rege os serviços de radiodifusão comunitária no Brasil – e apenas duas delas ainda seguem em atividade. As demais rádios levantadas na pesquisa iniciaram suas transmissões depois do dia 19 de fevereiro de 1998. A legislação vigente — e seu aparato de repressão — proíbe a autorização para quem já “está no ar”. Ou seja, quer obrigar as emissoras a esperarem “pacificamente” a concessão. Como se fosse possível esperar a Reforma Agrária sem fazer luta. Diante disso, resta aos movimentos sociais do campo três saídas: desistir de instalar a rádio; insistir na autorização e se obrigar a funcionar com a potência abaixo da necessidade real ou romper as cercas e ocupar o latifúndio do ar.

O MST nasceu no berço das lutas de contestação à propriedade privada e a legislação que a protege. O debate acerca das rádios instaladas em assentamentos de Reforma Agrária não poderia ser diferente. Contestar a propriedade dos meios de produção da comunicação e ocupar o latifúndio do ar sempre foram as principais bandeiras das rádios do Movimento Sem Terra. “A decisão de construir rádios nos assentamentos é uma decisão política. Isso tem que ser compreendido e assumido pela coletividade do MST, tendo clareza que é uma ocupação. Que exige cuidados, formação, dedicação, enfrentamentos...” (Sousa, 2021). Abre-se aqui para uma outra questão que não está desassociada deste debate mais amplo. O entendimento do conceito das rádios comunitárias no MST sempre foi guiado pelo debate da legislação – legitimidade x legalidade. Ou seja, ao negar o caráter de Rádio Comunitária às emissoras, está se negando a adequação à legislação e legitimando a ocupação do espectro. Por isso, a maior parte das emissoras do Movimento se denominam livres e não comunitárias. Mas, esse debate traz um desafio do ponto de vista do diálogo, tanto interno (nas próprias emissoras) quanto externamente, pois na articulação com os movimentos de RadCom há uma concepção de que o caráter de Rádio Comunitária não está na sua situação legal, mas na relação que ela desenvolve com a comunidade no território na qual está inserida. Por isso, é preciso ampliar esse debate para consolidar uma linha política em relação às rádios instaladas nos territórios de Reforma Agrária e fortalecer a luta pela democratização da comunicação.

Retomando para a questão principal deste estudo. Hoje, o debate mais caloroso no cenário radiofônico, inclusive nos movimentos de rádios comunitárias gira em torno da convergência dos meios, principalmente do uso cada vez mais constante da internet. Ainda

que no campo a luta principal seja para conseguir ter uma rádio com condições de transmitir e se manter no ar, a discussão acerca da inserção de novas mídias é uma realidade, embora seja também um grande desafio. Ao analisar a trajetória de uma década da Rádio Camponesa Palmares é possível assegurar que complementariedade das tecnologias é um grande potencial para as emissoras sem terra. Apesar das dificuldades em obter dados mais detalhados dos acessos, é seguro afirmar que aliar FM e internet contribui sim para a expansão da referência política do MST. Muitas pessoas que sintonizam ou se conectam à rádio o fazem justamente por ela ter esse referencial na luta pela terra e pela Reforma Agrária.

Assim, pode-se dizer que a territorialização protagonizada pela Rádio Camponesa ocorre em dois momentos. Primeiro acontece quando a rádio se torna um instrumento de mediação do sujeito sem terra e a comunicação – na mediação entre o sujeito e o seu entorno (comunidade). Depois, ocorre no território do ar (dentro do território da mídia). A emissora, ao ocupar esse território, faz com que o MST se territorialize através da rádio que adentrou o território da mídia, construindo, assim novas conflitualidades. A disputa do território do ar se dá nessa busca, na territorialização, nesse movimento permanente. E neste aspecto a internet também cumpre um papel ao impor novas territorializações para a rádio, que está instalada no Ceará, mas dialoga e interage com outras localidades, produzindo, assim novas relações sociais. Ou seja, é um processo constante.

Neste momento em que o estudo está sendo finalizado, novas mudanças tecnológicas estão acontecendo, outras tecnologias estão sendo desenvolvidas e novos desafios são postos àqueles que se propõem a escrever sua memória e deixar sua marca na história da comunicação popular. Não se trata apenas de tecnologia, mas de movimento em movimento, acreditando, como Milton Santos, que a construção de um outro mundo é possível.

Ousamos, desse modo, pensar que a história do homem sobre a Terra dispõe afinal das condições objetivas, materiais e intelectuais, para superar o endeu-samento do dinheiro e dos objetos técnicos e enfrentar o começo de uma nova trajetória. Aqui, não se trata de estabelecer datas, nem de fixar momentos da folhinha, marcos num calendário. Como o relógio, a folhinha e o calendário são convencionais, repetitivos e historicamente vazios. O que conta mesmo é o tempo das possibilidades efetivamente criadas, o que, à sua época, cada geração encontra disponível, isso a que chamamos *tempo empírico*, cujas mudanças são marcadas pela irrupção de novos objetos, de novas ações e relações e de novas idéias. (Santos, 2001, p. 173).

A experiência da Camponesa FM traz uma luz e ânimo para seguir na luta, mostrando que é possível construir uma comunicação democrática, participativa e emancipadora, abrindo caminhos na luta em defesa de uma comunicação popular, especialmente das rádios vivas em cada rincão desse país. O rádio resiste e insiste.

REFERÊNCIAS

- 6 CONTROVÉRSIAS e escândalos do Facebook antes de mudar o nome para Meta. **BBC News Brasil**, 28 out. 2021. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-59085894>. Acesso em: 11 nov. 2021.
- ABAG. **Institucional**. [2017]. Disponível em: <http://www.abag.com.br/institucional/associados>. Acesso em: 20 abr. 2017.
- AGUIAR, Pedro. Uma história da Agência Brasil desde tudo que veio antes dela. **Agências de Notícias**, 20 jul. 2016. Disponível em: <https://agenciasdenoticiasblog.wordpress.com/2016/07/20/uma-historia-da-agencia-brasil-desde-tudo-que-veio-antes-dela/>. Acesso em: 27 mar. 2017.
- ANATEL. Mosaico. **Canais de Radiodifusão**. [2021]. Disponível em: <http://sistemas.anatel.gov.br/se/public/view/b/srd.php>. Acesso em: 18 nov. 2021.
- ANATEL. **Siacco**. [2021b]. Disponível em: <https://sistemas.anatel.gov.br/siacco/>. Acesso em: 18 nov. 2021.
- ANDRADE, Hildebrando Silva de. **Entrevista**. [29 abr. 2017]. Entrevistadora: Camila Bonassa Faria. Natal, 2017. Áudio digital (ca 05min). Entrevista realizada por *WhatsApp*.
- ANDRION, Roseli. Twitter registra alta de 41% em receita com publicidade e ações decolam. **Canal Tech**, 28 out. 2021. Disponível em: <https://canaltech.com.br/resultados-financeiros/twitter-registra-alta-de-41-em-receita-com-publicidade-e-acoes-decolam-200210/>. Acesso em: 11 nov. 2021.
- BANDA larga popular já está em mais de 4.500 municípios. **Portal Brasil**, 10 mar. 2014. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/governo/2014/03/banda-larga-popular-ja-esta-em-mais-de-4-500-municipios>. Acesso em: 29 de jan. 2017.
- BARRETO, Gustavo. Mini-manual do guerrilheiro digital. In: GIANNOTTI, Vito. **Comunicação dos trabalhadores e hegemonia**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2014. p. 188-199.
- BARRETO, Lima. **Recordações do escrivo Isaiás Caminha**. São Paulo: Expressão Popular, 2019.
- BASSI, Bruno Stankevicius. Nova Frente Parlamentar da Agropecuária reúne 257 deputados e senadores; com 25, PSL de Bolsonaro só fica atrás de PP e PSD. **De olho nos ruralistas**. Brasília, 25 mar. 2019. Disponível em: <https://deolhonosruralistas.com.br/2019/03/22/nova-frente-parlamentar-da-agropecuaria-reune-257-deputados-e-senadores-com-25-psl-de-bolsonaro-so-fica-atras-de-pp-e-psd/>. Acesso em: 06 nov. 2021.
- BASTOS, Manoel; STEDILE, Miguel Enrique; VILLAS BÔAS, Rafael Litvin. Indústria Cultural, hegemonia e educação. In: BASTOS, Manoel Dourado; GONÇALVES, Felipe Canova (Org.). **Comunicação e disputa da hegemonia: a indústria cultural e a reconfiguração do bloco histórico**. São Paulo: Outras Expressões, 2015. (Residência Agrária

UnB, 3). p. 27-39.

BOGO, Ademar. **A arte de informar**. s. l., ago. 1998. não paginado.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; VIEIRA, Eloy Santos. Economia política da internet e os sites de redes sociais. **Revista Eptic Online**. v.16, n. 2, p.75-88, mai./ago. 2014. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/2168/1947>. Acesso em: 18 nov. 2021.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues; BORGES, Maristela Correa. A pesquisa participante: um momento da educação popular. **Revista de Educação Popular**, Uberlândia, v. 6. p. 51-62, jan./dez. 2007.

BRANDÃO, Marcelo. A Voz do Brasil estreia hoje em novo formato. **Agência Brasil**. 31 out. 2016. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2016-10/voz-do-brasil-estreia-hoje-em-novo-formato>. Acesso em: 10 abr. 2017.

BRASIL. Ministério das Comunicações. Arquivo. **Gesac**. Brasília, [2015]. Disponível em: www.mc.gov.br/gesac. Acesso em: 02 nov. 2015.

BRASIL. Ministério das Comunicações. Arquivo. **Rádiodifusão Comunitária**. Brasília, [2014]. Disponível em: www.mc.gov.br/radiodifusao-comunitaria. Acesso em: 28 abr. 2014.

BRASIL. Ministério das Comunicações. Arquivo. **Wi-Fi Brasil**. Brasília, [2021]. Disponível em: <https://www.gov.br/mcom/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/wi-fi-brasil>. Acesso em 10 fev. 2021.

BRASIL. Ministério das Comunicações. **Plano Nacional de Outorgas 2016: Povos e Comunidades Tradicionais**. Brasília, 2016b. Disponível em: <http://www2.mcti.gov.br/documentos/espaco-radiodifusor/pno-2016-comunidades-tradicionais-2.pdf>. Acesso em: 29 jan. 2017.

BRASIL. Ministério das Comunicações. **Plano Nacional de Outorgas 2017/2019: Rádiodifusão Comunitária**. Brasília, 2017. Disponível em: <http://www2.mcti.gov.br/documentos/espaco-radiodifusor/plano-nacional-de-outorga-2017-2019-2.pdf>. Acesso em: 29 jan. 2017.

BRASIL. Presidência da República. **Decreto nº 7.175, de 12 de maio de 2010**. Brasília, 12 maio 2010. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Decreto/D7175.htm. Acesso em: 29 jan. 2017.

BRASIL. Presidência da República. **Decreto nº 2.615, de 3 de junho de 1998**. Brasília, 3 jun. 1998. Disponível em: <https://presrepublica.jusbrasil.com.br/legislacao/111702/decreto-2615-98>. Acesso em: 29 jan. 2017.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: Secom, 2014. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>. Acesso em: 09 abr. 2017.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria Especial de Comunicação Social. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2016**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom, 2016a. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016-1.pdf/view>. Acesso em: 24 jun. 2017.

BRASIL. Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações. Radiodifusão. Dados do setor de radiodifusão. **Lista de sócios e diretores**. Brasília, [2017a]. Disponível em: <http://www2.mcti.gov.br/index.php/dados-do-setora>. Acesso em: 09 abr. 2017.

BRASIL. Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações. Radiodifusão. Dados do setor de radiodifusão. **Planilha com dados numéricos de emissoras em todo o país**. Brasília, [2017]b. Disponível em: <http://www2.mcti.gov.br/>. Acesso em: 09 abr. 2017.

BRECHT, Bertold. **Poemas**: 1913-1956. São Paulo: Editora 34, 2000.

CADASTRO de sócios de empresas brasileiras. **Consulta Sócio.com**. Disponível em: <http://www.consultasocio.com/>. Acesso em 18 maio 2021.

CALABRE, Lia. A participação do rádio no cotidiano da sociedade brasileira (1923-1960). **Casa Rui Barbosa**. Disponível em: http://www.casaruibarbosa.gov.br/dados/DOC/artigos/a-j/FCRB_LiaCalabre_Participacao_radio_cotidiano_sociedade_brasileira.pdf. Acesso em: 18 maio 2017.

CALDART, Roseli Salete. Educação do Campo. In: CALDART, Roseli Salete et al. (Org.). **Dicionário de educação do campo**. Rio de Janeiro: Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio; São Paulo: Expressão Popular, 2012. p. 259-267.

CAMPELO, Lilian. Migração de AM para FM suspende renovação de rádios comunitárias, denuncia entidade. **Brasil de Fato**, Belém, 22 fev. 2017. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2017/02/22/migracao-de-am-para-fm-suspende-renovacao-de-radios-comunitarias-denuncia-entidade/>. Acesso em: 09 mar. 2017.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. A era da informação, economia, sociedade e cultura. 17. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2016, v. 1.

CEARÁ. Secretaria do Desenvolvimento Agrário. **Casa Digital do Campo leva capacitação para comunidades rurais**. Fortaleza, 18 jun. 2012. Disponível em: <http://www.sda.ce.gov.br/index.php/latest-news/44399-casa-digital-do-campo-leva-capacitacao-para-comunidades-rurais>. Acesso em: 7 fev. 2017.

CETIC. **TIC Domicílios 2020**: Edição Covid-19 - metodologia adaptada. 2021 Disponível em: <https://cetic.br/pt/tics/domicilios/2020/domicilios/A10A/>. Acesso em: 18 nov. 2021.

CHÃ, Ana Manuela. **Agronegócio e Indústria Cultural**: estratégias das empresas para a construção da hegemonia. São Paulo: Expressão Popular, 2018.

CONEGUNDES Soares 25119. **Eleições 2016**. [2016]. Disponível em: <https://www.eleicoes2016.com.br/conegundes-soares/>. Acesso em 01 maio 2017.

COSPITO, Giuseppe. Hegemonia. In: LIGUORI, Guido; VOZA, Pasquale (Orgs.). **Dicionário Gramsciano (1926-1937)**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2017, p. 365-368.

COUTINHO, Carlos Nelson. Introdução à Gramsci. In: ENFF. **Gramsci e a formação política**. Guararema: ENFF, 2012. (Caderno de Estudos ENFF), v. 5, p. 15-44.

CUNHA, Joana Tavares Pinto da. De Boletim a Jornal Sem Terra: comunicação para avançar na luta por hegemonia. In: BASTOS, Manoel Dourado; GONÇALVES, Felipe Canova (Org.). **Comunicação e disputa da hegemonia: a indústria cultural e a reconfiguração do bloco histórico**. São Paulo: Outras Expressões, 2015. (Residência Agrária UnB, 3). p. 149-170.

D'ANGELO, Pedro. Pesquisa sobre o Instagram no Brasil: dados de comportamento dos usuários, hábitos e preferências no uso do Instagram. **Opinion Box**, 18 jan. 2021. Disponível em: <https://blog.opinionbox.com/pesquisa-instagram/>. Acesso em: 11 nov. 2021.

DADOS de cerca de 1,5 bilhão de usuários estariam sendo vendidos em mercado de hackers. **Sputnik Brasil**, 28 out. 2021. Disponível em: <https://br.sputniknews.com/20211004/dados-de-cerca-de-15-bilhao-de-usuarios-estariam-sendo-vendidos-em-mercado-de-hackers-18088983.html>. Acesso em: 11 nov. 2021.

DOM FRAGOSO morre na Paraíba. **Diário do Nordeste**, 12 ago. 2006. Disponível em: <http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/cidade/dom-fragoso-morre-na-paraiba-1.603612>. Acesso em: 25 abr. 2017.

DOM FRAGOSO. **Diocese de Crateús**. Disponível em: <http://www.diocesedecrateus.net.br/dom-fragoso/>. Acesso em: 25 abr. 2017.

DONIZETE Arruda recebeu Título de Cidadão de Fortaleza. **CNews**, 30 ago. 2014. Disponível em: http://cnews.com.br/frisson/entretenimento/71696/donizete_arruda_recebeu_titulo_de_cidadao_de_fortaleza. Acesso em: 01 maio 2017.

DORE, Rosemary; SOUZA, Herbert Glauco de. Gramsci nunca mencionou o conceito de contra-hegemonia. **Cadernos de Pesquisa**. São Luís, v. 25, n. 3, jul./set. 2018, p. 243-260. Disponível em: <http://www.periodicos eletronicos.ufma.br/index.php/cadernosdepesquisa/article/view/9961/0>. Acesso em: 11 maio 2021.

ENGELMANN; Solange I.; PACHECO, Ana Íris Nogueira. Histórico da comunicação popular e contra-hegemônica do MST. In: SOUSA JÚNIOR, José Geraldo et al. (Org.). **Introdução crítica ao Direito à comunicação e à informação**. Brasília: FACUnB, 2016. (Série O Direito achado na rua). v. 8, p. 383-395.

ENTENDA o que é podcast. **Folha de S.Paulo**, 20 fev. 2006. Tec. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u19678.shtml>. Acesso em: 25 abr. 2017.

ESCRIVÃO FILHO, Antonio; TÁBOAS, Ísis Menezes. Comunicação como exercício da liberdade. In: SOUSA JÚNIOR, José Geraldo et al. (Org.). **Introdução crítica ao Direito à comunicação e à informação**. Brasília: FACUnB, 2016. (Série O Direito achado na rua). v. 8, p. 88-97.

FARIA, Camila Bonassa. **Ocupando o latifúndio do ar:** as experiências de rádio do MST e do EZLN. 2008. 86f. Monografia (Especialização em Estudos Latino Americanos) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2008.

FEITOSA, Sara; VIEIRA, Dirceu. Terra Livre: as experiências do MST. **Jornal Sem Terra**. São Paulo, out. 1997. p. 14-15.

FERNANDES, Bernardo Mançano. **MST:** formação e territorialização. São Paulo: Hucitec, 1999.

FERNANDES, Bernardo Mançano. **Sobre a tipologia de territórios**. [s.l., ca2009]. Não paginado.

FERNANDES, Bernardo Mançano. Movimentos socioterritoriais e movimentos socioespaciais: contribuição teórica para uma leitura geográfica dos movimentos sociais. **Revista Nera**. Presidente Prudente, Ano 8, n. 6, jan./jun. 2005.

FERRARETTO, Luiz Artur. Uma proposta de periodização para a história do rádio no Brasil. **Revista de economia política de las tecnologías de la información y de la comunicación**, v. 14, n. 2, maio/ago. 2012.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio:** o veículo, a história e a técnica. 3. ed. Porto Alegre: Doravante, 2007.

FPA. **Todos os membros**. 07 jan. 2021. Disponível em: <https://fpagropecuaria.org.br/todos-os-membros/>. Acesso em: 06 nov. 2021.

GERALDES, Elen Cristina. O Direito Humano à Comunicação e à Informação: em busca do tempo perdido. In: SOUSA JÚNIOR, José Geraldo et al. (Org.). **Introdução crítica ao Direito à comunicação e à informação**. Brasília: FACUnB, 2016. (Série O Direito achado na rua). v. 8, p. 20-30.

GIANNOTTI, Vito. **Comunicação dos trabalhadores e hegemonia**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2014.

GOMES, Maria de Jesus dos Santos. **Entrevista** [20 nov. 2021]. Entrevistadora: Camila Bonassa Faria. Fortaleza, 2021. Áudio digital (ca.15 min). Entrevista realizada por *WhatsApp*.

GONÇALVES, Felipe Canova. **A TV dos sandinistas:** identidade nacional e televisão na Revolução Nicaraguense (1979-1990). 2015. 247f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2015.

GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do Cárcere:** Maquiavel, notas sobre o Estado e a política. v. 3. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

GRAMSCI, Antonio. Temas de Cultura. Material Ideológico. In: COUTINHO, Carlos Nelson (Org.). **O leitor de Gramsci:** escritos escolhidos 1916-1935. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011, p. 341-342.

GROSSMANN, Luís Osvaldo. Marco Civil da Internet completa três anos com 56 projetos

propondo alterações. **Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação**. Clipping. 24 abr. 2017. Disponível em: <http://www.fncc.org.br/clipping/marco-civil-da-internet-completa-tres-anos-com-56-projetos-propondo-alteracoes-952986/>. Acesso em: 27 abr. 2017.

GUINDANI, Joel Felipe; BONASSA, Camila. A comunicação radiofônica do Movimento Sem Terra: história, panorama e desafios. In: CONFIBERCOM: SISTEMAS DE COMUNICAÇÃO EM TEMPOS DE DIVERSIDADE CULTURAL, 1., 2011, São Paulo. **Anais**. Disponível em: confibercom.org/anais2011/pdf/173.pdf. Acesso em: 10 jun. 2014.

HERZ, Daniel. **A história secreta da Rede Globo**. Porto Alegre: Editora Tchê, 1987.

IBGE. **Cidades@**. [2021b]. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ce/crateus/panorama>. Acesso em: 18 nov. 2021.

IBGE. **Cidades e Estados**. [2021a]. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/ce/.html>. Acesso em: 18 nov. 2021.

JANGADEIRO. [2021]. Disponível em: <https://jangadeiro.com.br/#soujangadeiro>. Acesso em: 18 nov. 2021

JORNAL SEM TERRA. São Paulo: Ano XVI, n. 170, jul. 1997. Disponível em: <http://docvirt.com/docreader.net/DocReader.aspx?bib=hemerolt&Pesq=revista%20sem%20terra&pagfis=3536>. Acesso em: 01 nov. 2021.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e Mídias Sociais**: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação. Rio de Janeiro: Editora Mauad X, 2016.

LA PORTA, Lelio. Opinião Pública. In: LIGUORI, Guido; VOZA, Pasquale (Orgs.). **Dicionário Gramsciano (1926-1937)**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2017, p. 584-585.

LEITORES avaliam positivamente o JST. **Jornal Sem Terra**. São Paulo, Ano XIV, n. 161. Especial. p. 7. Disponível em: <http://docvirt.com/docreader.net/DocReader.aspx?bib=hemerolt&Pesq=revista%20sem%20terra&pagfis=3348>. Acesso em: 24 jun. 2021.

LIMA, Mayrá. O MST e o exercício da democratização da comunicação. **MST**. 17 out 2021. Disponível em: <https://mst.org.br/2021/10/17/o-mst-e-o-exercicio-da-democratizacao-da-comunicacao/>. Acesso em: 17 out. 2021.

LIMA, Mayrá. O parlamento e o uso político dos meios de comunicações em CPIs contra movimentos de trabalhadores rurais. In: BASTOS, Manoel Dourado; GONÇALVES, Felipe Canova (Org.). **Comunicação e disputa da hegemonia**: a indústria cultural e a reconfiguração do bloco histórico. São Paulo: Outras Expressões, 2015. (Residência Agrária UnB, 3). p. 107-130.

LOPEZ, Debora Cristina et al. Sonia Virginia Moreira: Do espectro radiofônico aos espaços geográficos da Comunicação, uma pensadora que desbravou fronteiras. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**. Mariana, v. 12, n. 02, p. 167-176, mai./ago. 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/5195>. Acesso em: 18 nov. 2021.

MARINONI, Bruno. **Concentração dos meios de comunicação de massa e o desafio da democratização da mídia no Brasil**. São Paulo: Intervozes; Friedrich-Ebert-Stiftung, 2015. Disponível em: <https://intervozes.org.br/wp-content/uploads/2016/02/Projeto-FES-Artigo-concentracao-meio.pdf>. Acesso em: 29 jan. 2017.

MARTINS, Helena; BARBOSA, Bia. “Quem quer dinheiro”: MiniCom volta a ser comandado por radiodifusor. **Carta Capital**, 11 jun. 2020. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/quem-quer-dinheiro-minicom-volta-a-ser-comandado-por-radiodifusor/>. Acesso em 06 nov. 2021.

MARTINS, Helena. **Comunicações em tempos de crise: economia e política**. São Paulo: Expressão Popular; Fundação Rosa Luxemburgo, 2020.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **Manifesto do Partido Comunista**. São Paulo: Editora Expressão Popular, 2008.

MARX, Karl. **Liberdade de imprensa**. Porto Alegre: L&PM, 2006. (Coleção L&PM Pocket). v. 176.

MASSARO, Carlos. Plus FM estreia como rede em cidades do Ceará. **Tudo Rádio**, 29 jul. 2013. Disponível em: <http://tudoradio.com/noticias/ver/9526-plus-fm-estreia-como-rede-em-cidades-do-ceara>. Acesso em: 20 abr. 2017.

MATTOS, Laura. Cotado para Comunicações é dono de emissoras de rádio. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 06 jan. 2004a. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc0601200406.htm>. Acesso em 18 nov. 2021.

MATTOS, Laura.. Assessor de Eunício é ligado a rádios. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 07 jan. 2004b. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc0701200405.htm>. Acesso em 18 nov. 2021.

MELHORAR a comunicação. **Jornal Sem Terra**. São Paulo, Ano XI, n.119, set. 1992. Núcleos. p. 3. Disponível em: <http://www.docvirt.com/docreader.net/docreader.aspx?bib=HEMEROLT&pagfis=1268>. Acesso em: 24 jun. 2021.

MELLO, Maria Góes de. **Movimentos sociais em luta pela democratização da comunicação: da Confecom ao Projeto de Lei de Mídia Democrática (2009-2013)**. 2015. 130f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2015.

MÍDIA CEARENSE. Essa é pros seguidores de Crateús. Fortaleza, 27 ago. 2019. *Facebook*: @midiacearense. Disponível em: <https://www.facebook.com/midiacearense/posts/370928697175095>. Acesso em: 18 nov. 2021.

MÍDIA DADOS BRASIL 2021. [2021]. Disponível em: <https://midiadadosgmsp.com.br/2021/>. Acesso em: 06 nov. 2021.

MIELKI, Ana Claudia. Donos de rádio e TV formarão bancada de pelo menos 26 parlamentares no novo Congresso. **Congresso em Foco**, 30 jan. 2019. Disponível em:

<https://congressoemfoco.uol.com.br/temas/midia/donos-de-radio-e-tv-formarao-bancada-de-pelo-menos-26-parlamentares-no-novo-congresso/>. Acesso em 06 nov. 2021.
MOM-BRASIL. 2017. Disponível em: <https://brazil.mom-rsf.org/br/>. Acesso em: 06 nov. 2021.

MORAES, Denis. Por que a concentração monopólica da mídia é a negação do pluralismo. **Blog da Boitempo**, 17 jun. 2013. Disponível em: <http://blogdaboitempo.com.br/2013/07/17/por-que-a-concentracao-monopolica-da-midia-e-a-negacao-do-pluralismo/>. Acesso em: 26 abr. 2017.

MOREIRA, Ruy. Da região à rede e ao lugar: a nova realidade e o novo olhar geográfico sobre o mundo. In: **Ciência Geográfica**, Ano III, n. 6. Bauru: AGB, 1996.

MOREIRA, Sonia Virgínia. **O rádio no Brasil**. Rio de Janeiro: Rio Fundo, 1991.

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

MOURA, Iara. Raio X da ilegalidade: políticos donos da mídia no Brasil. In: **Direito à Comunicação no Brasil 2016**. São Paulo: Interviões, 2016. p. 45-59.

MOURA, Iara; URUPÁ, Marcos. A internet livre sob ameaça no Brasil. In: **Direito à Comunicação no Brasil 2016**. São Paulo: Interviões, 2016. p. 76-85.

MOURA, Raimundo Rodrigues de. **Entrevista**. [01 dez. 2016]. Entrevistadora: Camila Bonassa Faria. Crateús, 2016. Áudio digital [ca 35 min].

MPCE. **MPCE ajuíza ação contra vereadores de Crateús por irregularidades em licitações**. Fortaleza, 10 jan. 2018. Disponível em: www.mpce.mp.br/2018/01/10/mpce-ajuiza-acao-contra-veredores-de-crateus-por-irregularidades-em-licitacoes/. Acesso em: 18 nov. 2021.

MST. **A Comunicação do MST**. [entre 2000 e 2004]. Circulação interna. Não paginado. (MST, [entre 2000 e 2004])

MST. Arquivo. **Jornal Sem Terra**. [2021b]. Disponível em: <https://mst.org.br/jornal-sem-terra/>. Acesso em: 02 nov. 2021.

MST. Arquivo. **Nossa história**. [2021c]. Disponível em: <https://mst.org.br/nossa-historia>. Acesso em: 24 jun. 2021.

MST. Arquivo. **Quem somos**. [2021]. Disponível em: www.mst.org.br/quem-somos. Acesso em: 24 jun. 2021.

MST. **As rádios do MST**. 2004. Não paginado. Circulação interna.

MST. **Avaliação do trabalho da Rádio Brasil em Movimento durante a Marcha Nacional pela Reforma Agrária**. 2005. Não paginado. Circulação interna.

MST. **Carta do 5º Congresso Nacional do MST**. Brasília, 15 jun. 2007. Não paginado.

MST. **Cartilha de subsídios para o debate sobre comunicação.** São Paulo, 2019.

MST. **Construindo o caminho.** São Paulo, 1986.

MST. **Estudo e prática do Setor de Comunicação do MST:** anotações sobre os debates e da prática da militância da Comunicação do MST. s.l, dez.2002.

MST. **Importância da comunicação para os camponeses.** MST. São Paulo, mar. 1999. Não paginado.

MST. **Programa Agrário do MST.** 4. ed. São Paulo, 2015.

NOTÍCIAS da luta. **Jornal Sem Terra**, São Paulo, Ano VIII, n. 72, abr. 1988. Página do leitor. p. 19. Disponível em: <http://docvirt.com/docreader.net/DocReader.aspx?bib=hemerolt&pagfis=616>. Acesso em: 26 jan. 2021.

O SEMIÁRIDO contado por sua gente. Direção de Alexandre Alencar. Produção de Cleiton Barbosa. 2016. **Youtube** (25 min), color. Realização ASA – Articulação do Semiárido Brasileiro. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=r_Q81rvWPpQ. Acesso em: 31 jan. 2017.

OLIVEIRA NETO, Pedro Ferreira. **Entrevista** [03 dez. 2016]. Entrevistadora: Camila Bonassa Faria. Crateús, 2016. Áudio digital (ca.47 min).

OLIVEIRA NETO, Pedro Ferreira.. **Entrevista** [25 nov. 2021]. Entrevistadora: Camila Bonassa Faria. Crateús, 2021. Áudio digital (ca.47 min). Entrevista realizada por Zoom.

OLIVEIRA, Aline. **Entrevista** [21 nov. 2021]. Entrevistadora: Camila Bonassa Faria. Fortaleza, 2021. Texto. Entrevista realizada por *WhatsApp*.

OLIVEIRA, Jerry. **Entrevista** [04 abr. 2017]. Entrevistadora: Camila Bonassa Faria. Campinas, 2017. Áudio digital (ca.16 min). Entrevista realizada por *WhatsApp*.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio:** os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. 2. ed. São Paulo: Summus Editorial, 1985.

PEREIRA, Danilo Moura; SILVA, Gislane Santos. As tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) como aliadas para o desenvolvimento. **Cadernos de Ciências Sociais Aplicadas**, Vitória da Conquista, n. 10, 2010.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Comunicação nos movimentos populares:** a participação na construção da cidadania. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

PIERANTI, Octavio Penna. Expansão da radiodifusão: uma análise das 1.833 outorgas do governo Temer. **Revista Galáxia**. São Paulo, n. 6, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gal/a/KZ8VJHtgVnRt5tVbgJXyWBq/?lang=pt&format=html>. Acesso em: 06 nov. 21.

PINHEIRO, Luciana. Antonio dos Santos Soares Cavalcanti. **Fundação Getúlio Vargas.** [c2009]. Disponível em:

<http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-biografico/antonio-dos-santos-soares-cavalcanti>. Acesso em: 01 mai. 2017.

PINTO, Maria do Livramento; RODRIGUES, Francisquinha. **Entrevista** [30 nov. 2016]. Entrevistadora: Camila Bonassa Faria. Crateús, 2016. Áudio digital (ca. 62 min).

PINTO, Maria do Livramento. **Entrevista** [30 nov. 2016]. Entrevistadora: Camila Bonassa Faria. Crateús, 2016. Áudio digital (ca. 19 min).

PRATA, Nair. Webradio: novos gêneros, novas formas de interação. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 31, Natal, 2 a 6 set. 2008. **Rádio e Mídia Sonora**. Disponível em: https://www.ufrgs/estudioderadio/wp-admin/textos/webradio_novos_generos.pdf. Acesso em: 09 mai. 2016.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. **Dicionário de comunicação**. São Paulo: Editora Ática, 1987.

RÁDIO Camponesa FM: ocupando o latifúndio do ar. Direção de Eraldo Paulino. Produção de Gilselle Gomes, Guadameire Sousa e Patrícia Pereira. Crateús: Cáritas Diocesana de Crateús, 2017. **Youtube** (21 min). Documentário sobre a história da Rádio Camponesa FM. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=v3R5grILqiE>>. Acesso em: 31 mar. 2017.

RÁDIO CAMPONESA FM. **Rádio Camponesa FM localizada no Assentamento Palmares no município de Crateús (CE)**. Crateús, 2015. Não paginado. Circulação interna.

RAMONET, Ignácio. **A explosão do jornalismo**. São Paulo: Publisher, 2012.

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

RICCORDI, Paulo de Tarso. **Comunicar com a categoria ou com a sociedade?** Rio de Janeiro: 2001. Não paginado.

ROCHA, José Alves da. **Entrevista**. [01 dez. 2016]. Entrevistadora: Camila Bonassa Faria. Crateús, 2016. Áudio digital (ca 35 min).

ROCHA, Marcellus. Exclusivo! Sistema Jangadeiro terá estrutura unificada a exemplo do Sistema Verdes Mares. **Ceará é notícia**, 11 jun. 2020. Disponível em: <https://www.cearaenoticia.com.br/2020/06/exclusivo-sistema-jangadeiro-tera.html>. Acesso em: 18 nov. 2021.

RODRIGUES, Francisquinha et al. **Entrevista**. [29 nov. 2016]. Entrevistadora: Camila Bonassa Faria. Crateús, 2016. Áudio digital (ca 50 min).

RODRIGUES, Francisquinha. **Sem título (poema)**. 01 abr. 2017. Manuscrito. Fotografia obtida por *WhatsApp* em 20 abr. 2017.

ROSSETTO, Neuri. **Entrevista** [20 abr. 2017]. Entrevistadoras: Camila Bonassa Faria, Maria

Aparecida da Silva, Jade Percassi de Carvalho. São Paulo, 2017. Áudio digital (ca 36min).

SALGADO, Danielle. Pesquisa Facebook no Brasil: dados inéditos sobre a maior rede social do mundo. **Opinion Box**, 2 jul. 2021. Disponível em: <https://blog.opinionbox.com/pesquisa-facebook-no-brasil/>. Acesso em: 11 nov. 2021.

SANTOS, Marcio José dos. **Questão Agrária na Região de Bauru**: produção desigual de espaços e territórios através da contradição entre o agronegócio e a luta por reforma agrária. 2016. 114f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Instituto de Políticas Públicas e Relações Internacionais, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, São Paulo, 2016.

SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço**: Técnica e Tempo, Razão e Emoção. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.

SANTOS, Milton. **Espaço e Método**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**: do pensamento único à consciência universal. 6 ed. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SAQUET, Marcos Aurelio. **Abordagens e concepções de território**. 3ª ed. São Paulo: Outras Expressões, 2013.

SCHIAVON, Luis; RICARDO, Paulo. Rádio Pirata. In: RPM. **Revoluções por minuto**. São Paulo: Epic, 1985. Faixa 1. Disco de vinil.

SEM TERRA no rádio. **Jornal dos Trabalhadores Sem Terra**, São Paulo, ano 6, n. 62, São Paulo, maio 1987. Balaio de Notícias. p. 14. Disponível em: <<http://docvirt.com/docreader.net/DocReader.aspx?bib=hemerolt&pagfis=2675>>. Acesso em 26 jan. 2021.

SILVA, José Ricardo Basílio da. **Entrevista** [21 nov. 2021]. Entrevistadora: Camila Bonassa Faria. Fortaleza, 2021. Áudio digital (ca.35 min). Entrevista realizada por *WhatsApp*.

SILVEIRA, Maria Lidia Souza da. Notas sobre poder e Estado no pensamento político de Gramsci. In: ENFF. **Gramsci e a formação política**. Guararema: ENFF, 2012. (Caderno de Estudos ENFF), v. 5, p. 89-108.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. Redes virais e espectro aberto: descentralização e desconcentração do poder comunicacional. In: SILVEIRA, Sérgio Amadeu da et al. **Comunicação digital e a construção do commons**: redes virais, espectro aberto e as novas possibilidades de regulação. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2007. p. 21-55.

SIMPLÍCIO, Antônia Vanderlúcia de Oliveira. **Egressos do curso Pedagogia da Terra e suas práticas educativas**: um estudo de caso no Assentamento 25 de Maio, Madalena, Ceará. 2011. 152f. Dissertação (Mestrado em Educação e Ecologia Humana) – Faculdade de Educação, Universidade de Brasília, Brasília, 2011.

SOUSA, Francisco Genivando Santos de. **Entrevista** [20 nov. 2021]. Entrevistadora: Camila Bonassa Faria. Monsenhor Tabosa, 2021. Texto. Entrevista realizada por *WhatsApp*.

STEINBRENNER, Rosane. **Rádios comunitárias em regiões periféricas: o caso da Transamazônica**. 2012. Não paginado. Disponível em: <http://www.unicentro.br/redemc/2012/artigos/52.pdf>. Acesso em: 9 maio 2016.

SUPER Vale do Rio Poty AM – 590. **Meio & Mensagem**. Portfólio de Mídia. Disponível em: <http://portfoliodemidia.meioemensagem.com.br/portfolio/midia/SUPER+VALE+DO+RIO+POTY+AM+-+590/23019/home>. Acesso em 20 abr. 2017.

TELEX. **Wikipedia**. s.l, [2021]. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Telex>. Acesso em: 31 out. 2021.

TRICONTINENTAL. **O novo intelectual**. Dossiê n.13. São Paulo, fev. 2019.
URUPÁ, Marcos. Sociedade da informação, Direitos Humanos e Direito à Comunicação. In: SOUSA JÚNIOR, José Geraldo et al. (Org.). **Introdução crítica ao Direito à comunicação e à informação**. Brasília: FACUnB, 2016. (Série O Direito achado na rua). v. 8, p. 100-110.

VERISSIMO. Os sem-verdade. **O Globo**. Opinião. Rio de Janeiro: 1 jan. 2000. p. 7.

VILLAS BÔAS, Rafael Litvin. O novo ciclo de modernização conservadora e a centralidade da indústria cultural no contexto de reconfiguração hegemônica. In: BASTOS, Manoel Dourado; GONÇALVES, Felipe Canova (Org.). **Comunicação e disputa da hegemonia: a indústria cultural e a reconfiguração do bloco histórico**. São Paulo: Outras Expressões, 2015. (Residência Agrária UnB, 3). p. 41-84.

VOCÊ sabe o que é o Programa Nacional de Banda Larga? **Carta Capital**, 12 jan. 2016. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/especiais/infraestrutura/voce-sabe-o-que-e-o-programa-nacional-de-banda-larga>. Acesso em: 29 jan. 2017.

VOLPATO, Bruno. Ranking: as redes sociais mais usadas no Brasil e no mundo em 2021, com insights e materiais gratuitos. **Resultados Digitais**, 24 ago. 2021. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>. Acesso em: 11 nov. 2021.

WANDERLEY, Gisela Aguiar; CUNHA, Marcelo Barros da. Radiodifusão comunitária: das barreiras do processo de outorga à criminalização da prestação irregular do serviço. In: SOUSA JÚNIOR, José Geraldo et al. (Org.). **Introdução crítica ao Direito à comunicação e à informação**. Brasília: FACUnB, 2016. (Série O Direito achado na rua). v. 8, p. 137-143.

APÊNDICE A – FORMULÁRIO LEVANTAMENTO DAS ATIVIDADES RADIOFÔNICAS DO MST (2015)

LEVANTAMENTO DAS ATIVIDADES RADIOFÔNICAS DO MST - ROTEIRO DE QUESTÕES

1. Estado (UF)*

2. Responsável pelo preenchimento

Indicar os dados da (s) pessoa (s) responsável (is) pelo Setor de Comunicação no Estado

Nome*

Correio eletrônico*

Telefone*

Nome

Correio eletrônico

Telefone

3. Rádios FM

Preencher com as informações das rádios FM existentes em áreas de assentamento/acampamento/centro de formação etc. Se houver mais de uma rádio, por favor, informar os dados de todas.

3.1. Existem rádios FM em funcionamento no Estado?*

☐ Sim ☐ Não

3.2. Dados da rádio 1

Nome da rádio

Local onde está instalada a rádio (Indicar o nome do assentamento/acampamento/centro de formação)

Município

Qual a frequência da rádio?

Data de inauguração

Responsável pela rádio

Correio eletrônico

Telefone

Abrangência (quantos quilômetros alcança?)

Até 50 KM

De 50 a 100 KM

De 100 a 150 KM

De 150 a 200 KM

Acima de 200 KM

Não sabe informar

Qual a potência do transmissor?

Até 25 watts

De 25 a 50 watts

De 50 a 100 watts

De 100 a 200 watts

De 200 a 300 watts

Acima de 300 watts

Não sabe informar

A rádio tem acesso à internet?

Sim

Não

Qual é o tipo de conexão?

ADSL (via linha telefônica)

Cabo (via TV/Modem)

Móvel 3G (modem/celular)

☐ Rádio

☐ Satélite

☐ Satélite (antena GESAC)

☐ Outro:

A rádio é transmitida via internet?

☐ Sim

☐ Não

Se sim, informe a página web

A rádio tem perfil/página em alguma rede social?

☐ Facebook

☐ Twitter

☐ Instagram

☐ Flickr

☐ Outro:

A rádio tem autorização de funcionamento (outorga)?

☐ Sim

☐ Não

A rádio entrou com pedido de outorga em algum momento de sua existência?

☐ Sim

☐ Não

☐ Não sabe informar

Se sim, qual a situação do pedido?

☐ Deferido (autorizado)

☐ Indeferido (não autorizado)

☐ Tramitando no Ministério das Comunicações

☐ Em fase de liberação no Congresso Nacional

☐ Não sabe informar

Nome da associação/entidade responsável pela rádio

CNPJ da associação responsável pela rádio

4. Programas do MST em outras rádios

Preencher com as informações dos programas do MST realizados em outras rádios (comunitária, livre, educativa, comercial etc). Se houver mais de um programa de rádio, por favor, informar os dados de todos.

4.1. Existem programas do MST em outras rádios no Estado?*

☐ Sim ☐ Não

4.2. Dados do programa 1

Nome do programa

Nome da rádio na qual é veiculado o programa

Qual a frequência da rádio?

Município

Qual o tipo de modulação da rádio?

☐ AM ☐ FM

Qual o tipo de rádio?

☐ Comunitária

☐ Livre

☐ Comercial

☐ Educativa

☐ Outro:

Qual a frequência do programa?

☐ Diário

☐ Até três vezes na semana

☐ Semanal (uma vez por semana)

☐ Quinzenal

☐ Mensal

☐ Outro:

Indique os dias da semana nos quais o programa vai ao ar

☐ Domingo

☐ Segunda

☐ Terça

☐ Quarta

☐ Quinta

☐ Sexta

☐ Sábado

Indique o horário em que o programa vai ao ar

:

O programa é transmitido via internet?

☐ Sim

☐ Não

Se sim, informe a página web

O programa tem perfil/página em alguma rede social?

☐ Facebook

☐ Twitter

☐ Instagram

☐ Flickr

☐ Outro:

Nome do (a) responsável pelo programa

Telefone

Correio eletrônico

5. Rádio Poste ou Itinerante

Preencher com as informações das rádios postes ou itinerantes em funcionamento no Estado.
Se houver mais de uma rádio, por favor, informar os dados de todas.

5.1. Existem rádios poste ou itinerantes em funcionamento no Estado?*

☐ Sim ☐ Não

5.2. Dados da rádio 1

Nome da rádio

Tipo de rádio ☐ Poste ☐ Itinerante

Onde está instalada? (no caso de ser rádio poste)

☐ Acampamento

☐ Assentamento

☐ Escola

☐ Centro de Formação

☐ Cooperativa

☐ Outro:

Local onde está instalada (no caso de ser rádio poste, indicar o nome do acampamento/assentamento/centro de formação etc.)

Em quais momentos a rádio funciona?

☐ Todos os dias

☐ Somente quando há cursos

☐ Somente quando há outras atividades

☐ Nos finais de semana

☐ Somente durante a semana

☐ Nas marchas

☐ Outro:

Nome do (a) responsável pela rádio

Correio eletrônico

Telefone

6. Observações/Sugestões Caso exista alguma questão, observação e/ou sugestão que não esteja contemplada no questionário, por favor indique no campo abaixo.

**APÊNDICE B – FORMULÁRIO LEVANTAMENTO DAS ATIVIDADES
RADIOFÔNICAS DO MST (2020)**

Panorama das atividades radiofônicas

*Obrigatório

- Endereço de e-mail *

- Estado *

- Tipo de rádio *

Marcar apenas uma oval.

FM

Poste

Itinerante

Web

- A rádio está no ar atualmente? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

- Nome da rádio *

- Frequência da rádio

- Endereço completo (assentamento/acampamento; município) *

- Data de fundação

Exemplo: 7 de janeiro de 2019

- A rádio tem acesso à internet? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

- Se sim, qual o tipo de conexão?

Marcar apenas uma oval.

GESAC

Internet via rádio

Fibra ótica

Satélite

3G

4G

Outro: _____

- A rádio é transmitida pela internet? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

- Se sim, qual o endereço eletrônico (www)?

- A rádio possui perfil/página em alguma das mídias sociais listadas? (pode assinalar mais de uma) *

Marque todas que se aplicam.

Facebook

Twitter

Instagram

Outro: _____

- Quais as formas que a rádio utiliza para atender/dialogar com o público? *

Marque todas que se aplicam.

Telefone fixo

Celular

Mídias Sociais

Aplicativos de mensagem

Carta/bilhete

Nenhuma das opções

Outro: _____

- No caso do uso de mídias sociais e aplicativos, ele é a partir de meios:

Marcar apenas uma oval.

Coletivos da rádio

Particulares

As duas opções

- A rádio utiliza algum desses aplicativos de mensagem? (uso coletivo, não telefone pessoal)

Marque todas que se aplicam.

WhastApp

Telegram

Signal

Outro

- Se sim, qual o número (DDD+telefone)?

- A rádio está disponível em algum aplicativo de rádio? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

- Se sim, em qual?

- A rádio possui correio eletrônico (e-mail). Se sim, indique qual.

- Nome e contato (telefone e e-mail) de um responsável pela rádio *
