

A Participação da Fonte na Construção da Notícia: o caso do Movimento dos Trabalhadores Sem-Terra (MST)

Paula Reis Melo¹

Doutoranda da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) e professora licenciada da Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP), Brasil.

preismelo@yahoo.com.br

Grupo de Trabajo: Periodística
IX Congreso IBERCOM
Sevilla-Cádiz, 2006

O agendamento midiático é um processo complexo, em que ao constituir um olhar específico na captura de acontecimentos, o campo jornalístico, a despeito de sua autonomia e legitimidade, sofre constrangimentos de diversas ordens no seu fazer, pois não está alheio à realidade social e sim em relação direta com esta. Há um saber midiático nestas outras ordens e que exige uma investigação não somente das regras internas ao jornalismo, mas também das pressões de fatores externos à redação, como as fontes de informação. Entre estas, destacamos o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST), do Brasil.

Palavras-chaves: fontes jornalísticas; jornalismo; noticiabilidade; MST.

Introdução

O Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST) foi fundado oficialmente, no Brasil, em 1984, com o objetivo de organizar os trabalhadores do campo para reivindicar a reforma agrária. Surgiu como uma articulação em nível nacional para superar o isolamento das lutas localizadas em diversas partes do Brasil e conquistar autonomia política, e deu continuidade ao principal meio de pressão dos grupos anteriores que haviam lutado por terra: a ocupação de propriedades improdutivas. Nasceu, entretanto, com uma proposta mais abrangente de encaminhamento das reivindicações, nas palavras do MST: “a luta pela reforma agrária e pelo sonho da justiça social vai além da conquista da terra. A luta dos Sem Terra é por um projeto popular para o Brasil, baseado na dignidade, soberania e solidariedade entre todos e todas” (MST, 2005).

A ocupação de propriedades não só tem efeitos políticos para a realização da reforma agrária, mas também para o agendamento midiático, sendo uma estratégia político-midiática, uma vez que o **conflito** é um dos valores-notícia mais importantes do fazer jornalístico. E não somente o conflito em si, mas toda a expectativa em torno do mesmo atrai o interesse dos jornalistas. Uma vez ocorrida uma ocupação, muitos eventos podem acontecer, a exemplo de uma reação por parte do proprietário, desde a reclamação via o campo jurídico, através de pedido de reintegração de posse cuja ordem de despejo é executada pela polícia militar, até o uso da força através de segurança particular. Também pode não haver nenhuma reação e os ocupantes permanecerem na propriedade por muito tempo (até anos) enquanto a terra estiver sub-júdice. Tudo isso é imprevisível quanto ao desenrolar dos fatos, tendo a ocupação e o clima de tensão um efeito de “expectativa de conflito” para os jornalistas.

Ao longo dos anos 90, quando o MST ampliou sua atuação para a maior parte dos estados brasileiros, outras estratégias político-midiáticas foram desenvolvidas, tais como a realização de caminhadas e/ou marchas nas auto-estradas e dentro das cidades até as sedes dos governos; bloqueios de pedágios nas estradas e interrupção de trânsito; ocupação de propriedades rurais privadas e/ou públicas improdutivas (que não estão produzindo e, portanto, não estão cumprindo sua função social, conforme a Constituição Brasileira), de prédios públicos, como a sede do Instituto de Colonização e Reforma Agrária – INCRA, órgão federal responsável pela execução da reforma agrária; saques a

¹ O presente trabalho foi realizado com apoio do CNPq, uma entidade do Governo Brasileiro voltada ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico.

caminhões carregados de produtos alimentícios e a armazéns de abastecimento, entre outras atividades que geram notícia e “rendem” imagem, principalmente pelo impacto e conflito “em potencial”.

Estes eventos são, em geral, realizados com um grande número de participantes, e que se constitui em outro valor-notícia, já que o MST é um movimento de massa, como explica um dos dirigentes, Ademar Bogo:

É fundamental efetuar a combinação entre movimento e organização, para evitar a desintegração gratuita do movimento social que adquire, através do tempo, evidência política como o MST, mas carrega dentro de si enormes fragilidades espontâneas que devem ser superadas para que este movimento de massas passe, sem mudar sua natureza, para organização de massas, criando dentro de seu ser uma estrutura orgânica, que lhe dê sustentação (BOGO, 1999:131).

A realização destas ocorrências foi e ainda é bastante publicizada, sendo praticamente diária a presença do MST na mídia brasileira. O MST se tornou fonte jornalística, conquistou capital simbólico e aprendeu a capitalizar força política através das estratégias de agendamento midiático.

No contexto atual de sociedade midiaticizada, a ação política integra a gramática e as leis do regime da midiaticização. Patrick Champagne (1996: 235) nos lembra que o campo midiático e o campo político são interdependentes. Ao mesmo tempo em que o campo jornalístico impõe uma hierarquia de acontecimentos ao campo político e este acaba por participar da sua publicização, o campo político também pauta a mídia, pois é o que impõe a concepção da política e que o campo jornalístico tende a seguir.

O autor explica que os manifestantes procuram inventar variações imprevistas ou surpreendentes de protestos públicos, muitas vezes fora da legalidade, pois em política se procura sempre surpreender ou blefar o adversário. O modo de ação política, diz o autor, “está condenado a uma perpétua mudança de forma: com efeito, quanto mais se torna rotineiro e previsível, tanto menos consegue ser politicamente eficaz” (Champagne, 1996: 191).

Sabemos que diversos fatores concorrem para que um acontecimento se torne notícia, como os fatores internos à redação, entre eles, os valores-notícia; a urgência (ou não) da publicação; a operacionalidade (disponibilidade de recursos humanos, financeiros, materiais e de tempo); e até a competição com outros acontecimentos no próprio espaço do jornal ou telejornal; e os fatores externos: a concorrência no mercado noticioso; o público; os anunciantes; a relação com os outros campos, principalmente com o político; e a relação com as fontes de informação. Todos estes fatores implicam que a autonomia do campo jornalístico é “relativa”.

Assim, o agendamento midiático é um processo complexo em que o campo jornalístico sofre constrangimentos de diversas ordens no seu fazer através dos agentes de outros campos que investem em estratégias midiáticas. Isto nos desafia a estudar o jornalismo não somente pelas suas regras internas, mas, cotejando-as com a ação daqueles agentes que se tornam fontes.

Da Lógica do Campo Midiático: a Noticiabilidade

As relações do campo midiático com os outros campos sociais demonstram uma interferência mútua. José Luiz Braga (1999) apresenta dois conceitos interdependentes que abordam esta questão: a inclusividade e a penetrabilidade.

A inclusividade diz respeito à capacidade dos dispositivos midiáticos capturarem “tudo o que, em termos de som e/ou imagem possa ser representado” adicionando, assim, os processos sociais observados. Ao fazerem isso, estes processos sofrem modificações tanto pela inclusão em si, isto é, pelo resultado midiático que é uma construção (o processo social mostrado adquire outras características com a interpretação, ritmo, formato, duração, perspectiva); como pela solicitação dos modos operatórios audiovisuais que lhes exigem ajustes e/ou adaptação. Este segundo aspecto é denominado de penetrabilidade, ou seja, “o meio/processo de comunicação penetra nos processos sociais, modificando-os em função de seus próprios modos operatórios” (Braga, 1999: 132).

Neste contexto, o conhecimento midiático passa a fazer parte da natureza de muitos grupos sociais e os efeitos de sentido gerados pelos produtos midiáticos são uma preocupação constante. Mesmo sem obter representações positivas na mídia, o MST sabe que a visibilidade passa pelo enfrentamento com o campo midiático. Jaime Amorim, um dos dirigentes, afirma:

A imprensa sempre está presente, nós praticamente nunca convocamos. Quando convocamos, ela só vem se há um interesse, digamos, nos fatos, a imprensa sempre trabalhou na idéia de divulgar os fatos que venham construir a imagem que eles querem do Movimento, a imagem da violência, a imagem da bandidagem, vincular o Movimento à bandidagem, enfim, vincular essa idéia da luta pela terra à criminalidade. Bom, nós sabendo disso, nós sempre procuramos trabalhar na idéia de que pelo menos isso eles cobrem, eles cobrindo isso, caem em seguida numa contradição que é, de qualquer forma, estão divulgando a luta pela reforma agrária, mostrando que de fato tem gente lutando nesse país (Amorim, 2005).

Agendar a mídia é aprender a lidar com uma lógica diferente da dos outros campos. Gaye Tuchman analisa o fazer jornalístico apontando que este descontextualiza os acontecimentos para depois recontextualizá-los. Ao apresentar as notícias, um telejornal elenca diversos assuntos sob a mesma categoria: a da inquietude. “A categoria comum”, explica Tuchman, “implica que cada acontecimento está governado por regras ou normas pertencentes à desordem e ao conflito social” (1983: 218). Os fatos são selecionados pela perturbação.

Ao falarmos de noticiabilidade, estamos nos referindo a uma dinâmica social complexa que constitui um modo específico de ver e de organizar os processos pelo campo jornalístico, e que é reconhecido e até “aprendido” pela sociedade que investe em estratégias para participar do processo de agendamento midiático. Em outras palavras, a mídia se tornou um ambiente particular com lógica própria de se relacionar com o mundo em que suas regras de operação acabam “penetrando” nos processos sociais.

Enquanto prática jornalística, a noticiabilidade pode ser entendida como um “conjunto de critérios, operações e instrumentos” com os quais o campo jornalístico seleciona diariamente uma quantidade finita de acontecimentos dentre um número infinito de fatos que ocorrem no mundo. Como afirma Mauro Wolf: “a noticiabilidade está estreitamente relacionada com os processos de rotinização e de standardização das práticas produtivas: equivale a introduzir práticas produtivas estáveis numa ‘matéria-prima’ [...] que é por natureza, extremamente variável e impossível de prever” (1999: 190). É a estrutura organizacional que permite que diversas notícias sejam produzidas simultaneamente como forma de garantir a preparação do jornal ou telejornal com a maior produtividade possível. Gaye Tuchman, citando March e Simon, explica:

Como qualquer outra organização complexa, o meio de informação não pode processar fenômenos idiossincráticos. Deve reduzir todos os fenômenos a classificações conhecidas, de maneira muito parecida como os hospitais “reduzem” cada paciente a um conjunto de sintomas ou enfermidades [...]. Qualquer organização que buscasse processar cada fenômeno e todo fenômeno como “uma coisa em si” seria tão flexível que resultaria irreconhecível como organização formal (Tuchman, 1983: 58).

Neste ponto, consideramos importante destacar o papel dos valores-notícia por estarem relacionados com a discussão proposta sobre as fontes. Dentre os componentes da noticiabilidade e também facilitando a rotinização da produção, os valores-notícia servem de “peneira” no processo de seleção, desde a pauta até o produto final. São qualidades dos acontecimentos discerníveis pelos jornalistas e quanto mais aparecerem, maior é a probabilidade de serem noticiados. Tais qualidades constituem referenciais claros e compartilhados quanto à natureza do objeto que pode ser notícia facilitando a rápida apreensão na elaboração do jornal (Golding; Elliott apud Wolf, 1999: 196). Por serem utilizados para fins práticos, os valores-notícia não são uma classificação abstrata. Gans, citado por Wolf, assinala que:

Os critérios devem ser fáceis e rapidamente aplicáveis, de forma que as escolhas possam ser feitas sem demasiada reflexão. Para além disso, a simplicidade do raciocínio ajuda os jornalistas a evitarem incertezas excessivas quanto ao fato de terem ou não efetuado a escolha apropriada (Gans apud Wolf, 1999: 197).

Neste sentido, a lista é de fácil assimilação. Interessam acontecimentos que apresentem, principalmente, as seguintes características: imprevisibilidade, impacto, proximidade, interesse público, fama, curiosidade, significância e/ou representatividade. Entretanto, tais critérios complementam uma avaliação complexa em que aqueles múltiplos fatores estão imbricados, como afirma Tuchman, as noções de noticiabilidade recebem definições **em cada momento** (1983: 197). Isto é fundamental para compreendermos o processo de produção noticiosa, que é, por natureza, dinâmico, tenso e, por que não dizer, imprevisível quanto ao resultado narrativo.

A escolha dos fatos, assinala Adriano Rodrigues, pressupõe um conjunto de valores coletivamente compartilhados, isto é, normas universalmente aceitas, que de outra forma não seria possível que a narração produzisse sentido (1999: 32). Assim, os valores-notícia mudam no tempo conforme a dinâmica social. Assuntos que anteriormente não eram tratados pela mídia, hoje são notícia e, em alguns casos, demandam espaço específico, a exemplo da seção “ciência/meio ambiente”. Esta mudança se relaciona diretamente com as novas áreas de interesse da sociedade e, em consequência, pela atuação crescente dos respectivos grupos organizados que, diante da necessidade de darem visibilidade as suas causas provocam o campo jornalístico a se debruçar sobre eles.

A Problemática da Fonte

De um modo geral, a rede informativa reflete a estrutura social já que são priorizadas as fontes que detêm mais poder político e econômico. Desse modo, as fontes que estão hierarquicamente acima na ordem social são mais sistematicamente consultadas e, por sua vez, impõem o foco da atenção. Instituições como governos, empresas, sindicatos, igreja, entre outras, são consideradas fontes oficiais e

possuem “uma espécie de direito de acesso semiautomático aos meios de comunicação”, como analisa Livolsi citado por Miquel Rodrigo Alsina (1989: 118).

Estas fontes rotineiras possuem autoridade suficiente para serem consultadas prioritariamente e se constituem no que Stuart Hall e outros autores denominam “definidores primários”, por serem as pessoas que dão a interpretação primária dos acontecimentos (1993: 228). Diante destes, oferecer uma outra interpretação se torna **quase** impossível para a mídia noticiosa. Longe de sugerir que essa prática seja decorrência direta do modo capitalista de organização das empresas de informação, pois assim não estariam reconhecendo a “autonomia relativa” do campo jornalístico em relação ao campo econômico, os autores lembram que a mídia depende das informações fornecidas por fontes institucionais credíveis e regulares. O resultado disso é uma adequação entre as idéias dominantes e a prática e a ideologia da mídia.

Mesmo com interesses estratégicos das fontes oficiais de “falsear” a realidade, Nilson Lage (2001: 63) lembra que os dados fornecidos por elas são tomados como verdadeiros. A rotina depende tanto destas fontes que há uma expressão no jargão profissional: quando o jornal está repleto de notícias, principalmente, do governo, diz-se que se está fazendo “jornalismo chapa branca”². Ao que parece, os próprios jornalistas se ressentem desta prática.

A despeito de serem as fontes institucionais, especialmente as governamentais, as privilegiadas, diversas outras fontes participam da produção noticiosa, do que depende a correlação de forças com o campo político. O poder-dizer das fontes advém da sua posição no campo político, e como o campo jornalístico se rege pelos fluxos das forças políticas, suas negociações e embates afetam diretamente a escolha das fontes. O campo midiático é sensível à dinâmica social, à variação do campo de forças.

Neste sentido, as fontes se apresentam suficientemente legítimas aos olhos dos jornalistas dependendo de sua posição dentro do campo político. É importante assinalar que este campo é a referência principal do campo jornalístico. Alsina explica que:

El periodista que tiene necesidad de recontextualizar rápidamente el acontecimiento excepcional tiende a privilegiar las interpretaciones establecidas por el sistema político y esto le lleva a mezclar la relevancia pública del acontecimiento con la valoración establecida por el sistema político (Alsina, 1989: 115-116).

Isto significa dizer que a seleção de um acontecimento para publicização depende de quem seja a fonte. Assim, o tipo de relação que as fontes desenvolvem com os jornalistas está associado a sua posição dentro do campo político, o que não significa dizer que os altos cargos do campo político (ou seja, as fontes oficiais ou institucionalizadas) detenham acesso livre e incondicional à produção noticiosa. Se é verdade que estas possuem atributos que as legitimam diante do campo jornalístico também é verdade que elas não têm o poder de incluir seus pontos de vista em qualquer matéria e à hora que bem entendem. É preciso lembrar a autonomia e legitimidade do campo jornalístico na definição do que é notícia, inclusive é deste a palavra final, mesmo sofrendo pressões das fontes e daqueles múltiplos fatores que comentamos anteriormente.

Jean Charron (1998: 79-80) afirma que a notícia não é um material pré-definido e produzido pela fonte e que o jornalista só entrevistaria através da seleção. A notícia é construída, e não selecionada, e sua construção é a ação conjunta de jornalistas e fontes. E estes possuem diferentes “necessidades de acontecimentos”, no dizer de Molotch e Lester (1999: 40), que formulam uma questão: “como é que então o trabalho de produção dos media coincide ou entra em conflito com o trabalho de construção dos promotores?” (1999: 40). Diríamos que há uma relação ambígua: a produção noticiosa coincide, mas também entra em conflito com as fontes.

Há momentos em que as relações entre fontes e jornalistas se dão de forma mais suave, sendo a sedução e o cortejo as estratégias para alcançar os objetivos sem parecer que a ação persegue os interesses privados, ao passo que, em outros momentos, a disputa se torna evidente e já não se pode mais cortejar a outra parte. Nesta situação, somente através da negociação, da barganha e de diversas estratégias criadas na/pela circunstância, é que se consegue ou não os interesses. De acordo com Manuel Pinto, todas as fontes, quer sejam públicas quer sejam privadas, agem por uma lógica privada, ao que acrescentaríamos que assim também o fazem os meios de informação. O autor revela de modo claro os interesses das fontes: “a todos é comum uma lógica de funcionamento que assenta, para recorrer aos termos goffmanianos em que Ericson et al elaboraram a sua proposta, na adequada gestão da exposição e do encobrimento, da divulgação e do segredo, do palco e dos bastidores” (Pinto, 1999: 8).

Na relação entre fontes e jornalistas há variados graus de tensão, desde uma relação amistosa, quando os interesses não estão em conflito havendo concordância e cooperação mútua, passando por uma relação de disputa e/ou negociação, quando os interesses se chocam e são contrariados pela outra parte, até uma ruptura da relação, quando não se verifica por um ou ambos os lados a possibilidade de negociação em nenhuma circunstância. Estes três estágios podem ser considerados marcos de referência havendo gradação de tensão entre eles.

² Acreditamos que a origem da expressão remete às placas dos automóveis oficiais de governos no Brasil, que são brancas.

O problema do acesso mútuo entre fontes e jornalistas é delicado e complexo. Diz respeito à disputa pela condução do processo de produção noticiosa, ou seja, o que está em jogo nesta dinâmica é a capacidade dos participantes de impor a produção de sentido. A tensão ocorre pelo que cada parte almeja e consegue impor nos termos da construção da referência de realidade.

Assim, a problemática está no significado da ocorrência. Para Molotch e Lester, uma questão surge quando há interpretações contraditórias sobre um acontecimento. Dá-se então uma disputa pela definição da natureza da ocorrência que é atravessada por diferentes interesses. Isto ocorre com qualquer questão pública, pois “existem necessidades de acontecimentos (event needs) opostas relativamente a uma dada ocorrência” (1999: 37). Entretanto, a seleção dos acontecimentos imanente ao trabalho de produção noticiosa “bloqueia ou inibe um grande número de possibilidades de criação de acontecimentos. Neste bloqueio de possibilidades reside o poder do trabalho jornalístico e toda a atividade de informação” (Molotch e Lester, 1999: 38).

Daí ser o acesso entre fontes e jornalistas um problema fundamental na produção noticiosa. Manuel Pinto distingue a cobertura dos media do acesso das fontes aos media dando mais ênfase ao problema do acesso:

Segundo Ericson et al. (1989), há que distinguir entre cobertura e acesso; a cobertura traduz-se no acesso das fontes às notícias, em termos de espaço ou de tempo; o acesso, por sua vez, prende-se não apenas com o espaço e o tempo, mas também com o contexto de representações favoráveis. Pressupõe, por isso, um maior poder de influência das fontes. Reciprocamente, poder-se-ia distinguir também, acesso dos jornalistas às fontes, da mera cobertura, o que dependeria dos diversos graus de acesso que as fontes podem permitir a diferentes jornalistas ou meios de informação ou aos mesmos em momentos diferentes (PINTO, 1999: 8).

O autor também destaca que as ações das fontes buscam conseguir não só a cobertura da mídia, mas, sobretudo, a conquista do acesso à mídia. Não é à toa que, ao mesmo tempo, procuram evitar o acesso dos jornalistas aos bastidores das instituições das quais fazem parte, o que também se constitui num elemento de poder, isto é, o poder de não ser notícia. Como afirma Tuchman, “o poder de manter um acontecimento fora da notícia, é poder sobre a notícia” (1983: 178).

Vemos que a problemática do acesso aponta para a tensão existente na produção de sentido. Para a fonte, tornar-se referente nos próprios termos é o extremo oposto de ser mero referente. Se por um lado, as fontes são vitais para os jornalistas, por outro, os jornalistas detêm quase totalmente a autonomia quanto à última palavra na feitura do jornal. De um modo geral, todas essas questões permeiam as relações existentes entre fontes e jornalistas, há, entretanto, mais dificuldades e complicações quando a fonte não possui status de oficial, como os movimentos sociais.

Os Movimentos Sociais como Fonte, em especial, o MST

Como já dissemos, as fontes oficiais são as que mais detêm o poder de terem acesso aos jornalistas e vice-versa. Quanto a isso, a literatura é unânime em afirmar: ao mesmo tempo em que os meios dão visibilidade a essas fontes, ajudam a consolidar a autoridade pública delas (Alsina, 1989: 133). As que não estão nesta categoria, tendem a não conseguir acesso aos meios jornalísticos ou terão mais dificuldades. Gans afirma que “[...] aqueles que não têm qualquer poder, mais dificilmente se transformam em fontes e não são procurados pelos jornalistas até suas ações produzirem efeitos noticiáveis enquanto moral ou socialmente negativos” (apud Wolf, 1999: 224). Assim, muitos movimentos sociais são considerados na qualidade do desvio, do anti-social, em decorrência das “definições prévias fornecidas pelas instituições governamentais” (García, 2003: 21).

Sabemos que há um leque infinito de tipos de movimentos sociais. E deste conjunto, os meios noticiosos fazem uma distinção, dando mais espaço àqueles tidos como distantes do radicalismo militante, de modo que “os movimentos de consenso obtêm maior acesso informativo que os movimentos de confrontação” (García, 2003: 21). Dorde García lembra que “as organizações mais integradas nas redes oficiais do governo receberão, por sua vez, maior representação informativa” (2003: 22). Seria de esperar que, pela deontologia do jornalismo e pelo papel de guardião da democracia que se investe a mídia, todas as vozes sociais se fizessem presentes no espaço dos jornais, com idéias plurais e dissidentes compondo polêmicas e sendo confrontadas entre si. Entretanto, para que isso aconteça, é preciso que a mídia noticiosa seja perturbada.

Todas as fontes procuram dar visibilidade a seus interesses criando acontecimentos ou, melhor dizendo, pseudo-acontecimentos, que atinjam os valores-notícia. Estes são situações preparadas e planejadas para conquistarem o status de notícia do dia e, assim alimentam os meios noticiosos com informações de que precisam. Na realidade, os pseudo-acontecimentos se tornaram instrumento racional e necessário, afirma Bagdikian citado por Lorenzo Gomis (1997: 69), e acreditamos que geram grande parte (senão a maior) da matéria-prima da qual se ocupam as rotinas produtivas. As agendas das redações estão repletas de anotações dos acontecimentos que ainda irão ocorrer, os pseudo-acontecimentos são uma necessidade produtiva.

Gomis chama a atenção para a fabricação dos pseudo-acontecimentos pelas autoridades políticas, de que ninguém objeta o fato, por exemplo, de um governador convocar a imprensa para uma entrevista coletiva e tentar que sua fala se transforme em notícia, ou de cortar uma fita para inaugurar uma ponte. Nas palavras do autor: “lo que pasa es que más habitualmente se habla de pseudoeventos cuando se trata de grupos marginales que provocan manifestaciones, cortes de tráfico, sentadas, huelgas, etc. para poner de relieve sus aspiraciones o protestas a la vista del público” (1997: 68).

A não-objeção de que fala Gomis esconde o quão introjetado está o modelo da produção noticiosa na sociedade. Na realidade, há uma distinção entre os eventos promovidos pelas fontes oficiais e aqueles promovidos por fontes que não são tidas como tal. De acordo com a proposta de Molotch e Lester, ambos são considerados acontecimentos de rotina, entretanto estão classificados em subtipos distintos. São três subtipos de acontecimentos de rotina: a) aqueles cujos promotores têm acesso habitual aos jornalistas; b) aqueles cujos promotores, por não terem acesso habitual, procuram perturbar o acesso de rotina criando acontecimentos; c) aqueles cujos promotores são os próprios jornalistas (1999, p. 43).

No primeiro grupo, estão as fontes cujas necessidades de acontecimento coincidem com as dos profissionais da produção noticiosa. Não é preciso dizer que estas são as fontes oficiais e, como comentamos anteriormente, as informações destas são incorporadas e processadas pelas rotinas como se fossem dados naturais. Assim, os chamados pseudo-eventos como o corte de uma fita por parte do governador para inaugurar uma ponte ou a entrevista coletiva do Presidente da República é naturalizado como acontecimento noticiável. Molotch e Lester acrescentam que:

Enquanto o acesso do Presidente dos EUA aos meios de comunicação social continua para além do tempo e do assunto, o acesso de outros grupos – por exemplo, porta-vozes para os direitos das mulheres, os direitos cívicos e a juventude – terá altos e baixos de acordo com o fator tempo e o lugar (Molotch & Lester, 1999: 44)

Estes outros grupos de que falam os autores se inserem no segundo subtipo, ou seja, entre aqueles que, não tendo acesso habitual, provocam uma ruptura na rotina produtiva para terem visibilidade midiática. “Eles têm de ‘fazer notícias’, entrando em conflito, de qualquer modo, com o sistema de produção jornalística, gerando a surpresa, o choque ou uma qualquer forma latente de ‘agitação’”, dizem os autores, e explicam: “em casos extremos, reúnem-se multidões num local inapropriado para intervir no plano diário de ocorrências e acontecimentos” (Molotch e Lester, 1999: 45). Estes eventos são, por isso, também denominados acontecimentos anti-rotina, pois rompem com a normalidade da produção jornalística. Além de estimularem a cobertura jornalística, exigem um posicionamento das autoridades políticas principalmente no que tange ao restabelecimento da ordem.

O conflito que gera violência atrai o interesse midiático. Para Lempen, a violência permite a um grupo “investir-se episodicamente de um poder usurpado”, pois é um atributo que se impõe diante dos critérios de seleção, o que explicaria a presença constante da violência na mídia (apud Alsina, 1989: 133). O autor demonstra que para a mídia, é mais fácil capturar os atos violentos porque são condenados pela sociedade, do que revisar seus critérios de seleção. Através da violência, os grupos conseguem impor certas mensagens que são rechaçadas pelos critérios de seleção da informação (apud Alsina, 1989: 133-134).

Neste sentido, as notícias enfatizam as decisões das autoridades para encerrar o conflito, as negociações com os líderes bem como a atuação da polícia na condução e manutenção da segurança dos envolvidos e da população. A origem dos protestos em geral não ganha relevo e as questões que são notícia são mais voltadas aos métodos utilizados pelas partes envolvidas. Os autores exemplificam a cobertura desses acontecimentos com uma ocupação das instalações por parte de estudantes e que se encerra quando as necessidades de acontecimento de uma das partes diminuem. O que antes era um elemento surpresa se converte numa tipificação:

Nós diríamos que a cobertura do protesto estudantil se desvanece logo que baixam as necessidades de acontecimento de uma ou outra parte importante. O mistério do protesto estudantil diminui à medida que o cenário se vai tipificando através da repetição: ocupam-se edifícios – fazem-se discursos – as administrações respondem – chama-se a polícia – partem-se cabeças – prendem-se os cabecilhas – vai-se para os tribunais. Nenhuma violação, pouca destruição, uma reforma de fachada (talvez). As pessoas podem voltar as suas atividades cotidianas; a necessidade estratégica de ser informado está satisfeita (Molotch e Lester, 1999: 43).

Há necessidades de se inibir estes subtipos de acontecimentos para que sua publicização não estimule o surgimento de outros. Daí ser comum o abrandamento da resistência dos manifestantes através de uma não repercussão, ou minimização do fato, ou mesmo da iniciativa da polícia de proibir a entrada de jornalistas no local.

O terceiro subtipo é aquele em que a notícia é produzida por iniciativa do próprio jornalista, quando, por exemplo, busca repercutir um assunto. Dos três subtipos de acontecimentos o que mais nos interessa são aqueles do segundo grupo e, quanto mais efeitos de sentido conseguirem provocar, maior será a repercussão midiática.

Tratando especificamente das relações entre o MST e o jornal Zero Hora, Christa Berger afirma que “os movimentos sociais devem teatralizar suas reivindicações para garantir espaço na mídia” (1998: 116), e que “consideram a dinâmica da imprensa na elaboração de suas estratégias políticas” (1998; 10-11). Na relação entre o MST e a mídia, ocorre um “jogo de usos”:

O MST percebe a mediação da informação na sua interlocução com o poder político. E a mídia sabe que seu poder está na sua condição de mediação. Nesta interação (sinuosa, sutil, não dita) ambas se vinculam mediante um “jogo de usos”. O MST precisa encenar suas reivindicações, torná-las fotografáveis e oferecer à imprensa os elementos que confirmarão sua natureza. A ela cabe contar o presente e quanto mais “expedientes do real” tiver, maior será sua credibilidade (Berger, 1998: 11).

Através da “espetacularização”, os movimentos buscam constar “da pauta do jornal e, assim, dialogar com os agentes do seu próprio campo, no caso, o subgrupo governo”. A sua política de comunicação é composta de estratégias para se fazerem ouvir (Berger: 27; 111).

Na análise, o MST “propõe/encena” três conflitos: o político, o institucional e o armado. O conflito político significa a não conciliação com o poder, pois as forças estão em posições opostas. Este conflito não gera manchete, somente poucas notícias. O conflito institucional é regido pela negociação com o órgão responsável pela execução da reforma agrária, o Incra, na qual há avanços parciais; gera notícia e, ocasionalmente, manchete, mas não rende imagens. E o conflito armado, por ser o mais atrativo, gera notícia, manchete, capa e fotografia. Neste, as foices e enxadas se tornam uma ameaça para os policiais e a tática da provocação cria o clima de confronto que corresponde às expectativas do jornal e do leitor (Berger, 1998: 120-121).

Estas encenações são estratégicas e fundamentais para o MST garantir espaço nos jornais. Atraindo os jornalistas para o cenário do evento é a chance de capitalizar esse momento através da promoção de algo que os moveu para o local: o conflito. Nesse encontro, o MST atua em função do que pode ser também de interesse dos jornalistas.

Sabemos que a última palavra na definição do enquadramento é do campo midiático. O que seria uma imagem negativa, o MST tenta reverter em seu benefício. Vemos um exemplo no editorial da Folha de São Paulo, abaixo:

Novas invasões ocorridas no último fim de semana marcaram o início de mais um famigerado “Abril Vermelho”, nome adotado para o mês em que se intensificam as mobilizações e protestos capitaneados pelo Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST). As ações fazem parte do que o movimento chama de “Jornada de Luta”, na verdade uma genuína jornada de abusos, realizada anualmente pelo MST, a pretexto de lembrar o massacre de Eldorado do Carajás, ocorrido em abril de 1996 (Folha de São Paulo, 2005).

Diante do que já foi publicizado, a estratégia do MST é não entrar em choque e “capitalizar” a partir da enunciação midiática. A caracterização de “Abril Vermelho” por parte da mídia parece ter contribuído para o acúmulo do capital simbólico do MST porque provocou, através da “nomeação”, ações que, muitas vezes, acabam confirmando a expectativa do discurso midiático. Perguntado se esta denominação havia influenciado em algo, o dirigente Jaime Amorim falou da repercussão para o Movimento:

Nós estamos acostumados a dizer todo dia: nós não nos baseamos pelo que vai sair no jornal para fazer as nossas ações, senão nós estávamos lascados. Ao contrário, isso até nos ajuda. **O Abril Vermelho, a burguesia deu um show para nós.** Se eles soubessem o tanto que eles ajudaram! Não tinha nada previsto, nós íamos fazer uma ocupação normal, aí quando a burguesia começa: vai sair Abril Vermelho, Abril Vermelho, aqui em Pernambuco cada regional³ fez uma ocupação porque era uma obrigação fazer, a imprensa cumpriu o papel dela de motivar o povo a ocupar. Então assim, foi o ano que nós mais fizemos ocupação porque o povo estava motivado. [...] O Movimento cresceu, fez um monte de ocupações, fez mais do que tinha como objetivo fazer e obrigou o governo a negociar, porque o governo não pode ver a sociedade se mobilizando sem negociar. Então exatamente aconteceu o contrário do que a burguesia queria (Amorim, 2005 – Grifos nossos).

Ao mesmo tempo em que o MST estrutura a agenda midiática, também sofre os efeitos de sentido na sua agenda. O agendamento é um espaço de conflito cuja dinâmica é imprevisível. Vislumbramos o MST como uma fonte pró-ativa, mesmo com “altos e baixos”, como diriam Molotch e Lester. Nossa hipótese teórica é que a fonte participa ativamente da construção do discurso jornalístico a tal ponto que há uma afetação entre as agendas. Diríamos que há uma interdependência na interferência da agenda midiática e da fonte que, por sua vez, sabe do seu poder. Ao ter a agenda afetada pela mídia, o MST tem sua constituição perpassada por ela, de modo que a natureza midiática já o constitui. Mesmo não tendo a credibilidade da autoridade como a de fonte oficial, o MST intervém na construção das notícias e, além disso, é permeado na sua estrutura pelo saber midiático.

³ Regional é a estrutura organizativa do MST em cada estado brasileiro. Para uma melhor atuação em todo o estado, o MST se estrutura em regionais, grupos menores que integram diversos municípios de uma microrregião.

O MST possui uma visão estratégica da mídia pela visibilidade pública que possibilita, como explica Miguel Stédile, um dos coordenadores: “O que nós gostaríamos é que a mídia demonstrasse o fracasso do modelo agrícola que está em implementação no Brasil hoje, que ela demonstrasse a viabilidade da reforma agrária” (Stédile, 2006). Entretanto, as representações não são favoráveis:

Você pode ver que assentamento não aparece em mídia, só acampamento⁴ em movimento, em luta. No momento do conflito ele aparece, agora a solução do conflito, o resultado do conflito, o assentamento, ele não aparece. Então dá sempre a idéia no imaginário de que a luta do MST é infrutífera porque não dá resultados, mas os resultados existem. Se você dá visibilidade para isso, a mídia se contradiz com o seu próprio discurso. (Stédile, 2006)

Mesmo assim, o MST atua de modo a criar as oportunidades para se comunicar com a sociedade realizando eventos de massa que acabam por atrair a mídia.

Nós temos o Jornal Sem Terra há 25 anos que é uma ferramenta importante. Agora os 20 mil exemplares do Jornal Sem Terra mensais são insignificantes numa disputa diária contra a tiragem diária do Estado de São Paulo ou contra cinco minutos do Jornal Nacional⁵. [...] Isso também exige de nós criatividade para fazer outros tipos de luta, até porque uma vez que o Movimento luta contra os latifúndios e os latifúndios estão fora do eixo das grandes cidades, dos centros urbanos, também isso contribui para esconder ainda mais a luta do Movimento. Então as marchas, as ocupações de prédios públicos, as greves de fome, tudo isso também são formas do MST se comunicar com a sociedade, algumas vezes sem interlocução dos meios de comunicação. Então também exige essa criatividade, mas é uma relação em que, claro, o movimento social está sempre em desvantagem (Stédile, 2006).

O embate político requer uma atuação que consiga visibilidade. Como fonte, o MST conquistou espaço na mídia ao agendar as ações que “rendem” notícia. É interessante perceber que os eventos entraram no calendário jornalístico.

A mídia, digamos assim, em termos de calendário, a partir de janeiro, ela já começa a buscar o Movimento, tentando assim: previsão para o ano que começa, o período de ocupações e um pouco, tentar no chute, quando é que vai ser o período de ocupações. Como janeiro e fevereiro é um período meio morto, carnaval, a partir de março então começa o aquecimento, entre aspas, das matérias no sentido de anunciar o Abril Vermelho. Então segue sempre o mesmo padrão: líder do MST anuncia onda de ocupações. E aí vão só alterando os nomes: Jaime Amorim em Pernambuco, João Pedro não sei onde, sempre anunciando (Stédile, 2006).

Como a noticiabilidade se faz do conflito, mesmo havendo uma relação amistosa entre o Presidente Lula da Silva, em que o MST é tratado de um modo mais próximo (o que não significa dizer ser atendido em suas reivindicações), a lógica midiática é identificar o contraditório. Assim, na cobertura jornalística da “Marcha dos 12 mil” à Brasília, ocorrida em maio de 2006, o enquadramento privilegiou a origem dos recursos para financiar toda a infra-estrutura.

Essa que é, nesse caso, para você criar a idéia de que o movimento social é financiado pelo estado, de que a baderna, entre aspas, tem a tutela do estado, então precisa bater nesse sentido. [...] Esses ataques da imprensa ao Movimento é até uma fórmula de manter essa esquerda [...] domesticada, mais na linha, manter a separação, o isolamento. E a outra linha é você bater nos dois de uma vez só no MST e no governo, e dizer: “não, o governo financia o movimento social que é fora da ordem, portanto, os dois têm que ser combatidos” (Stédile, 2006).

No Rio Grande do Sul, o MST tem por decisão política não atender ao grupo midiático Rede Brasil Sul (RBS), proprietário da TV RBS, Jornal Zero Hora, Rádio Gaúcha e outras diversas emissoras de rádio espalhadas no sul do Brasil. A TV RBS é afiliada da TV Globo, retransmite a programação nacional e produz programas locais. Por considerar a sua cobertura altamente tendenciosa de forma a deturpar a sua imagem, o MST não atende às empresas deste grupo há três anos. O coordenador do MST no Rio Grande do Sul, Ivori de Moraes, explica que essa decisão se dá devido à orientação política do Grupo RBS em pré-julgar o Movimento pelas ações realizadas:

Historicamente sempre já tem uma visão predefinida e já nos condena antes mesmo de um juiz, de qualquer pessoa, delegado, autoridade da sociedade que está aí avaliar. Aquele meio de comunicação já investiga, julga, condena e já bota no outro dia na primeira capa que o sem-terra é isso, que faz isso, que faz aquilo (Moraes, 2005).

O fato de o MST ter tomado essa decisão de não mais atender a um grupo midiático parece ter tido efeito para jornalistas de outras empresas, o que demonstra a importância da fonte MST para as rotinas produtivas. Stédile comenta:

⁴ Há uma diferença entre acampamento e assentamento. O primeiro diz respeito à propriedade que se encontra ocupada pelos agricultores sem-terra instalados em barracas de lona ou palha enquanto tramita o processo para fins de reforma agrária ou judicial se a área for reclamada pelo proprietário. Essa fase pode durar anos, dependendo da disputa judicial entre o proprietário e o estado. Já o assentamento é a área desapropriada com demarcação definitiva dos lotes de produção e moradia, para os quais há créditos do programa de reforma agrária.

⁵ Telejornal das 20h na TV Globo.

Tem jornalista [...] que às vezes liga para a gente e diz: “olha, desculpa, aquela matéria está com meu nome, não foi assim que eu escrevi, foi o editor que fez assim”. [...] E acho inclusive quando a pessoa se dá ao trabalho de ligar para você para pedir desculpa por alguma matéria já é uma espécie de respeito, ou pelo menos um pouco de ética (Stédile, 2006).

Apesar de existir alguns líderes mais “midiáticos”, (nomes como João Pedro Stédile, José Rainha são famosos), o MST tem a estratégia de fazer rodízio dos dirigentes que falam com a imprensa.

Não é sempre o Miguel, você não vai ligar para a casa do Miguel tal hora pedindo uma declaração do MST. Se você fizer isso, o Miguel vai dizer: “olha, não sou eu que estou falando sobre isso, é outra pessoa”. Nesse sentido, para nós, o assessor de imprensa tem muito mais a função de proteger a organização do que divulgá-la, que seria o trabalho do assessor de imprensa numa empresa, numa outra organização. Partimos dessa lógica, para chegar num dirigente que fala, necessariamente, esperamos que o jornalista passe primeiro pelo assessor de imprensa, que filtre, que saiba quem é o sujeito, a empresa, [...] que indique para o dirigente, o responsável por isso (Stédile, 2006).

Alguns líderes acabam sendo mais procurados e visibilizados pela mídia que, por sua vez tende a priorizar os mesmos com os quais lida, encerrando assim, um círculo vicioso de visibilizar um representante. Ao estudar a cobertura jornalística do movimento feminista nos Estados Unidos, Gay Tuchman aponta para uma modificação do próprio movimento ao ter que apresentar uma líder para falar em nome do grupo. “Publicar as percepções de uma líder quase legitimada socava o intento das radicais de se manterem sem líderes” (1983: 155). Com isso, a mídia acaba por interferir na estrutura do próprio movimento social.

Conclusões

Orde García (2003: 27) lembra que, tendo conseguido ser visibilizado, o movimento social busca conquistar representações favoráveis. O MST é um interlocutor político reconhecido, porém possui sérias dificuldades para impor uma pauta que tenha representações favoráveis, não somente porque a lógica do seu campo é distinta, mas também por ser uma fala dissidente, contra-hegemônica. Desde sua fundação, é um movimento social que se posiciona politicamente contra a corrente do pensamento único. O Movimento se institucionalizou, com a criação de uma estrutura orgânica, porém, não perdeu seu caráter de movimento de massa, de confrontação e contestação.

A sua presença na mídia sofre a dinâmica de cada momento em que a noticiabilidade é definida numa relação direta com o campo político, na interdependência com a conjuntura política e com a opinião pública. Ora aparece na mídia com mais legitimidade, isto é, como um “movimento legítimo”, ora parece sem nenhum “crédito de respeitabilidade”, especialmente quando suas ações são mais chocantes, a exemplo da destruição do laboratório agroflorestal da empresa Aracruz, no sul do Brasil no dia 8 de março de 2006 (Dia Internacional da Mulher), numa ação executada somente por mulheres camponesas. Diríamos que é uma fonte ambígua, na medida em que de fonte “marginal” pode passar ao extremo oposto que é a fonte “institucional”, como entidade gestora de programas de produção agrícola e de programas de alfabetização de jovens e adultos, além de outros, nos assentamentos.

Nesta variação, é importante enfatizar que seu modo de ser fonte é pró-ativo, mesmo quando a condução da situação não está sob seu domínio. Uma vez que possui mais dificuldades para ter *acesso habitual aos meios*, nos termos de Molotch e Lester (1999), como por exemplo, para propor uma pauta *positiva*, o MST procura agir através das necessidades de acontecimentos da mídia. Assim, parece ser mais facilmente noticiável em atos concretos. Estar de olho na mídia gera um conhecimento de modo a ultrapassar a barreira da não-noticiabilidade. Como os acontecimentos são tipificados, como diz Gay Tuchman (1983) e, conseqüentemente, também os textos, a fonte precisa inovar constantemente para que suas necessidades de acontecimento coincidam com as do campo jornalístico. Neste sentido, as frases de efeito em tom de ameaça de novas ocupações são uma necessidade de noticiabilidade da mídia, o que provoca muita repercussão, além da própria constituição de líderes que falam em nome do Movimento parece ser o resultado estruturante da mídia.

A midiática permeia a lógica de ação política do MST como também a agenda midiática é constantemente desafiada pelas estratégias da fonte que, por sua vez, sabe do seu poder e atua estrategicamente. Isto significa estar em permanente observação da conjuntura política para criar oportunidades de ação política e midiática.

Estas reflexões estão sendo realizadas no âmbito da pesquisa de doutorado e acreditamos que poderá fornecer subsídios sobre os processos midiáticos, como funcionam, que efeitos de sentido provocam e também que interferências acarretam na própria constituição da fonte. Pretendemos aprofundar o conhecimento sobre o *entranhamento* da mídia na sociedade, os elementos, as nuances, as regras que absorvem uma organização que se quer reivindicatória.

Referências Bibliográficas

- ALSINA, M. R. (1989). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.
- AMORIM, J. (2005). Entrevista concedida à pesquisadora em 02 ago. 2005 para a pesquisa de doutoramento, como parte da fase de coleta de dados.
- BERGER, C. (1998). *Campos em confronto: a terra e o texto*. Porto Alegre: Ed.UFRGS.
- BOGO, A. (1999). *Lições da luta pela terra*. Salvador: Memorial das Letras.
- BRAGA, J. L. (1999). Meios de comunicação e linguagens: a questão educacional e a interatividade. *Linhas Críticas*, 5(9), 129-148.
- CHAMPAGNE, P. (1996). *Formar a opinião: o novo jogo político*. Petrópolis: Vozes.
- CHARRON, J. (1998). Los medios y las fuentes: los límites del modelo de agenda-setting. En GAUTHIER, G., GOSSELIN, A. e MOUCHON, J. (Eds.). *Comunicación y política*. (pp. 72-94). Barcelona: Gedisa.
- FOLHA DE SÃO PAULO. (2005). *Abril Sem Ordem*: editorial, 06 abr. 2005.
- GARCÍA, D. C. (2003). Relações entre meios de comunicação e movimentos sociais. *Líbero*, 6(12), 20-29.
- GOMIS, L. (1991). *Teoría del periodismo: como se forma el presente*. Barcelona: Paidós.
- LAGE, N. (2001). *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Rio de Janeiro: Record.
- MORAES, I. (2005). Entrevista concedida à pesquisadora em 10 nov. 2005 para a pesquisa de doutoramento, como parte da fase de coleta de dados.
- MST. *MST Informa*. Edição Especial, Escola nacional Florestan Fernandes, 4(82). <www.mst.org.br> Acesso em 23 jan. 2005.
- MOLOTCH, H. e LESTER, M. (1999). As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico dos acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos. (pp.34-51). En TRAQUINA, N. (Ed.). *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Vega.
- PINTO, M. (1999). Fontes jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo. *III Encontro Lusófono de Ciências da Comunicação*, Universidade do Minho, Braga, de 27 a 30 de Outubro de 1999. <<http://www.comunicacao.uminho.pt/doc/mpinto/fontes.htm>> Acesso em 02 abr. 2006.
- RODRIGUES, A. D. (1999). O acontecimento. (pp. 27-33). En TRAQUINA, N. (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Vega.
- STÉDILE, M. (2006). Entrevista concedida à pesquisadora em 05 jun. 2006 para a pesquisa de doutoramento, como parte da fase de coleta de dados.
- TUCHMAN, G. (1983). *La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A.
- WOLF, M. (1999). *Teorias da comunicação*. Lisboa: Editorial Presença.