



Dossiê

Cultura popular nas páginas da revista *Sem Terra*

Lilian Crepaldi¹

RESUMO: O artigo tem por objetivo compreender como a revista *Sem Terra* representa as identidades e as culturas de um importante movimento social da América Latina: o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra. Para tanto, analisou-se dois artigos culturais da publicação utilizando como ferramenta de interpretação os conceitos de identidade e cultura de Néstor García Canclini. A partir da análise, conclui-se que o jornalismo alternativo dessa revista auxilia na construção de representações sociais, imaginários e memórias, uma vez que as mensagens culturais estão articuladas a outras esferas da realidade social.

PALAVRAS-CHAVE: *Identidade; cultura; jornalismo alternativo; Revista Sem Terra; MST*

¹ Lilian Crepaldi de Oliveira Ayala é doutoranda em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP, bacharel em Comunicação Social (Jornalismo) pela UMESP e bacharel e licenciada em História pela USP. É professora da Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação (FAPCOM-SP). Como pesquisadora, dedica-se aos temas: comunicação e cultura, identidades, movimentos sociais e jornalismo cultural.

Introdução

O contexto é a América Latina contemporânea. Movimentos sociais, armados ou não, reivindicam direito à terra, à participação política, à inclusão, enfim, uma infinidade de demandas não atendidas pela sociedade ou pelos poderes públicos. Sua mensagem é divulgada em linguagem simples, direta, como no exemplo a seguir: “Nós queremos reforma agrária e acreditamos que isso pode ser conquistado com ocupação e assentamentos produtivos”. Contudo, o mais incrível da mensagem é seu poder de romper a barreira espaço-tempo: qualquer pessoa com uma interface digital que contemple computador pessoal e acesso à Internet pode ler a mensagem, simpatizar com ela e, quem sabe?, acabar ingressando no movimento, ainda que viva do outro lado do mundo.

A atuação dos movimentos sociais na civilização tecnológica midiática já foi pesquisada sob diversos ângulos, buscando compreender a articulação desses movimentos com a sociedade por meio da mídia. O palanque apenas já não basta para atrair simpatizantes. É preciso mostrar adequação ao tempo. O século XXI tem se mostrado o grande momento para as mediações das redes tecnológicas, favorecendo a exposição política desses movimentos e promovendo interações antes difíceis em vista das barreiras tecnológicas.

2

Dos impressos aos blogs, houve alteração significativa nos meios de produção, circulação e recepção das mensagens. Assim, é preciso tornar a comunicação cada vez mais eficaz para que o discurso seja bem compreendido pelos interlocutores, e, em nível mais amplo, para dar às palavras poder de ação e transformação social. Com a multiplicidade de veículos, é preciso direcionar os meios segundo os objetivos da publicação e os diferentes públicos.

Nesse contexto, os movimentos sociais sentiram a necessidade de uma mídia alternativa a comercial e criaram diversas formas de comunicar suas mensagens a simpatizantes, estudiosos e integrantes dos movimentos. O Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) dispõe de jornais, revistas, panfletos, emissoras de rádio, apostilas, documentos, sites, entre outras formas de divulgação do movimento e de seus integrantes. Mais do que falar de política e economia, num estilo de panfletagem contemporânea, os veículos abordam as diversas esferas que circundam os movimentos sociais, entre as quais a esfera cultural e a étnica, objetos deste trabalho.

O objetivo geral é compreender como a revista *Sem Terra* representa as identidades e as culturas do MST. Para tanto, faremos uma análise de dois artigos culturais da revista partindo das teorias de identidade de Nestor García Canclini. O primeiro texto, intitulado *Tradição e identidade na arte de fazer panelas de barro*, foi escrito pela pesquisadora Carla Dias e

publicado na edição 41, de setembro e outubro de 2007. Já o segundo texto, *Viola-de-cocho: identidade e patrimônio do povo*, foi escrito por Daniel de Paula e publicado na edição 42, de novembro e dezembro de 2007

Nesta análise, partiu-se do conceito de identidade de García Canclini (2005b: 117), para quem identidade é uma “construção imaginária que se narra”. Os Estudos Culturais também abordam os conceitos de identidade. Neste trabalho, além do conceito de identidade proposto por García Canclini (2005b), recorreu-se ainda às ideias de Hall (2003), que não busca a identidade nas origens ou nas tradições de um povo, mas opta pela identidade diaspórica, resultado híbrido entre múltiplas interferências culturais. Segundo esse autor,

As identidades culturais são pontos de identificação, os pontos instáveis de identificação ou sutura, feitos no interior dos discursos da cultura e história. Não uma essência, mas um posicionamento. Onde haver sempre uma política da identidade, uma política de posição, que não conta com nenhuma garantia absoluta numa “lei de origem” sem problemas, transcendental. (2006: 70).

García Canclini foi nossa principal referência para analisar as mensagens culturais da revista Sem Terra:

Uno de los pocos consensos que existe hoy en los estudios sobre cultura es que no hay consenso. No tenemos un paradigma internacional e interdisciplinariamente aceptado con un concepto eje y una mínima constelación de conceptos asociados, cuyas articulaciones puedan contrastarse con referentes empíricos en muchas sociedades. Hay diversas maneras de concebir los vínculos entre cultura y sociedad, realidad y representación, acciones y símbolos. (2005a: 69)

3

Essas dificuldades em definir cultura estão presentes em *Diferentes, desiguais e desconectados* (2005b), obra em que o autor resume três grandes definições de cultura (2005b: 37-41):

- 1 – “cultura é o acúmulo de conhecimentos e de aptidões intelectuais e estéticas”;
- 2 - cultura como tudo aquilo criado pelo homem e por todos os homens a partir do natural que existe no mundo. São os nossos modelos de comportamento, os costumes, as distribuições espaciais e temporais;
- 3 – definição sociossemiótica, na qual a cultura abarca “o conjunto de processos sociais de produção, circulação e consumo da significação na vida social”. Neste trabalho, utilizou-se a terceira definição, buscando compreender nos textos da revista Sem Terra a “imbricação complexa e intensa entre o cultural e o social” (GARCÍA CANCLINI, 2005b: 45).

Contudo, para o autor, mais importante que ater-se às definições de cultura “é (...) descrever os esforços de convivência e não somente ressaltar as diferenças” (2005b: 180). Afinal, conforme García Canclini, “as maneiras pelas quais se estão reorganizando a produção, a circulação e os consumos dos bens culturais não são simples operações políticas ou mercantis; instauram modos novos de entender o que é cultural e quais são os seus desempenhos sociais” (2005b: 49).

Segundo o autor, para minimizar os conflitos em todo o mundo, é necessário buscar uma cidadania global com participação efetiva dos indivíduos. Para tanto, cumpre “ter comunicação com os diferentes, corrigir as desigualdades e democratizar o acesso a patrimônios interculturais tornaram-se tarefas indissociáveis para escapar deste tempo de abundância mesquinha”.

Para ele, passamos de um mundo multicultural para um mundo intercultural. O autor entende o multicultural como “justaposição de etnias ou grupos em uma cidade ou nação (2005b: 17). Nesse sentido, admite-se a diversidade de culturas e a aceitação do heterogêneo. Já o intercultural “remete à confrontação e ao entrelaçamento, àquilo que sucede quando os grupos entram em relações e trocas” (2005b: 17).

García Canclini (2005b) opta pela interculturalidade ao constatar que o multiculturalismo, em seus extremos, pode levar a ações afirmativas de certos grupos – mulheres, indígenas, afro-americanos, entre outros - que, por vezes, escondem dilemas compartilhados com grupos mais amplos.

O multiculturalismo, entendido como programa que prescreve cotas de representatividade (...) como exaltação indiferenciada das realizações e misérias daqueles que compartilham a mesma etnia ou o mesmo gênero, entrincheira-se no local sem problematizar sua inserção em unidades sociais complexas de ampla escala. (GARCÍA CANCLINI, 2005b: 26-27).

Ele entende que “permanecer numa versão fragmentada do mundo afasta as perspectivas macrosociais necessárias para compreender e intervir nas contradições de um capitalismo que se transnacionaliza de modo cada vez mais concentrado” (2005b: 27). O multiculturalismo, por sua vez, proporcionaria enriquecimentos e inovações estilísticas mediante empréstimos tomados de várias partes, mas não apresentaria tantas respostas ou levantaria novos questionamentos quanto o inter.

Assim, para compreender os fracassos sociopolíticos do mundo atual, o autor opta pela interculturalidade, que “implica que os diferentes são o que são, em relações de negociação, conflito e empréstimos recíprocos” (2005b: 17). Serão essas as relações que o presente trabalho se dispõe a analisar.

MST na grande imprensa

A fala, como qualquer ato de comunicação, traz consigo concepções e preconceitos próprios de cada interlocutor. Cabe ao pesquisador diferenciar o que é relevante do que é negligenciável para efeitos de análise. Embora este estudo se tenha limitado a uma publicação que dá apoio à causa dos movimentos sociais, convém apresentar também a visão da imprensa nacional não setorializada acerca do MST.

O Movimento Sem Terra aparece na imprensa repleto de negatividades e positivities, dependendo da linha editorial do veículo, da abrangência, do público-alvo, enfim, dos inúmeros fatores que interferem na produção e recepção das mensagens. Diversos autores já analisaram a presença do MST na mídia, o que nos autoriza a apresentar aqui apenas uma breve revisão dos apontamentos desses estudos. Bertol (2003) traça um panorama sucinto da posição da imprensa em relação ao movimento, estudando diversos veículos, com destaque para o *Jornal do Brasil* e a revista *Veja*.

Para a autora, a primeira etapa foi a demarcação do terreno, de 1984 a 1989, quando os sem-terra definiram seu terreno simbólico na mídia, apresentando as propostas e a origem do movimento. A segunda etapa foi a defensiva, entre 1990 e 1993, quando a imprensa deu destaque à violência contra os sem-terra, mas focava suas notícias no governo Collor. Destaque para a capa de *Veja* de 15 de agosto de 1990: “Violência – a escalada da selvageria assusta o país”. Na reportagem, abordava-se o conflito entre sem-terra e policiais na Praça da Matriz em Porto Alegre.

Nessa etapa, surgem as críticas contra o movimento, potencializadas pela declaração de Fernando Collor de Mello, que anunciava em tom de escárnio que os brasileiros com apartamentos de três dormitórios teriam de ceder um cômodo para os sem-terra. Começava o temor da classe média contra os movimentos em prol da reforma agrária.

Na terceira etapa do relacionamento entre a imprensa e o movimento – “a posse do terreno” –, entre 1994 e 1995, a imprensa expressava um clima de abertura e mostrava aos leitores o MST como um movimento de estrutura sólida. A quarta etapa foi de comunhão, entre 17 de abril de 1996 e 17 de abril de 1997. A data inicial indica a ocupação mais bem-sucedida da história do MST. A final marca o início da quinta etapa – o confronto –, que duraria até

2000. Segundo Bertol (2003: 16-17), “os sem terra ingressaram em nova esfera de luta simbólica, mais politizada, com códigos e normas diferentes (*dos*) do universo no qual eram costumeiramente retratados. A simpatia sobre o movimento evaporou-se”.

A luta pelo domínio do imaginário é visível na imprensa. Estudos recentes sobre mídia e MST concluem que a imprensa se esforça por criar uma imagem do sem-terra alheio a objetivos definidos, de alguém que invade áreas rurais mas não faz bom uso da terra. Um exemplo é a reportagem *Guerra no campo: MST – Os filhos querem revolução*, publicada em *Época*, nº 268, de 4 de julho de 2003, com autoria de Alexandre Mansur e Gerson Camarotti. O texto escolhe por protagonistas os jovens criados nas invasões. Apesar de não repetir o enfoque de outras reportagens e artigos sobre o movimento, o texto apresenta os jovens como organizadores de invasões e saques. Por outro lado, também aborda a educação. “A maioria dos jovens militantes foi preparada para o socialismo desde cedo. Embora tenham estudado em escolas municipais, receberam sua verdadeira formação ideológica em cursos promovidos nos acampamentos e assentamentos”, diz a reportagem.

Nessa linha, prossegue o texto de *Época*:

A partir de literatura desse teor, as crianças aprendem a desconstruir a história que ouviram nas escolas convencionais. Em um acampamento dos sem-terra, enquanto as mães lavam roupa no açude, a turma de 5ª série faz uma roda, com os cadernos abertos no colo. A professora começa: 'Latifúndio é uma grande extensão de terra improdutiva que deve ser desapropriada para reforma agrária'. Um dos meninos não se contém: 'Esse açude está improdutivo. Vamos invadir para nadar'.

6

Um dos entrevistados, com 19 anos na época da reportagem (2003), é taxativo em relação a seu pensamento político: "Quando 169 milhões de pessoas no país quiserem o socialismo, não vai ter jeito. Nem que seja pela força".

Romão (2002), ao associar o MST a movimentos históricos como os quilombos, Canudos, Contestado e Ligas Camponesas, afirma que o discurso sobre o MST na imprensa e nos setores dominantes da sociedade procura banalizar a luta pela terra e, por via de regra, trata os integrantes do movimento como criminosos, vagabundos e ignorantes. Nesse sentido, a autora afirma que outro não era o tratamento dispensado aos movimentos referidos.

Em 2008, uma pesquisa do Ibope encomendada pela mineradora Vale do Rio Doce, alvo constante das críticas dos sem-terra, apontou que 31% dos entrevistados diziam confiar no movimento, contra 65% que diziam não confiar. Esse dado pode servir de indício como o discurso da mídia comercial sobre os sem-terra foi apropriado pela população.

Mesmo com o discurso não favorável da imprensa, para o MST ainda é preciso resistir para que seus objetivos sejam alcançados. Segundo Paulo Freire, autor constantemente utilizado pelos educadores do movimento,

É preciso, porém, que tenhamos na resistência que nos preserva vivos, na *compreensão* do futuro como *problema* e na vocação para o *ser mais* como expressão da natureza humana em processo de estar sendo, fundamentos para a nossa *rebeldia* e não para a nossa *resignação* em face das ofensas que nos destroem o ser. Não é na resignação mas na *rebeldia* em face das injustiças que nos afirmamos. (1996, p.78)

A Revista *Sem Terra* e o jornalismo alternativo

A revista *Sem Terra* (RST) pode ser considerada uma das principais vozes do MST, sobretudo para o público interessado em abordagens mais profundas sobre as demandas do movimento, como as questões relacionadas à reforma agrária. Seu primeiro número foi publicado em julho de 1997, 13 anos após a fundação do movimento.

Em entrevista por e-mail, a editora-chefe da publicação, Beatriz Pasqualino, afirma que a RST foi criada a partir de uma avaliação interna da direção nacional do MST de que havia a necessidade de um veículo de comunicação do movimento, mas cujo público-alvo fosse externo a ele, ou seja, a sociedade em geral. Conquista de trabalhadores e trabalhadoras rurais, a revista pretende estabelecer a relação com a população urbana e informar sobre a questão agrária e a conjuntura nacional e internacional. Até então havia o *Jornal Sem Terra*, mas o público dessa publicação é o povo sem-terra. A partir dessa avaliação, a revista foi criada e executada pelo Setor de Comunicação da Secretaria Nacional do MST, com colaboração dos membros do setor espalhados por todos os Estados onde o movimento está organizado.

Num balanço sobre a história da publicação, disponível no site oficial do movimento, os editores afirmam que “há 7 anos, procuramos contribuir para o debate em torno de um projeto popular para o Brasil, no qual a justiça social deixa de ser sonho para tornar-se uma realidade construída pelos trabalhadores e trabalhadoras”. Beatriz complementa que

a revista *Sem Terra* surgiu com o objetivo de aprofundar os temas em pauta na sociedade, em especial a questão agrária, mas sem deixar de abordar outros temas de caráter nacional e internacional, atingindo grupos formadores de opinião e simpatizantes da luta pela Reforma Agrária no Brasil e no exterior. De lá para cá, vem contribuindo para uma visão mais ampla sobre o MST, além do que é tratado na mídia comercial.

A revista tinha 36 páginas, capa colorida, periodicidade trimestral e tiragem média de 10 mil exemplares. A partir de 2004, tornou-se bimestral, mas manteve a tiragem anterior. Atualmente conta entre 60 e 64 páginas em cores e é posta à venda por R\$ 5.

Beatriz Pasqualino está na edição da RST desde a edição 35 (2006), quando substituiu Hamilton de Souza. A editora e a equipe implantaram um novo projeto gráfico e tornaram a revista inteiramente colorida. Desde a edição 44 (abril/maio de 2008), Antônio Biondi divide a chefia de edição com Beatriz. A editora-chefe é formada em Jornalismo pela PUC-SP e está cursando Ciências Sociais na USP. Antes de ingressar na RST, Beatriz trabalhou, entre outras empresas, no *Correio da Cidadania* e na *Radiobrás* (Agência Brasil/Rádio Nacional).

A revista *Sem Terra* pode ser adquirida na loja da Reforma Agrária, em São Paulo, em algumas bancas de jornais e nas livrarias FNAC, EDUSP e Olho d'água. A editora Expressão Popular também comercializa a publicação. Em cada Estado brasileiro, é possível comprar a publicação nas secretarias do movimento. Apesar de a revista não realizar pesquisa detalhada sobre o público-alvo, a editora afirma que a publicação visa aos grupos formadores de opinião e simpatizantes da luta pela Reforma Agrária no Brasil e no exterior, tais como professores, estudantes (secundaristas e universitários), parlamentares, lideranças, militantes políticos/sociais, profissionais liberais, sindicatos urbanos, igrejas, organizações não-governamentais, partidos políticos, apoiadores internacionais do MST, movimentos sociais, entre outros.

Segundo Beatriz Pasqualino, os próprios trabalhadores realizam o trabalho de divulgação e distribuição da revista no Brasil. Para ela,

a parceria com outras publicações tem garantido a divulgação da Revista *Sem Terra* para um público dirigido, interessado em ter acesso a meios de comunicação alternativos. A publicação garante a sua divulgação através da relação de permuta de espaços: anuncia nos vários meios e também os divulga, como jornal *Brasil de Fato*, *Espaço Acadêmico*, *Correio da Cidadania*, revista *Teoria e Debate* etc.

Desde a edição 24 (maio e junho de 2004), a revista é divulgada também na página do MST na internet. É preciso acessar a página inicial do movimento – www.mst.org.br – para entrar na página da revista, sinalizada pela capa e pelo número da edição que circula nas bancas. A foto da revista situa-se ao lado da foto do *Jornal Sem Terra*, veículo mensal com 289 edições publicadas até janeiro de 2009.

Na página inicial da revista, no menu à esquerda da home, visualizam-se os seguintes itens: Destaque, Editorial, Reportagens, Expediente, Assinaturas, Onde Comprar, Edições da Revista e Fale Conosco, além de links com fotos para o *Jornal*

Sem Terra e a rádio *Vozes da Terra*. A página inicial destaca a capa da edição das bancas e a manchete, mostrando também o autor e o parágrafo introdutório. O destaque secundário é para o editorial. Em cada edição disponível on line, é possível ler a íntegra do editorial e trechos da matéria de capa. O acesso ao conteúdo completo da revista se faz apenas na versão impressa. O internauta também pode visualizar o sumário da edição das bancas e os sumários das edições anteriores (a partir da edição 24).

Desde o fim de 2007, a revista mantém parceria com a Editora Expressão Popular, que vende assinaturas e edições avulsas online, em sua página na internet.

No exterior, a revista *Sem Terra* é divulgada por meio de comitês de apoio à Reforma Agrária e ao MST, presentes principalmente na Europa, Estados Unidos e América Latina. O trabalho de divulgação no Brasil é feito a partir do contato com centenas de estrangeiros que vêm conhecer o País, o MST e as áreas de Reforma Agrária. É imediato reconhecer na revista o arco de alianças com outras publicações alternativas para a divulgação mútua, como o *Jornal Brasil de Fato*.

A publicação se divide nas seguintes editorias, que podem variar em cada edição: economia, editorial, política, nacional, transgênicos, movimento social, internacional, educação, mídia, esporte, história, cultura, música, literatura, resenhas, análise e humor. “A revista *Sem Terra* pretende, ainda, estimular o debate sobre as principais questões da política, economia, educação, história e cultura do País. Discute idéias e apresenta propostas defendidas pelos movimentos sociais e pelas quais têm se mobilizado”, diz Beatriz Pasqualino.

Sobre os temas abordados na revista, complementa

A questão agrária no Brasil é motivo de conflito há séculos e, somente nas últimas décadas, foi responsável pelos mais bárbaros crimes contra os direitos humanos e trabalhistas. Utilização do trabalho escravo; exploração do trabalho infantil; concentração de grandes extensões de terra nas mãos de poucos proprietários; êxodo de pequenos proprietários do campo com inchaço das metrópoles; uso da terra como fator de renda e prestígio político; morosidade da justiça em casos de conflitos; carência de financiamentos e créditos para a pequena produção são aspectos comuns na realidade brasileira que merecem ser abordados por meios de comunicação que visam informar e denunciar essa situação. Além disso, as informações sobre as conquistas dos trabalhadores organizados, omitidas pela imprensa— como a conquista da terra, de meios de viabilizar a produção, da cooperação, da educação, da saúde, entre outras — são tratadas com regularidade na revista *Sem Terra*.

A comissão editorial reúne nomes de peso no cenário brasileiro, como Ariovaldo Umbelino de Oliveira, professor de Geografia da Universidade de São Paulo e autor de diversas

publicações sobre a questão agrária no Brasil. Atualmente, o conselho editorial compõe-se dos seguintes nomes: Adelar Pizzeta, Alípio Freire, Ana Chã, Ariovaldo Umbelino de Oliveira, Beatriz Pasqualino, Carlos Finatto Bellé, Bernardete Castro Oliveira, Hamilton Octavio de Souza, Iná Camargo, Jaqueline Nikiforos, Marcos Zibordi, Neuri Rosseto, Nilton Viana, Nina Fideles, Ricardo Antunes e Wladyr Nader. As reuniões do conselho são realizadas bimestralmente.

A reunião de pauta, realizada a cada dois meses, envolve o Setor de Comunicação do MST na Secretaria Nacional de SP, sendo o convite aberto a colaboradores da RST e do MST. Nessa reunião, avalia-se brevemente a edição anterior e discutem-se as sugestões de pauta separadas por editoria. A aprovação de cada sugestão é feita pelo coletivo presente na reunião. Em seguida, solicitam-se os artigos e reportagens aos colaboradores indicados pelo grupo. A capa é decidida pelos editores, sendo a foto escolhida por sua estética e simbolismo político/social, não necessariamente relacionada à manchete. Em toda chamada da capa, apresenta-se a entrevista da edição, uma notícia de internacional, uma de política e outra relacionada a movimentos sociais ou cultura.

Dessa forma, os artigos publicados na RST são fruto de uma solicitação da equipe a partir do que foi discutido na reunião de pauta. Em caso de recebimento de artigo não solicitado, os editores discutem entre si e deliberam pela publicação ou não do texto.

10

A equipe da revista é formada por jornalistas, fotógrafos e colaboradores, a maior parte voluntários. Alguns colaboradores são fixos (Ricardo Antunes, Walter Garcia, Leda Paulani e Virgínia Fontes, todos desde a edição 44) e outros escrevem conforme os temas que estão em destaque. “Colaboram (*voluntariamente*) todos aqueles que se identificam com a proposta do MST e defendem um projeto popular para o Brasil, com Reforma Agrária e Justiça Social”, explica a editora.

A maioria dos financiamentos para a produção dos veículos de comunicação do MST vem de anúncios do governo, de empresas governamentais, sindicatos e de ONGs. A Petrobrás, por exemplo, veiculou quatro anúncios publicitários na revista ao longo de 2005, ao custo de R\$ 45.500, segundo informações da própria empresa. Em nota, a Petrobrás informou que os anúncios tiveram por objetivo “alcançar um público formador de opinião como professores, profissionais liberais, sindicatos urbanos, partidos políticos e apoiadores internacionais, além do público-alvo – camponeses, agricultores e sem-terra”.

A publicação, cuja responsável é a Associação Brasil Popular (Abrapo), conta com duas mil assinaturas pagas, que ajudam a manter a revista. A assinatura anual é de R\$ 42 e a bianual R\$ 77. Na página de assinaturas, consta a seguinte mensagem:

Há dez anos, procuramos contribuir para o debate em torno de um Projeto Popular para o Brasil, no qual a justiça social deixa de ser sonho para tornar-se uma realidade construída pelos trabalhadores e trabalhadoras. Tornando-se um assinante, você estará somando esforços nessa luta que completa 20 anos no MST.

A produção é custeada, a cada edição, pela própria circulação dos exemplares, que é feita por assinatura (centralizada na Secretaria Nacional, em São Paulo) e venda avulsa (descentralizada em todas as secretarias estaduais do MST). Uma parte das revistas impressas é destinada gratuitamente a educadores, formadores, militantes e dirigentes do MST. Da mesma forma, trabalha-se com assinaturas de cortesia a entidades sem condições financeiras para assiná-la.

Sobre a recepção do público leitor em relação à revista, Beatriz afirma:

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

Todos os membros da direção nacional do MST têm acesso à revista e a avaliam permanentemente, fazendo críticas e sugestões, que são repassadas aos editores. O editorial sempre é escrito por um membro da direção nacional do MST.

Segundo Beatriz Pasqualino, foi o compromisso com a reforma agrária, com as ações dos movimentos sociais e com a democratização da comunicação que fez com que a revista continuasse a existir, “mesmo depois de atravessar o período nebuloso dos maiores ataques da mídia e do governo ao MST e aos movimentos sociais”.

A editora complementa que a fase atual é “de potencializar instrumentos (...) para informar e mobilizar a sociedade em torno de um projeto para o Brasil, de vida digna e respeito aos que buscam superar os desafios herdados por séculos de exploração”.

Sobre a editoria de cultura, Beatriz afirma que a sessão é bastante procurada, tendo em vista que o foco é a cultura popular e regional. Em relação ao poder de transformação social dos meios de comunicação, diz:

Os veículos de comunicação são um meio de fazer luta social (...) a chamada ‘imprensa alternativa’ cumpre um importante papel de democratizar o acesso à informação e à comunicação (...). Há diversos meios eficazes de fazer luta social, não havendo somente

uma fórmula eficaz (...). O MST, por exemplo, acredita na mobilização e pressão popular por meio de manifestações, protestos e ocupações de terra. E, como militante do MST, eu também acredito nesses meios (...). Acredito no poder da informação, que pode ser usada para esclarecer uma população ou até manipulá-la, dependendo de como é usada. Por isso, rejeitamos o atual cenário de monopólio dos meios de comunicação no Brasil e defendemos uma maior pluralidade de ideias na mídia em geral, seja na forma de imprensa alternativa, rádio comunitária, TV comunitária, etc. Temos o entendimento de que, para avançar na resolução de um problema social, é preciso pressão social. Por exemplo, para que a sociedade acredite na Reforma Agrária e apoie as mobilizações sociais e ações governamentais contra a existência e perpetuação do latifúndio, é essencial que os habitantes das cidades compreendam tais problemas e caminhem juntos na busca de soluções justas e legítimas. Nesse sentido, os meios de comunicação desempenham um papel fundamental de conscientização social e política.

Para esse artigo, o critério para a escolha dos textos foi o tema *cultura*, independentemente da data de publicação. Para as análises, foi preciso definir algumas categorias de análise para que haja uma padronização nas interpretações. Em todas as reportagens ou artigos culturais, as seguintes palavras (e suas variações) foram tomadas como categorias para a análise de conteúdo, considerando suas variações: cultura, identidade, imaginário, tradição, campo, terra e o próprio nome do movimento social (MST).

12

Cultura popular na revista Sem Terra

A reportagem *Tradição e identidade na arte de fazer panelas de barro* (ver Anexo) divide-se em quatro partes: introdução do tema, dois subtítulos – *Fabricação Social*, *Reconhecimento* – e um box, *Confecção das panelas*, na parte inferior da p. 45.

O texto, disposto em três colunas, ocupa as p. 43-45, seguindo o padrão de localização da editoria de cultura na revista. Em preto aparecem o título (negrito) e o subtítulo (itálico), mas o nome da editoria está em verde, separado do texto por uma linha vermelha. Junto ao nome da editoria, uma pequena imagem mostra uma roda de festa junina, que simboliza ícone da editoria de Cultura. Todas as imagens são coloridas, acompanhando o projeto gráfico implantado a partir de 2006.

O layout das páginas mudou bastante em relação ao dos anos anteriores, tendo ficado nitidamente mais vivo e mais chamativo. Antes, abaixo do texto, como assinatura da página, constava o bimestre da edição da revista, agora substituído pelo logotipo da publicação, centralizado.

Carla Dias, que assina o texto, é pesquisadora, ceramista e autora de *Panela de barro preta – A tradição das panelas de Goiabeiras* (2006, Mauad). O crédito aparece no final da reportagem. O artigo tem três imagens. A da p. 43 mostra as panelas trabalhando à beira de um rio, expondo a integração entre ser humano e natureza, fundamental para o trabalho das panelas. Sob a foto de Elizabeth Nader, lê-se: *A cerâmica em argila queimada era fabricada pelos índios ainda antes da colonização*. Já a imagem da p. 44 mostra uma senhora manuseando uma panela de barro, e a legenda: *A produção artesanal das panelas foi transmitida de mãe para filha, de geração em geração*. A outra imagem da p. 44 é das panelas de barro, localizada acima do seguinte olho: *Hoje, panela é uma identidade socialmente construída pelas mulheres*.

As outras imagens estão na p. 45, num box que explica a confecção das panelas, assim dividido: 1. Extração da argila; 2. Modelagem; 3. Secagem; 4. Raspagem; 5. Polimento e secagem final; 6. Queima; 7. Acoite (pintura). O texto do box foi extraído do site www.panelasdegoiabeiras.hpgvip.ig.com.br, ativo e atualizado até a finalização deste artigo. O site é mantido pela Associação das Panelas de Goiabeiras (APG).

Ao todo, o texto faz três referências à palavra *cultura* e suas variações, nenhuma à palavra *imaginário*, sete a *identidade*, dez a *tradição* e suas variações, nenhuma a *campo*, nenhuma a *terra*, nenhuma ao *nome do movimento*, nenhuma à palavra *história* e nenhuma à palavra *comunidade*.

O artigo, que não utilizou fontes, é aparentemente uma síntese da pesquisa da autora. É o texto mais conceitual da amostra da revista *Sem Terra*, enfatizando a importância da fabricação das panelas de barro na construção da identidade social das panelas.

O início do texto sugere uma narração coloquial, intimista: “Ser panela é ser de Goiabeiras”. A pesquisadora indica a localização do bairro de Goiabeiras, mais especificamente Goiabeiras Velha, em Vitória, capital do Espírito Santo, e aponta as origens da confecção das panelas de barro, em linguagem acadêmica, mas sem pretensão alguma de parecer doutoral, mostrando a importância dessa tradição na constituição da identidade social dessas mulheres:

(...) um grupo de mulheres produz artesanalmente panelas de barro de uma "forma tradicional". Forma transmitida por suas mães, que, por sua vez, aprenderam também com suas próprias mães. Estamos falando de objetos materiais de cultura que chamamos de tradicionais, pois originalmente eram feitos para consumo local de um grupo restrito de pessoas, mas que, no correr do tempo, foram dinamicamente sendo transformados num símbolo regional reconhecido, porque consumido, em várias partes do território nacional.

No box que explica a confecção das panelas, a fonte é o site mantido pela Associação das Panelas de Goiabeiras (APG), pelo qual se aprende que essa tradição conta mais de 400 anos e remonta aos indígenas. São mulheres que produzem as panelas praticamente repetindo os índios na época da chegada dos portugueses e com os mesmos recursos de então.

Segundo a pesquisadora, a denominação "Goiabeiras Velha" seria “uma forma de identificar e marcar território e legitimar a antiguidade da ocupação: esse é o lugar da autêntica panela de barro”. Neste trecho, observa-se a importância da autenticidade para legitimar a identidade social das panelas, seu lugar de pertencimento e o produto do trabalho. Assim, a autêntica panela de barro seria somente a que é fabricada da maneira artesanal pelas mulheres de Goiabeiras.

A autora prossegue explicando que o mangue, um dos componentes que demarcam a ocupação espacial do ofício dessas mulheres, vem perdendo área, sufocado pela expansão urbana e pelos inúmeros aterros. Como o mangue é fonte de sustento para muitas famílias, não é difícil deduzir que esse ganho se reduz à medida que o crescimento urbano avança.

Ainda em linguagem acadêmica, típica da área de Ciências Sociais, a pesquisadora adota termos como *sujeitos, identidade e tradição*, conforme se vê no exemplo:

Ser panela significa ocupar um determinado lugar na sociedade, lugar que não existia a priori, mas que foi construído pelos sujeitos que o ocupam. Hoje, panela é uma identidade socialmente construída pelas mulheres que fazem panelas de barro pretas, do mesmo modo e no mesmo lugar que suas mães e avós faziam. O status atribuído às mulheres provém do papel que desempenham, como representantes legítimas de uma tradição artesanal.

14

No subtítulo *Fabricação social*, a autora passa a tratar do comércio das panelas de barro “por uma nova rede de mercadores: lojas de artesanato, turistas com seus souvenirs, e restaurantes que servem a moqueca. Esses são os maiores compradores por participarem da rede de turismo. As panelas foram então ‘descobertas’ e suas produtoras ‘reveladas’”. Após a apresentação dos consumidores das panelas, os objetos – antes utilizados para consumo privado –, tornaram-se objetos públicos, inclusive para servir a tradicional moqueca capixaba. Uma vez que se tornou público, passou então a ser

exposto como objeto de artesanato popular em feiras e museus nos grandes centros urbanos. Neste contexto de crescente demanda, a pequena produção familiar, feita nos quintais entre uma ou outra tarefa doméstica, foi modificada e ganhou novos contornos e novos modos de organização e produção.

Dessa forma, as tradicionais panelas foram integradas ao complexo econômico por meio das atividades turísticas, o que leva a autora a conjecturar se as relações comerciais, de alguma forma, não teriam interferido na legitimidade dessas panelas, uma vez que o mercado foi o fator determinante para que tais mulheres fossem as legítimas produtoras e para que o

processo de trabalho fosse tão importante quanto o produto. “Desta forma, as paneleiras de Goiabeiras se identificam, também, por oposição. Portanto, a noção de identidade social, como categoria construída, pode ser pensada num processo que se efetiva a partir da constituição da alteridade, logo, a partir de uma interação”.

Por esse raciocínio, a autora demonstra que a identidade não é estanque, mas em permanente construção. Para ela, “inscrever na tradição foi uma das formas de se atribuir valor simbólico aos objetos”. Ou seja, para que o produto final fosse mais valorizado no mercado, foi necessário buscar uma origem remota ao processo produtivo. Ao mesmo tempo, os usos das panelas foram alterados e já não remontam à utilização original: “Antigamente eram objetos de uso do grupo, hoje o grupo constrói a sua identidade por meio deste objeto, o que muda completamente o sentido de sua existência”, afirma a pesquisadora. Ela reforça essa transformação identitária provocada pelo mercado de consumo e a necessidade de reconhecimento:

As mulheres, na construção da sua tradição, buscam uma legitimidade cultural, o reconhecimento de seus artefatos enquanto meio material e meio simbólico de sobrevivência do grupo. Produzem seus objetos do mesmo modo que suas mães e avós faziam, como forma de se identificarem como ‘autênticas’ e ‘legítimas’ herdeiras da ‘tradição’(...). A panela, como objeto, é portanto a representação material de processos sociais empreendidos pelas paneleiras de Goiabeiras através de seu fazer, de seu trabalho: elas produzem, assim, sua forma de estarem no mundo, identificando-se e diferenciando-se. As panelas, como objeto material, são representações a um tempo concretas e simbólicas da identidade deste grupo. É por meio dos objetos que produzem, de sua ação sobre a matéria, que as mulheres produzem a sua identidade de paneleiras, produção que se legitima na tradição por elas conquistada.

15

A ideia central do texto da pesquisadora é a construção identitária por meio da fabricação das panelas de barro. Ser paneleira significa também posição social, tendo em vista que a maioria das famílias tira seu sustento do comércio das panelas.

No subtítulo *Reconhecimento*, informa a pesquisadora que, a princípio, as mulheres sentiam vergonha por ser paneleiras, categoria a que faltava qualquer atributo positivo de valor. A importância econômica da atividade, porém, alterou não somente a visão dos outros em relação às paneleiras, mas, sobretudo, a própria visão que tinham de si mesmas. Foi, a propósito, expressivo o aumento no número de paneleiras e outras pessoas que não herdaram o ofício de seus antecedentes também passaram a realizar a atividade:

pois a panela deu acesso a bens de consumo que antes não existiam em suas vidas cotidianas: esta é uma das possibilidades ou funções dos artesanatos em contextos sociais de mudança: a preservação das formas e o aumento na produção e venda para o mercado teriam por objetivo a aquisição de bens materiais e a permanência no território.

Assim, além de reforçar a identidade, a atividade econômica também contribui para que as pessoas tenham condições materiais de permanecer em seu local de origem. “Por meio dos objetos tornam-se visíveis as identidades dos grupos que os produziram.

Os objetos, então, possibilitam uma marcação para dentro e para fora, na medida em que propiciam que as mulheres reconheçam sua singularidade, o que as faz serem paneleiras.”, conclui Carla Dias.

Embora com aspectos gerais de pesquisa acadêmica, o texto não faz referências a autores nem transcreve entrevistas com as paneleiras para que o leitor conheça melhor as personagens, como seria de esperar num texto jornalístico. Desse modo, mesmo sendo o tema *cultura popular*, não se explora a relação entre pesquisa e objeto de pesquisa, mas privilegiam-se as concepções da autora acerca da importância das paneleiras.

No box que explica a confecção das panelas, como dito anteriormente, a autora faz referência à fonte, um site produzido pela Associação das Paneleiras de Goiabeiras, entidade de que o texto não trata em momento algum. A nosso ver, uma menção à APG era imprescindível dada importância da atividade econômica, tema que a autora aborda no texto e é fundamental para redefinir a identidade das paneleiras. No site, idealizado pela paneleira Rosemary Corrêa, é possível conferir a história das paneleiras, os modelos das panelas e seus principais usos, receitas tradicionais do Espírito Santo, o modo de confecção das panelas, contatos (telefones e e-mails) e uma galeria de fotos em que se acompanham as diversas etapas da produção. Numa das páginas, informa-se que o site tem como “principal objetivo a informação correta sobre as Paneleiras de Goiabeiras” e que Rosemary tem clientes em vários Estados do Brasil e em outros países, como Estados Unidos, Austrália e França.

A Associação proporcionou uma organização mais sistemática do trabalho, antes realizado nas casas. No galpão da Associação, que virou ponto turístico, cada paneleira produz e comercializa suas próprias peças.

Além das informações sobre a Associação, o texto poderia ainda abordar o fato de o Ofício das Paneleiras de Goiabeiras ter sido declarado patrimônio imaterial do Brasil pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), o primeiro anotado no Livro de Registro de Saberes, em 20 de dezembro de 2002. O IPHAN inclusive disponibiliza um dossiê completo de 72 páginas sobre o ofício das paneleiras.

Outro fato que teria merecido menção é a Festa das Paneleiras, realizada anualmente em Goiabeiras Velha, com demonstração da confecção de panelas, culinária local (a moqueca capixaba, a moqueca de garoupa salgada com banana-da-terra e a torta capixaba têm de ser feitas em panela de barro para serem consideradas autênticas) e shows de música e dança.

O Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) estima que cerca de 250 pessoas de Vitória produzem painéis de barro com a técnica tradicional. Somente na Associação, cerca de 50 pessoas produzem 21 tipos de painéis de barro, com produção média de 1.200 peças por mês.

Já a reportagem *Viola-de-cocho: identidade e patrimônio do povo* (ver Anexo) divide-se em cinco partes: introdução do tema, três subtítulos – *Tradição*, *Crítica*, *Capitalismo* – e um box, *Reconhecimento Oficial*, à p. 42. Já nos subtítulos, é possível observar o tom crítico do texto.

O texto, disposto em três colunas, ocupa as p. 41-43, seguindo o padrão de localização da editoria de cultura na revista. O título, em negrito, é acompanhado do subtítulo, em itálico. O nome da editoria está em verde, com texto separado por uma linha vermelha. Ao lado do nome da editoria, uma pequena imagem mostra uma roda de festa junina, ícone da editoria de Cultura. Todas as imagens são coloridas, obedecendo ao projeto gráfico que a revista implantou a partir de 2006.

O layout das páginas modificou-se bastante em relação ao dos textos anteriores a 2006. As legendas vêm numa moldura retangular de linha fina, ocre – cor que se repete no fundo do quadro para maior efeito visual. Abaixo do texto, como assinatura da página, está centralizado o logotipo da revista.

17

O autor do texto, Daniel de Paula, é mato-grossense, músico graduado e especialista em Antropologia Cultural, conforme crédito que aparece no final do texto.

O artigo tem quatro imagens. A da p. 41 mostra dois violões-de-cocho e tem a legenda: *Desde 2005, o modo de fazer viola-de-cocho é patrimônio imaterial do Brasil*. A imagem da p. 42 mostra três homens tocando viola-de-cocho e tem a seguinte legenda: *O instrumento está presente nas festas e comemorações mato-grossenses*. Já as imagens da p. 43 mostram a confecção do instrumento e sua utilização por profissionais numa orquestra. As imagens têm a legenda: *Artesão confecciona violas-de-cocho. Ao lado, violeiros se apresentam em orquestra no Mato Grosso*.

O texto tem dois olhos, com as seguintes frases: “Quando o ‘do povo’ desliza para o ‘popular’, o adjetivo tende a deslizar para um outro que encobre efetivamente a contradição de luta” e “A viola-de-cocho esteve presente em todos os movimentos da vida do povo cuiabano”.

Ao todo, o texto faz 20 referências à palavra *cultura* e suas variações, nenhuma referência à palavra *imaginário*, duas a *identidade* (uma delas no título), quatro a *tradição* e suas variações (uma delas num subtítulo), nenhuma a *campo*, nenhuma a *terra*, nenhuma ao *nome do movimento*, nenhuma à palavra *história* e três à palavra *comunidade*.

O artigo utilizou três fontes, todas bibliográficas: 1- Peter Fry, autor de *Para Inglês Ver*; 2 - Marilena Chauí (de quem consta apenas a data da obra, 1985); 3 - Celso Rui Beisiegel (somente a data da obra, 1985).

Aparentemente, o texto sintetiza alguma pesquisa acadêmica do autor. Assim como o texto sobre as paneleiras, este artigo é mais conceitual do que outros da revista *Sem Terra*.

O início é bastante didático, explicando a existência de três instrumentos principais no Mato Grosso: a viola-de-cocho, o ganzá e o mocho. Para o autor, eles fazem parte das manifestações culturais dos municípios da baixada cuiabana. Ele enfatiza que compreender a organização cultural da população cuiabana “é percorrer o diversificado universo cultural e musical do ribeirinho cuiabano descendente dos antigos aventureiros, escravos e índios, os quais contribuíram para dar forma a esses instrumentos e seus usos como conhecemos hoje”. Observa-se que o autor atribui importância à miscigenação cultural do povo cuiabano, mostrando as diferentes influências étnicas que moldaram o homem local.

Em seguida, lemos que não há registros “na história da música cuiabana ou mato-grossense em que a viola-de-cocho esteja inserida”, o que parece indicar “falta de compromisso com a expressão cultural das comunidades cujas práticas não se adequavam ao perfil da elite imperial, como era chamada na época”. Essa afirmação – quiçá uma das conclusões do trabalho acadêmico do autor – aponta para como as expressões culturais de comunidades excluídas socialmente são preteridas pela cultura da elite, opinião quase unânime das revistas de esquerda, invariavelmente presente nas reportagens e artigos sobre cultura.

O autor também informa que os poucos registros sobre o objeto são relatos de viajantes, “documentos [que] traduzem seus esforços em desprestigiar as expressões culturais do povo cuiabano, principalmente dos ribeirinhos, a partir de uma visão etnocêntrica e preconceituosa”. Ou seja: além do desprestígio interno da elite local, haveria ainda a visão externa negativa em relação à expressão cultural do povo cuiabano.

Dessa forma, na ausência de registros que permitam abordar em profundidade o objeto cultural *viola-de-cocho*, é preciso penetrar no terreno da tradição para compreender essa manifestação cultural tão característica daquele povo. No subtítulo *Tradição*, o autor novamente enfatiza que a viola-de-cocho sempre esteve ligada “aos espaços dos menos favorecidos economicamente, compartilhados tanto por trabalhadores livres quanto por ex-escravos e até mesmo escravos urbanos”. E, reforçando seu posicionamento, complementa:

Seus práticas eram abominadas pela elite social e passaram a ser reprimidas através de legislação e controladas por autoridades policiais. A fundamentação da identidade do cuiabano posta pela elite se baseava na imagem dos bandeirantes, na igreja, no passado

de glória vivido por seus desbravadores e sempre por figuras pertencentes à classe dominante.

Pelo trecho anterior, observa-se que a imagem a ser construída do povo local era a do “herói” bandeirante, não o caçador de indígenas, mas sim o desbravador de novas terras e conquistador de metais preciosos. Importa lembrar que a construção da identidade nacional se origina no século 19 e que ela se processa na escolha e lapidação de modelos que sirvam de exemplo para o povo. No caso das regiões Sudeste e Centro-Oeste, o bandeirante foi erigido pelas autoridades como o modelo de virtudes a seguir.

A despeito das atrocidades cometidas contra os indígenas, o modelo de bandeirante que prevaleceu foi o desbravador, o descobridor, o empreendedor.

Ainda se remetendo ao passado para explicar a origem do mato-grossense, o autor afirma que,

enquanto a elite social se divertia com seus violinos, pianos, orquestras, ditando a tônica dos saraus litero-musicais, onde aconteciam a importação das músicas e das danças européias, a população ‘pobre’ da capital mato-grossense tinha como palco para seus divertimentos os quintais dos bairros pobres, a beira do rio e, ao contrário da elite, seus instrumentos eram confeccionados pela própria comunidade, de forma artesanal.

Está criado o ambiente para o autor introduzir um de seus principais argumentos: a cultura popular em contraposição à cultura de elite. E, considerando que faltavam às comunidades pobres condições financeiras para comprar instrumentos, a solução era confeccionar seus próprios instrumentos musicais para expressar sua cultura. A cultura da viola-de-cocho, dessa forma, se manifesta tanto na confecção do instrumento quanto na sua utilização.

Arrematando a comparação entre cultura de elite e manifestações populares, Daniel comenta que a viola-de-cocho sempre esteve presente na vida do povo, “apesar de toda essa discriminação, desprestígio e às vezes perseguições”. Nesse trecho, o leitor percebe que o instrumento musical não é visto com bons olhos pela elite mais “educada” da região, para quem a cultura que merece prestígio é a tradicionalmente consagrada, de origem europeia.

Segundo Stuart Hall (2003: 257), “o essencial em uma definição de cultura popular são as relações que colocam a ‘cultura popular’ em uma tensão contínua (de relacionamento, influência e antagonismo) com a cultura dominante”. Para esse autor, o domínio das formas e atividades culturais é sempre variável. Assim, “o significado de um símbolo cultural é atribuído em parte pelo campo social ao qual está incorporado” (2003, p.258). Destaca-se, nesse trecho, a importância da luta de classes também no campo cultural.

Entretanto, segue discorrendo Daniel de Paula, a cultura popular terminou por sobrepor-se à cultura das elites, moldando de forma definitiva a identidade cuiabana. Por suas palavras,

Atualmente, a essência da ‘cuiabania’ está fundamentada em elementos culturais do cuiabano ribeirinho, tais como o peixe, as comidas típicas, a cerâmica, o siriri, o cururu e, claro, a viola-de-cocho, que, além de símbolo da ‘cuiabania’, é símbolo da cultura mato-grossense e, por último, ‘um bem patrimonial brasileiro’.

No subtítulo *Crítica*, o pesquisador alerta para que visão aparentemente positiva formada sobre a viola-de-cocho venha escamotear outro sentido cultural desse bem. Passa, então, a fazer diversas perguntas-desafio para si e, por conseguinte, para o leitor que acompanha sua argumentação: “Como a viola-de-cocho ‘saiu’ da situação de exclusão para vir a ser considerada ‘símbolo da cultura mato-grossense’ e agora brasileira? Por que este item produzido e elaborado pelos ribeirinhos foi hoje apropriado pelos produtores da cultura de massa e incorporados à mídia? Por que no Brasil os produtores de símbolos nacionais e da cultura de massa escolhem itens culturais produzidos originalmente por grupos dominados?”

À guisa de resposta, Daniel de Paula, inicialmente, recorre a Peter Fry e ao seu *Para Inglês Ver*:

(...) a adoção de tais símbolos [é] politicamente conveniente, um instrumento para assegurar a dominação mascarando-a sob outro nome (...), a convenção de símbolos étnicos em símbolos nacionais não apenas oculta uma situação de dominação racial, mas toma muito mais difícil a tarefa de denunciá-la. Quando se convertem símbolos de 'fronteiras' étnicas em símbolos que afirmam os limites da nacionalidade, converte-se o que era originalmente perigoso em algo 'limpo' e 'seguro' e domesticado.

20

No trecho anterior, o autor esclarece sua postura acadêmica em relação às identidades. Para ele, em consonância com a obra referida, sempre que se transformam símbolos de culturas tradicionais e populares em símbolos nacionais, ocultam-se as diferenças sociais e acalma-se a população excluída que, de alguma forma, se vê representada por aquele símbolo. A cultura torna-se forma de dominação, uma maneira de ocultar conflitos mais profundos. De acordo com García Canclini (2006: p.32), “a cultura é um processo de unificação multinacional, uma articulação flexível de partes, uma montagem de características que qualquer cidadão de qualquer país, religião ou ideologia pode ler ou usar”.

Em seguida, para referendar sua posição sobre a questão identitária, o autor faz uma citação direta da filósofa brasileira Marilena Chauí, que também estuda questões identitárias e culturais, não citando o nome da obra, apenas a data de publicação: “cultura só pode ser cunhada a partir do momento em que a diferença e oposição das

classes são reconhecidas, contudo isto não significa que tal reconhecimento venha também o da luta de classes e estas não sejam escamoteadas".

Para finalizar este subtítulo, o autor faz uma distinção entre “do povo” e “popular”. Enquanto a primeira expressão designaria que um objeto também é produzido pelo povo, o adjetivo “popular” encobre as lutas desse povo. Para completar essa importante distinção de termos, Daniel de Paula recorre à terceira e última fonte secundária do texto, a obra de Celso Rui Beisiegel, do qual menciona apenas a data de publicação (1985): “o uso do termo popular envolve alto teor de indefinições, apenas sugere, mais do que esclarece tanto a natureza quanto a extensão dos fenômenos que procura especificar”.

No subtítulo *Capitalismo*, o pesquisador discute a inserção do objeto *viola-de-cocho* nesse sistema econômico sempre criticado publicamente pelo MST, o que é observável em qualquer publicação do Movimento. Para o autor, o artesanato dos ribeirinhos

carrega valores históricos, lazer, religião, enfim, valores que uma sociedade diferenciada não pode prescindir do mesmo posto, visto que a produção de artesanato visa não só atender ao consumo local, mas principalmente porque representa uma manifestação e mentalidade de sua cultura.

O erro em que se está sujeito a incorrer, adverte o autor, consiste em “enxergar os produtos do povo, mas não as pessoas que os produzem, valorizá-los apenas pelos lucros que geram, pensar que o artesanato, as festas e as crenças ‘tradicionais’ são resíduos da forma de produção pré-capitalista”. Assim, para que um produto se enquadre na lógica do mercado, é preciso produzir mais objetos em menos tempo. Nesse sentido, a *viola-de-cocho* estaria resistindo a essa inserção no capitalismo, na medida em que conserva algumas técnicas de fabricação tradicionais. Por outro lado, a função do objeto foi alterada: antes para consumo estrito das comunidades, seu excedente é hoje comercializado para ajudar no sustento das famílias fabricantes. Assim, a *viola-de-cocho* insere-se na lógica capitalista como tantas outras mercadorias culturais, que

se orientam segundo o princípio de sua comercialização e não segundo o seu conteúdo e sua figuração adequada. Toda a prática da indústria cultural transfere, sem mais, a motivação do lucro às criações espirituais. A partir do momento em que essas mercadorias asseguram a vida de seus produtores no mercado, elas já estão contaminadas por esta motivação.

Alterada a função original da *viola-de-cocho*, a própria identidade do produtor se altera, uma vez que já não é para a própria comunidade que produz, mas para um mercado consumidor mais amplo. O objeto perde um pouco de sua essência, mas não deixa de ter importância na constituição da identidade local do ribeirinho mato-grossense.

Para finalizar o texto, apresentam-se as palavras de um tocador de viola-de-cocho, única aparição de um personagem no texto: “É uma falsidade o que ‘eles’ fazem com o símbolo da viola ‘não mordem, mas põem a boca’. O ‘mato-grossense’ quer a viola como símbolo e tão somente. Lugar de viola é no peito”. Nesse contexto, o peito é o lugar do coração, da essência do mato-grossense. Por fim, Daniel de Paula faz uma saudação não somente ao objeto de seu estudo, mas também ao produtor. “Além do reconhecimento como bem patrimonial sobre a viola-de-cocho, queremos também a valorização do ser humano e o incentivo à cultura. Viva a viola-de-cocho, mas viva também o artesão e o violeiro!”.

No box do texto, *Reconhecimento oficial*, o autor explica a caracterização da viola-de-cocho como patrimônio imaterial brasileiro, citando o IPHAN como fonte de informação.

O nome "viola-de-cocho" deve-se à técnica de escavação da caixa de ressonância da viola em uma tora de madeira inteira, mesma técnica utilizada na fabricação de cochos (recipientes em que é depositado o alimento para o gado). Nesse cocho, já talhado em forma de viola, são afixados um tampo e, em seguida, as partes que caracterizam o instrumento, como cavalete, espelho, rastilho e cravelhas. A produção das violas-de-cocho é realizada por mestres cururueiros, que utilizam matérias-primas existentes na Região Centro-Oeste do Brasil.

Nota-se ao longo do texto a despreocupação dos editores com as obras consultadas pelo autor, à exceção do trabalho de Peter Fry. Por outro lado, o texto vem complementado com um box explicativo de como a viola-de-cocho se tornou um patrimônio imaterial brasileiro, cuidado não dispensado ao artigo sobre panelas de barro, anteriormente analisado.

Diferentemente do texto das paneleiras, há uma citação de um produtor da viola-de-cocho. Contudo, em geral, a análise do autor privilegia a origem do objeto, sem dar voz suficiente a seus produtores.

Considerações finais

Os elementos culturais não são estáticos, relacionam-se a cada segundo, transformando culturas e criando novas formas de sociabilidades, paralelas à realidade capitalista. Por outro lado, os movimentos sociais se apropriam de elementos da economia capitalista para fazer suas reivindicações, caso da presença do MST na internet. O que os diferencia, neste caso, é a finalidade para a qual tais ferramentas são utilizadas: num âmbito restrito, os movimentos sociais querem novas formas de representação política e mais distribuição de renda e terras para as populações; numa visão mais ampla, desejam contribuir para a construção de um novo mundo.

Segundo os discursos mais recentes do MST, que abrangem tanto os informes divulgados no site quanto as publicações do movimento e entrevistas a veículos comerciais, a luta atual é contra o agronegócio, em defesa da agricultura familiar, sempre considerando a utilização sustentável da terra e a preservação do meio ambiente, em consonância com o discurso ecológico tão em voga no século XXI. O movimento defende ainda o campo como lugar de vida, a terra provendo o sustento das famílias e sua autonomia em relação aos governos.

Bertol (2003: p.19) destaca que o MST é o movimento que melhor representa duas heranças históricas e culturais do País: a cultura popular do interior e a militância das classes intermediárias. Essa peculiaridade foi fundamental para consolidar o MST como o movimento social brasileiro mais atuante do momento.

Por outro lado, Cesário Ramalho da Silva, presidente da SRB (Sociedade Rural Brasileira), um dos principais adversários do MST, afirmou em entrevista à Folha de S.Paulo, em 18 de janeiro de 2009, que o movimento já perdeu sua razão de ser há muito tempo, pois seria fruto da sociedade desorganizada, do desemprego e do lento crescimento do País, fatores que, para o presidente da SRB, já não existiriam mais de forma tão ostensiva. Para ele, a forma de atuação do MST só gerou mais atraso para o País.

Apesar das inúmeras críticas, sobretudo da imprensa comercial, desde a fundação do MST, em 1984, mais de 370 mil famílias foram assentadas. A Coordenação Nacional da Comissão da Pastoral da Terra, em 19 de janeiro de 2009, nas comemorações dos 25 anos do movimento, reafirmou a importância do MST, dizendo que o movimento abriu o caminho da cidadania e da dignidade para milhares de pessoas que antes não eram ouvidas.

De maneira geral, o MST busca construir um Estado que permita a expressão das múltiplas etnias e a consequente inserção cidadã desses grupos há tanto tempo excluídos dos processos decisórios. Contudo, esse Estado parece cada vez mais distante até mesmo nos discursos dos movimentos, que não recebem a atenção devida nem o tratamento adequado por não se enquadrarem nos padrões da sociedade ocidental contemporânea. Os diferentes movimentos sociais dispersos pelo mundo precisam desdobrar-se para alcançar a legitimidade que organizações pró-capitalismo alcançam sem grandes dificuldades. Nesse sentido, as redes globais de comunicação foram decisivas para a divulgação das lutas, a adesão de membros da sociedade civil e a criação de laços de solidariedade entre diferentes movimentos sociais.

Apesar de os sujeitos, antes também excluídos do cenário cultural, virem afirmando suas diferenças perante o mundo com muito mais vivacidade, a noção do que é bom ou ruim na esfera cultural ainda permanece nas publicações do MST, assim como os conceitos de popular e erudito. A análise das publicações permite concluir que a revista Sem Terra atém-se às

manifestações culturais historicamente ligadas às classes socialmente excluídas. Apesar de abrigar reportagens sobre diversos aspectos de cultura, não há textos sobre museus, óperas, música clássica ou obras literárias consideradas eruditas, ou melhor, tidas como inerentes às classes dominantes, cujos interesses são, historicamente, opostos aos das classes subordinadas.

Também são poucos os textos sobre cultura de massa, sobretudo novelas brasileiras e filmes de Hollywood: quando aparecem nas publicações estudadas, é pela via crítica, com o intuito de dizer que tais obras escamoteiam ou aprofundam as contradições sociais e, numa discussão mais ampla, a luta de classes. Tais produções artísticas inseridas na lógica comercial representam o inverso da identidade que o MST busca para si: a identidade do mais bem colocado economicamente. De maneira geral, a revista Sem Terra privilegia a cultura popular, não apenas aquela cultura popular da e para a comunidade, mas a que consciente e voluntariamente se opõe ao erudito e capitalista.

As tradições populares, em geral, são tidas como peculiares a determinados grupos da população, geralmente os mais tradicionais ou excluídos socialmente, como é o caso dos trabalhadores rurais no Brasil. Por outro lado, é fácil verificar que tais tradições atravessam as fronteiras geográficas desses grupos e influenciam diversas camadas da população, sobretudo a partir do processo de globalização, que também abrange a esfera cultural. Contudo, para essas outras camadas, valorizar o tradicional nem sempre significa ressaltar a criatividade e a identidade de determinada comunidade. Por vezes, representa somente a tentativa de mostrar conhecimento de outras culturas que não as mais comerciais. Quando elementos dessa cultura tradicional sofrem modificações, é comum ouvir os críticos acusarem as influências ruins do processo de globalização nas comunidades tradicionais, sem considerar que a cultura é um processo em constante transformação, quer na produção quer na recepção de mensagens culturais. Conforme Chartier (1992: 214), a leitura é uma prática criativa que inventa significados nem sempre compatíveis com a intenção do autor.

Em geral, as reportagens e artigos da revista Sem Terra enfatizam o poder transformador da palavra, discutem os direitos culturais não garantidos às populações tradicionais e debatem o papel do Estado no processo de implantação e consolidação das políticas culturais. Mas a maioria dos textos reforça continuamente a importância da tradição e da afirmação das identidades. O artigo Tradição e identidade na arte de fazer panelas de barro, de Carla Dias, afirma que a atividade econômica de fabricar panelas de barro de acordo com os métodos tradicionais reforça a identidade local e contribui de forma decisiva para a identificação com a terra. Já o texto Viola-de-cocho: identidade e patrimônio do povo, de Daniel de Paula, discute as alterações identitárias sofridas pelos produtores de viola-de-cocho a partir do momento em que o produto foi inserido na lógica comercial do capitalismo.

Por meio da análise dos textos, é possível perceber que a identidade se constrói socialmente e é constantemente reinterpretada pelo próprio grupo e por aqueles que a observam. As identidades são também construções discursivas e não existem desligadas do real, num eterno conflito em torno de símbolos e representações. Apesar de serem construções racionais, as identidades precisam tocar os corações para serem legitimadas.

Assim, a partir das análises da revista, conclui-se que afirmar determinada identidade significa mais do que identificar-se com as características históricas e atuais de uma comunidade; corresponde a uma forma de lutar por um futuro mais digno, de reivindicar suas demandas sem acomodar-se, ainda que pareçam anacrônicas diante do cenário atual. Dessa forma, o jornalismo posto em prática pelos movimentos sociais ou, como no caso de Sem Terra, em nome desses movimentos, auxilia na construção de representações, imaginários e memórias, tendo em vista que a produção cultural sempre está articulada a outras esferas da realidade social. Afinal, é por meio da cultura que o ser humano elabora as representações sobre os outros, sobre o mundo e sobre si mesmo.

Os textos da revista mostram-se, em sua maioria, contra a capitalização do campo, que traria uma homogeneização no comportamento e na produção, inclusive cultural, dos trabalhadores rurais. Tal homogeneização, por sua vez, prejudicaria a identidade de cada comunidade, uma vez que preconiza o pensamento único ao invés de privilegiar as diferenças e os saberes e criações locais. Assim, para as publicações, valorizar a terra é valorizar determinado povo, sua cultura e seu modo de vida.

Conscientes de que a cultura se transforma diariamente, devido não só às intervenções de diferentes grupos, mas também às mudanças inerentes à própria comunidade, é preciso que as publicações alternativas dos movimentos sociais tomem cuidado para não supervalorizar uma suposta cultura essencial, original, em detrimento à cultura de fato observável.

Observou-se que as reportagens e artigos enfatizam essa essência, uma suposta originalidade das comunidades e suas produções culturais, pouco mencionando as influências sofridas por esses grupos (quando mencionam, quase sempre enfatizam os aspectos negativos dessa influência). Esse posicionamento, à primeira vista, é o esforço da revista de não sucumbir à lógica cultural capitalista, de não valorizar a produção e o consumo de massa e de supervalorizar a tradição, as origens, a essência ainda não corrompida pela globalização. De maneira mais ampla, é um modo de reafirmar sua postura “de esquerda”. Sabe-se, no entanto, que é praticamente impossível determinar o que é original em uma cultura, pois ela sempre sofre alterações provocadas tanto por fatores externos à comunidade, quanto internos.

A partir da análise da revista Sem Terra, percebe-se que a terra é muito mais do que um meio de sobrevivência. É, sobretudo, uma forma de manutenção da cultura popular de determinada

comunidade, que não pode sucumbir à cultura de massa mercantilizada. A força da terra não vem somente de seus frutos, mas, sobretudo, de sua capacidade de preservar a identidade do trabalhador rural, de resistir, de manter unida a comunidade e vislumbrar a esperança.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERTOL, Rachel. Como os sem-terra se inventaram pela mídia: a novidade social nos anos 1990. **Estudos Históricos**. CPDOC/FGV. Mídia. n. 31. 2003.

CHARTIER, Roger. **A história cultural**: entre práticas e representações. Lisboa: Difel, 1987.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. Definiciones en transición. MATO, Daniel. **Cultura, política y sociedad**: Perspectivas latinoamericanas. CLACSO: Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2005a. pp. 69-81.

Disponível

em:

<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/grupos/mato/GarciaCanclini.rtf>.

Acesso

em: 20. nov. 2010.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Diferentes, desiguais e desconectados**: mapas da interculturalidade. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005b.

HALL, Stuart. **Da Diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003.

MANSUR, Alexandre e CAMAROTTI, Gerson. Guerra no campo: MST: os filhos querem revolução. **Época**, nº 268, 4.jul.2003.

MOVIMENTO SEM TERRA, 25 ANOS. **Folha de S.Paulo**, 18.jan.2009.

REVISTA SEM TERRA. São Paulo: Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, 1997 - . Bimestral.

ROMÃO, Lucília Maria de Sousa. **O discurso do conflito materializado no MST**: a ferida aberta da nação. 2002. 310 f. Tese (Doutorado em Psicologia) - Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto, 2002.