

## **Propaganda e Luta: Análise da Campanha do Plano Nacional de Plantio do Movimento dos Trabalhadores Sem Terra<sup>1</sup>**

Matheus Oliveira Tamiozzo de MATTOS<sup>2</sup>

Paula Machado de Santana AZEREDO<sup>3</sup>

Andre José de Souza MONSÔRES JÚNIOR<sup>4</sup>

Lorena Jim Ferreira SANTOS<sup>5</sup>

Stella Arantes ARAGÃO<sup>6</sup>

Centro Universitário de Volta Redonda (UniFOA)

### **RESUMO**

O presente trabalho trata de parte inicial da pesquisa de iniciação científica realizada no curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Volta Redonda (UniFOA), com a orientação da Professora Stella Arantes Aragão. O intento principal da pesquisa é analisar as campanhas de propaganda organizadas pelo Movimento dos Trabalhadores Sem Terra (MST), mais especificamente o discurso presente na publicidade da campanha de 2019 "Plantar Árvores, Produzir Alimentos Saudáveis", para descrever as estruturas discursivas presentes em seus textos que exploram o incentivo à recuperação de áreas degradadas e a produção de alimentos saudáveis para a classe trabalhadora. A campanha do Plano Nacional de Plantio do Movimento dos Trabalhadores Sem Terra emergiu durante a crise ambiental no início de 2019. Durante o ano, crimes ambientais como rompimento de mineradoras (com as consequências do caso de Mariana (MG) – mineradora SAMARCO – em 2015, e mais recente em Brumadinho (MG) – mineradora Vale – em 2019) e incêndios florestais, provocados propositalmente, alcançaram repercussão internacional pela gravidade de impacto no cenário não somente nacional, mas global. Em resposta à negligência governamental sobre o cenário crítico do meio

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na IJ06 - Interfaces Comunicacionais do XXV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 26 a 28 de maio de 2022.

<sup>2</sup> Graduando do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Volta Redonda (UniFOA).

<sup>3</sup> Graduando do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Volta Redonda (UniFOA).

<sup>4</sup> Graduando do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Volta Redonda (UniFOA).

<sup>5</sup> Graduando do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Volta Redonda (UniFOA).

<sup>6</sup> Professora dos cursos de Publicidade e Propaganda e Jornalismo do Centro Universitário de Volta Redonda (UniFOA), doutoranda em Sociologia e Direito pelo PPGSD-UFF, Mestre em Ensino de Ciências do Meio Ambiente e da Saúde pelo MEC SMA-UniFOA, bacharela em direito e relações internacionais.

ambiente, o MST criou este plano que tem o objetivo de plantar 100 milhões de árvores em 10 anos, para conquistar uma reforma agrária popular, o Plano Nacional “Plantar Árvores, Produzir Alimentos Saudáveis”. Tal iniciativa visa efetivar as “agroflorestas”, que segundo o *World Wildlife Fund* (Fundo Mundial da Natureza), o WWF, consta em “um conjunto de técnicas que reúne agricultura e preservação ou recomposição ecológica” (PARKER, 2010), através de plantação da flora nativa, tornando a terra mais produtiva e rica, sem utilização de agrotóxicos, recuperando tradições de agricultura dos povos indígenas e integrando com os novos conhecimentos científicos. Além disso, a campanha delata a forma inconsequente que o agronegócio aplica em suas terras. Isto é, a forma invasiva (como a invasão os territórios indígenas) e a indiligência, como a contaminação de lençóis freáticos, do solo, e também o desmatamento e as queimadas, que afetam a vida dos moradores próximos e da fauna, como denunciado no documentário “MATOPiBA“ de 2016, mostrando principalmente a destruição eminente do bioma Cerrado, exposto através de discursos de famílias acampadas e assentadas “Sem Terra”. Entretanto, o movimento “agro é pop” continua crescendo, especialmente através dos comerciais propagados nas mídias televisivas e digitais; a visão promovida pelos grandes latifundiários, o "Metametaconceito", que consiste em, basicamente, o silenciamento das experiências bem-sucedidas da agricultura familiar e camponesa (que são pessoas que estão envolvidas no MST), e a exposição das classes hegemônica como os que carregam a economia do Brasil, responsabilizando estes do desenvolvimento do país, e quem se opor seria contra este “crescimento”. Assiste-se à hegemonia do agronegócio no Brasil, a qual se expressa, sobretudo, supondo-se a impossibilidade da existência de alternativas históricas além do projeto do agronegócio como se ele fosse eterno e respondesse a todos os problemas do campo. Ideologicamente, é emblemático desse processo considerar a população do campo como Agrogente, Agro Brasil, Agro é Pop, Agro é Tech, Agro é Vida. (BARROS, 2018, p. 190). Levando em consideração a realidade da hegemonia do agronegócio no Brasil, o Movimento Sem Terra (MST) é uma resistência desde a sua fundação, pois incentiva através de campanhas e ações a agricultura familiar. Na qual, foi confirmada através de pesquisas a sua importância para a economia e a sociedade brasileira. As tabulações especiais do Censo reunidas no caderno “Agricultura Familiar - Brasil, Grandes Regiões e Unidades da Federação. Primeiros Resultados” mostraram claramente que a agricultura familiar é constituída por 4,3 milhões de estabelecimentos

rurais (ou 84,4% do total nacional) e é responsável por 38% do valor bruto da produção agropecuária, por 74,4% do total das ocupações rurais, e respondem pela maior parte da produção dos principais alimentos da mesa dos brasileiros. E isso ocupando apenas 24,3% da área total dos estabelecimentos do país (FRANÇA, GOSSI, MARQUES, 2006, p.6)

Um exemplo de sucesso do MST com a agricultura familiar é o caso da Rede Agroecológica do Leste de Minas, promovendo encontros com formações e fortalecendo a segurança alimentar da sua região. Além disso, os encontros são recheados de afeto e histórias pelos guardiões. Portanto, é notório a importância Plano Nacional “Plantar Árvores, Produzir Alimentos Saudáveis”, pois além das questões ambientais, edifica a autonomia alimentar da população com menor poder aquisitivo do Brasil, pertencente ou não do Movimento Sem Terra. E claro, diferente do agronegócio brasileiro, as estratégias do Plano Nacional são sustentáveis. Ademais o MST, tem muito mais ações nas redes sociais, como por exemplo: tuitos, receitas, notícias e outras campanhas que são difundidas pelos perfis oficiais do movimento social. A presente pesquisa se fundamentou na escolha pelo método combinado de levantamento bibliográfico e análise de discurso. Justifica-se esse trabalho de forma acadêmica, já que o campo de estudos da publicidade e da propaganda proporciona a capacidade de usar tais fundamentos para aprofundar os dados teóricos a fim de compreender as estruturas discursivas que são propostas no espaço publicitário, além de colaborar no meio profissional da área para que haja uma melhor compreensão da influência que certos discursos e ideologias podem causar no consumidor e no mercado. Ao analisarmos os materiais que envolvem o Plano Nacional “Plantar Árvores, Produzir Alimentos Saudáveis”, podemos definir seus objetivos em duas vertentes de influência: o estímulo ao plantio e uma reeducação social e uma manifestação política que confronta o atual governo federal de Jair Bolsonaro, através da denúncia da crise estrutural do capital. Nos aprofundando na forma em que o movimento se apropria das mídias, vemos a objetividade da estratégia adotada para a mobilização do projeto nas redes sociais. No Instagram, o MST posta e compartilha registros dos trabalhos realizados; peças publicitárias do projeto ou de iniciativas semelhantes. Também informa sobre manifestações elaboradas recentemente contra o atual governo, ocorrendo em distintas cidades do país. O movimento tem proporcionado eventos on-line com o formato *live*, em que conseguem criar um espaço de troca de informações sobre os projetos realizados, como foi o caso do projeto em questão. Além disso, o movimento

alimenta o canal do Youtube fazendo uma divisão dos assuntos, com as campanhas publicitárias, receitas, programas políticos, análises de momentos sociais, documentários, difusão da arte e oficinas e outros. Dentre as ações de mídia realizadas, destacamos uma postagem veiculada no Instagram do MST e o vídeo explicativo sobre o plano, disparado em fevereiro de 2020 no canal do YouTube do MST. A campanha “Plantar Árvores, Produzir Alimentos Saudáveis” faz parte de um plano nacional do Movimento Sem Terra, que, além deste, anuncia outros materiais que auxiliam no progresso do plano, que tem como objetivo principal o plantio de 100 milhões de árvores em todo o território nacional em dez anos. O comercial conta com a participação de uma das representantes do movimento, integrante do setor de produção, Bárbara Loureiro, que traz em seu discurso uma breve apresentação do plano, seus objetivos, o processo que o plano sofre por período e os possíveis resultados esperados. Como considerações finais, a pesquisa traz alguns aspectos específicos sobre o uso da técnica da propaganda, sobretudo no que se refere à aplicação das complexas ferramentas tecnológicas de informação e de divulgação dentro dos ambientes dos movimentos sociais, com objetivos completamente distintos daqueles que comumente são relacionados à publicidade e à propaganda. Espera-se que a pesquisa ainda possa compreender outras especificidades desse tipo específico de aplicação dos conhecimentos teórico-práticos da publicidade e que possa criar interseção com outros campos do conhecimento, principalmente com as ciências sociais.

## **PALAVRAS-CHAVE**

Movimentos Sociais; Publicidade; Campanha; Meio Ambiente.

## **REFERÊNCIAS**

ALVES, Vínicius. ‘**Agro é pop**’: Cultivando desinformação e elogiando a escravidão. Brasil, 30 set. 2017. Disponível em: <https://anovademocracia.com.br/no-196/7473-agro-e-pop-cultivando-desinformacao-e-elogiando-a-escravidao>. Acesso em: 2 out. 2021.

FERNANDES, Bernardo. **O MST e as reformas agrárias do Brasil**. Universidade Estadual Paulista (UNESP), [s. l.], 2008.

FERREIRA, Janelson. **100 milhões de árvores**: Conheça o plano nacional de plantio do MST: O Plano tem como objetivo realizar a recuperação de áreas degradadas por meio da implementação de agroflorestas e quintais produtivos Notícias. Brasil, 7 fev. 2020. Disponível em: <https://mst.org.br/2020/02/07/100-milhoes-de-arvores-conhecao-plano-nacional-de-plantio-do-mst/>. Acesso em: 19 set. 2021.

FRANÇA, Caio; GROSSI, Mauro; MARQUES, Vicente. **A agricultura familiar faz bem ao Brasil**. Mst.org.br, mst.org.br, 2006. Disponível em: <https://mst.org.br/biblioteca-daquestao-agraria/?tipo=Artigo%20e%20ensaio>. Acesso em: 3 out. 2021.

NARRAVO, Zander. **A agricultura familiar no Brasil: entre a política e as transformações da vida econômica**. Mst.org.br, mst.org.br, 2010. Disponível em: <https://mst.org.br/biblioteca-daquestao-agraria/?tipo=Artigo%20e%20ensaio>. Acesso em: 3 out. 2021.

PACHECO, Tania. **Documentário “Matopiba” mostra impactos nas comunidades do Cerrado**. São Paulo, Brasil, 24 ago. 2016. Disponível em: <https://racismoambiental.net.br/2016/08/24/documentario-matopiba-mostraimpactos-nas-comunidades-do-cerrado/>. Acesso em: 12 ago. 2021.

PARKER, Edward. **Agrofloresta: Técnicas unem agricultura e conservação**. Bahía, Brasil, 3 nov. 2010. Disponível em: [https://www.wwf.org.br/natureza\\_brasileira/reducao\\_de\\_impactos2/agricultura/agr\\_a\\_coes\\_resultados/tecnicas\\_que\\_unem\\_agricultura\\_e\\_conservacao/](https://www.wwf.org.br/natureza_brasileira/reducao_de_impactos2/agricultura/agr_a_coes_resultados/tecnicas_que_unem_agricultura_e_conservacao/). Acesso em: 30 set. 2021.

SANTOS, Sheila; SILVA, Carlandio. O agro é pop e não preserva ninguém: **Os discursos antagônicos de preservação ambiental**. Geographia Opportuno Tempore, [s. l.], v. 6, n. 26, ed. 1, 2020.

SILVA, Izânia; JOTA, Marcos; SCHUAB, Heder; ALMEIDA, Angélica. **Agricultura Familiar: organização da resistência e construção das alternativas**. Giro Agroecológico, mst.org.br, v. 3, 2021. Disponível em: <https://mst.org.br/biblioteca-daquestao-agraria/?tipo=Cartilha>. Acesso em: 3 out. 2021.