

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

Programa de Pós-Graduação

Integração da América Latina

PATRÍCIA SHEILA MONTEIRO PAIXÃO MARCOS

**Comunicação contra-hegemônica com perspectiva emancipatória:  
experiências argentinas e brasileiras no século XXI**

Versão revisada, contemplando sugestões da comissão julgadora

São Paulo

2021

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

Programa de Pós-Graduação

Integração da América Latina

PATRÍCIA SHEILA MONTEIRO PAIXÃO MARCOS

**Comunicação contra-hegemônica com perspectiva emancipatória:  
experiências argentinas e brasileiras no século XXI**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação Integração da América Latina da Universidade de São Paulo, para obtenção do Título de Doutora em Integração da América Latina.

Linha de Pesquisa: Estado e Políticas Sociais no Brasil e na América Latina (USP).

Orientador: Profº Dr. Wagner Tadeu Iglecias.

Versão revisada, contemplando sugestões da comissão julgadora.

São Paulo

2021

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação  
Serviço de Biblioteca e Documentação  
Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo

M321c Marcos, Patrícia Sheila Monteiro Paixão  
Comunicação contra-hegemônica com perspectiva emancipatória: experiências argentinas e brasileiras no século XXI / Patrícia Sheila Monteiro Paixão Marcos; orientador Wagner Tadeu Iglecias - São Paulo, 2021.  
594 f.

Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação Interunidades em Integração da América Latina. Área de concentração: Integração da América Latina.

1. Mídia Alternativa. 2. Meios de comunicação. 3. Argentinos. 4. Brasileiros. 5. Comunicação. I. Iglecias, Wagner Tadeu, orient. II. Título.



Universidade de São Paulo – PROLAM USP  
Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina



**ENTREGA DO EXEMPLAR CORRIGIDO DA DISSERTAÇÃO/TESE  
Termo de Ciência e Concordância da orientador(a)**

Nome da aluna: PATRÍCIA SHEILA MONTEIRO PAIXÃO MARCOS

Data da defesa: 29/04/2021

Nome do orientador: Prof. Dr. WAGNER TADEU IGLECIAS

Nos termos da legislação vigente, declaro **ESTAR CIENTE** do conteúdo deste **EXEMPLAR CORRIGIDO** elaborado em atenção às sugestões dos membros da comissão Julgadora na sessão de defesa do trabalho, manifestando-me plenamente favorável ao seu encaminhamento e publicação no Portal Digital de Teses da USP.

São Paulo, 22/06/2021

Assinatura do orientador

## **FOLHA DE APROVAÇÃO**

Nome: MARCOS, Patrícia Sheila Monteiro Paixão

Título: Comunicação contra-hegemônica com perspectiva emancipatória: experiências argentinas e brasileiras no século XXI

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação Integração da América Latina da Universidade de São Paulo, para obtenção do título de Doutora em Integração da América Latina.

Presidente da Banca: Profº Dr. Wagner Tadeu Iglecias

Aprovada em: 29/04/2021

### **Banca Examinadora:**

Profº Dr. Martín Becerra

Instituição: Universidad Nacional de Quilmes

Julgamento: Aprovada

Profº Dr. Dimas Kunsch

Instituição: Universidade Metodista de São Paulo

Julgamento: Aprovada

Profº Dr. Gilberto Maringoni

Instituição: Universidade Federal do ABC

Julgamento: Aprovada

Profº Dr. Dennis de Oliveira

Instituição: Universidade de São Paulo

Julgamento: Aprovada

Aos meus amados avós Maria e Guaracy e Odete e Maurílio (*in memoriam*), por terem acreditado em mim e por todo amor e carinho, desde meus primeiros passos.

Aos meus amados pais Maria Izilda e César (os melhores do mundo, meus melhores amigos!), e aos meus amados irmãos Tatiana e Cesinha, por sempre estarem ao meu lado.

Às minhas amadas filhas Heloísa e Sofia, por serem a razão de TUDO.

## AGRADECIMENTOS

Um trabalho científico desenvolvido ao longo de quatro anos não se realiza apenas pela extenuante dedicação do pesquisador. Essa tese hoje se concretiza graças também às muitas pessoas que colaboraram comigo durante esse longo ciclo de estudos, aprendizados e descobertas. Chegou o momento de ser grata.

Primeiramente agradeço a Deus por ser minha maior sustentação, presenteando-me com saúde, coragem e energia no cumprimento dos meus objetivos.

Agradeço ao meu companheiro Eduardo da Rocha Marcos, pelo incentivo, pelo carinho, pelas conversas sobre a pesquisa e pela colaboração nas tarefas diárias. Tudo isso foi fundamental para que eu tivesse tempo e ânimo para prosseguir nos estudos. Às minhas filhas Heloísa e Sofia por todo amor, compreensão e paciência.

Aos meus pais e irmãos amados que estão sempre torcendo por mim, oferecendo ajuda e colo em todos os momentos.

Ao professor Dr. Wagner Tadeu Iglecias por se mostrar muito mais que um orientador. Foi um amigo que desde o primeiro momento me ajudou, norteando cada passo da minha jornada de doutoranda e incentivando-me sempre. Obrigada por todos os conhecimentos passados (e foram muitos!), por ler meu trabalho com tanta atenção e por respeitar minhas opções de pesquisa. Serei eternamente grata.

Ao professor Dr. Dennis de Oliveira, não só por contribuir sensivelmente com a minha formação acadêmica, mas por me ajudar a me enxergar de uma outra maneira, a partir das minhas raízes. O senhor é uma inspiração!

Ao professor Dr. Luciano Maluly por oferecer conselhos valiosos para a minha pesquisa e por incentivar as entrevistas no trabalho científico.

Ao professor Dr. Gilberto Maringoni pelas orientações certeiras oferecidas na banca de qualificação e por todo apoio. Ao professor Dimas Künsch por todo incentivo sempre.

Aos amigos Amanda Barrenengoa, Angel Pinheiro, Arnaldo Lorençato, Beatriz Sanz, Emily Santos, Fausto Salvadori, Jéssica Tamyres dos Santos, Juliana Salles, Lenize Villaça, Luciana Faustine, Olavo Barros, Ramiro Blanco, Renata Mielli, Sidney Barbalho, Tânia Trajano, Tatiane Oliveira, Tiago Angelo, Vanessa Oliveira e Yago Sales, por toda ajuda, apoio e por aguentarem minhas conversas angustiadas sobre a pesquisa.

A todos os entrevistados que reservaram um tempo em suas agendas para me receberem, tanto integrantes de veículos contra-hegemônicos, como acadêmicos e especialistas.

“Enquanto eu luto, sou movido pela esperança;  
e se eu lutar com esperança, posso esperar.”

Paulo Freire



## RESUMO

MARCOS, P. S. M. P. **Comunicação contra-hegemônica com perspectiva emancipatória: experiências argentinas e brasileiras no século XXI.** 2021. 594f. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação Integração da América Latina, Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 2021.

Há séculos os segmentos sociais explorados no continente latino-americano lutam para que suas vozes sejam ouvidas e respeitadas. Em um cenário em que o sistema de comunicação é dominado por poucos atores ligados aos interesses daqueles que estão no poder desde o período colonial, os veículos jornalísticos que se propõem a destacar as narrativas dos grupos oprimidos tornam-se uma das poucas alternativas para a reflexão crítica. Eles podem ser chamados de “contra-hegemônicos” (com base no conceito de contra-hegemonia que Raymond Williams propôs a partir da teoria gramsciana), no sentido que colaboram para reverter as condições de marginalidade impostas a amplos estratos sociais por aqueles que detêm temporariamente a hegemonia. Essa pesquisa estuda 14 iniciativas de jornalismo contra-hegemônico na Argentina e no Brasil na contemporaneidade, com o recorte temporal de março de 2016 a dezembro de 2020, um período bastante intenso em termos políticos, econômicos e sociais nas duas nações. Essas iniciativas foram pesquisadas por intermédio de entrevistas semiestruturadas, com seus representantes, e através da pesquisa de campo, com visitas a algumas redações. Os veículos são analisados segundo a prática de jornalismo e emancipação proposta pelo professor Dennis de Oliveira, a partir dos aportes teóricos de Paulo Freire, Adelmo Genro Filho e Oscar Jara. O jornalismo emancipatório prevê uma dialogia nas ações de comunicação que se pretendam libertadoras, a fim de que haja uma conscientização coletiva. Trata-se de um caminho para que a comunicação contra-hegemônica tenha adesão e legitimidade. Além de avaliar as iniciativas estudadas com a perspectiva emancipatória, o presente estudo buscou registrar a trajetória desses veículos, apontar suas estratégias e ações diante do cenário político e social (no período temporal delimitado) e as semelhanças e particularidades entre suas atuações no Brasil e na Argentina, afora os desafios que precisam ser vencidos para que suas atividades possam ser realizadas com mais segurança.

Palavras-chave: Jornalismo contra-hegemônico. Comunicação contra-hegemônica. Jornalismo Emancipatório. Brasil. Argentina.

## ABSTRACT

MARCOS, P. S. M. P. **Counter-hegemonic communication with an emancipatory perspective:** Argentine and Brazilian experiences in the 21st century. 2021. 594f. Thesis (Doctorate). Latin American Integration Postgraduate Program, The University of São Paulo (USP), São Paulo, 2021.

For centuries, the social segments explored in the Latin American continent have been fighting for their voices to be heard and respected. In a scenario in which the communication system is dominated by few actors linked to the interests of those who have been in power since the colonial period, the journalistic vehicles that aim to highlight the narratives of oppressed groups become one of the few alternatives for reflection critical. They can be called “counter-hegemonic” (based on Raymond Williams’ concept proposed from Gramsci’s theory), in the sense that they collaborate to reverse the conditions of marginalization imposed on broad social strata by those who temporarily hold hegemony. This research studies 14 counter-hegemonic journalism initiatives in Argentina and Brazil today, with the time frame from March 2016 to December 2020, a very intense period in political, economic and social terms in both nations. These initiatives were researched through semi-structured interviews, with their representatives, and through field research, with visits to some newsrooms. The vehicles are analyzed according to the journalism and emancipation practice proposed by professor Dennis de Oliveira, based on the theoretical contributions of Paulo Freire, Adelman Genro Filho and Oscar Jara. Emancipatory journalism foresees a dialog in the communication actions that are intended to be liberating, so that there is a collective awareness. It is a way for counter-hegemonic communication to have adherence and legitimacy. In addition to evaluating the initiatives studied with an emancipatory perspective, the present study sought to record the trajectory of these vehicles, point out their strategies and actions in the face of the political and social scenario (in the defined time period) and the similarities and particularities between their actions in Brazil and Argentina, aside from the challenges that need to be overcome so that its activities can be carried out more safely.

Keywords: Counter-hegemonic journalism. Counter-hegemonic communication. Emancipatory Journalism. Brazil. Argentina.

## RESUMEN

MARCOS, P. S. M. P. **Comunicación contrahegemónica con perspectiva emancipadora: experiencias argentinas y brasileñas en el siglo XXI.** 2021. 594f. Tesis (Doctorado). Programa de Posgrado en Integración Latinoamericana, Universidad de São Paulo (USP), São Paulo, 2021.

Durante siglos, los segmentos sociales explotados en el continente latinoamericano han luchado por que sus voces sean escuchadas y respetadas. En un escenario en el que el sistema de comunicación está dominado por pocos actores vinculados a los intereses de quienes han estado en el poder desde la época colonial, los vehículos periodísticos que apuntan a resaltar las narrativas de los grupos oprimidos se convierten en una de las pocas alternativas de reflexión crítica. Pueden denominarse "contrahegemónicos" (basado en el concepto de contrahegemonía que Raymond Williams propuso a partir de la teoría de Gramsci), en el sentido de que colaboran para revertir las condiciones de marginación impuestas a amplios estratos sociales por quienes detentan temporalmente la hegemonía. Esta investigación estudia 14 iniciativas de periodismo contrahegemónico en Argentina y Brasil en la actualidad, con un período de marzo de 2016 a diciembre de 2020, un momento muy intenso en términos políticos, económicos y sociales en ambas naciones. Estas iniciativas fueron investigadas a través de entrevistas semiestructuradas, con sus representantes, y mediante investigación de campo, con visitas a algunas redacciones. Los vehículos son analizados según la práctica de periodismo y emancipación propuesta por el profesor Dennis de Oliveira, a partir de los aportes teóricos de Paulo Freire, Adelmo Genro Filho y Oscar Jara. El periodismo emancipatorio prevé un diálogo en las acciones comunicativas que pretenden ser liberadoras, para que exista una conciencia colectiva. Es una forma de que la comunicación contrahegemónica tenga adherencia y legitimidad. Además de evaluar las iniciativas estudiadas con una perspectiva emancipadora, el presente estudio buscó registrar la trayectoria de estos vehículos, señalar sus estrategias y acciones ante el escenario político y social (en el período de tiempo definido) y las similitudes y particularidades entre sus acciones en Brasil y en Argentina, además de los desafíos que deben ser superados para que sus actividades puedan desarrollarse con mayor seguridad.

Palabras llave: Periodismo contrahegemónico. Comunicación contrahegemónica. Periodismo emancipatorio. Brasil. Argentina.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>15</b>
<b>1 A TRAJETÓRIA DO JORNALISMO NO BRASIL E NA ARGENTINA.....</b>	<b>24</b>
1.1 O início da imprensa nos dois países.....	24
1.2 A apaixonada imprensa da Independência.....	33
1.3 A perseguição aos jornalistas no período Pós-Independência.....	38
1.4 A imprensa da <i>Belle Époque</i> , os primeiros jornais-empresa e a relação com os governos Yrigoyen e Vargas.....	46
1.5 A formação dos dois maiores grupos de comunicação na Argentina e no Brasil.....	62
1.6 A concentração da mídia nos dois países.....	74
<b>2 O PAPEL DO JORNALISMO E A REALIDADE LATINO-AMERICANA.....</b>	<b>88</b>
2.1 As diferentes visões sobre a função da imprensa ao longo de sua história.....	88
2.1.1 Teoria autoritária.....	90
2.1.2 Teoria liberal da imprensa.....	91
2.1.3 Teoria da responsabilidade social da imprensa.....	94
2.1.4 Imprensa como “cão de guarda” e seu papel nos regimes democráticos.....	100
2.1.5 A imprensa como instrumento de luta contra a exploração: as teorias de Marx, Lênin e Gramsci.....	101
2.1.6 Hegemonia, contra-hegemonia e o papel da imprensa.....	107
2.1.7 Aportes teóricos contemporâneos.....	111
2.2 A imprensa e a realidade latino-americana.....	115
2.2.1 Uma mídia que reproduz o racismo estrutural.....	118
2.2.2 Submissão ao conhecimento estrangeiro.....	125
2.2.3 O vínculo com o poder contra a soberania do continente e seus povos.....	128
<b>3 O DIREITO À COMUNICAÇÃO, A REGULAÇÃO DA MÍDIA E AS POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO NA ARGENTINA E NO BRASIL.....</b>	<b>137</b>
3.1 Breve histórico do direito à comunicação.....	137
3.2 Regular a mídia: uma tarefa do Estado.....	139
3.3 Caso Argentino.....	141
3.3.1 A chegada de Cristina Kirchner à Presidência, a crise no campo e a batalha “jornalismo independente” x “jornalismo militante”.....	144
3.3.2 Políticas e ações do governo Cristina no campo da comunicação.....	148
3.3.3 O retrocesso com o governo de Maurício Macri.....	163

3.3.4 As perspectivas com o governo de Alberto Fernández.....	166
3.4 Caso Brasileiro.....	168
3.4.1 As políticas de comunicação nos governos petistas e o lobby dos grandes meios de comunicação.....	169
3.4.2 Pós-golpe.....	191
<b>4 BREVE HISTÓRICO DA COMUNICAÇÃO CONTRA-HEGEMÔNICA NO BRASIL E NA ARGENTINA E A PERSPECTIVA EMANCIPATÓRIA.....</b>	<b>198</b>
4.1 O conceito de comunicação contra-hegemônica.....	198
4.2 A imprensa operária.....	201
4.3 A imprensa negra.....	211
4.4 Outras imprensas diaspóricas.....	219
4.5 A imprensa feminista.....	222
4.6 A imprensa de resistência à ditadura militar.....	237
4.7 A internet, o novo paradigma comunicacional e o renascimento da comunicação contra-hegemônica.....	253
4.8 A prática emancipatória como norte.....	263
<b>5 EXPERIÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO CONTRA-HEGEMÔNICA NA ARGENTINA E NO BRASIL NO SÉCULO XXI.....</b>	<b>271</b>
5.1 Iniciativas pesquisadas na Argentina.....	274
5.1.1 <i>Página/12</i> .....	274
5.1.2 <i>Lavaca</i> .....	280
5.1.3 <i>La Garganta Poderosa</i> .....	286
5.1.4 <i>Agencia Paco Urondo</i> .....	298
5.1.5 <i>Cosecha Roja</i> .....	303
5.1.6 <i>Marcha Noticias</i> .....	308
5.1.7 <i>Emergentes</i> .....	312
5.2 Iniciativas pesquisadas no Brasil.....	321
5.2.1 <i>Brasil de Fato</i> .....	321
5.2.2 <i>Énois</i> .....	326
5.2.3 <i>Agência Mural de Jornalismo das Periferias</i> .....	333
5.2.4 <i>Mídia NINJA</i> .....	338
5.2.5 <i>Amazônia Real</i> .....	345
5.2.6 <i>Ponte Jornalismo</i> .....	352
5.2.7 <i>Alma Preta</i> .....	361

5.2.8 O golpe e o retrocesso.....	367
5.3 Análise das iniciativas pesquisadas nos dois países.....	371
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>394</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>407</b>
<b>APÊNDICE A</b> - Entrevista com Martín Granovsky, colunista do <i>Página/12</i> .....	426
<b>APÊNDICE B</b> - Entrevista com Lucas Pedulla, jornalista da <i>Lavaca</i> .....	436
<b>APÊNDICE C</b> - Entrevista com Fidel Ruiz, cofundador da organização <i>La Poderosa</i> .....	447
<b>APÊNDICE D</b> - Entrevista com Enrique De la Calle, cofundador da <i>Agencia Paco Urondo</i> .....	465
<b>APÊNDICE E</b> - Entrevista com Natalia Arenas, editora da <i>Cosecha Roja</i> .....	479
<b>APÊNDICE F</b> - Entrevista com Laura Salomé, Camila Parodi e Ignacio Marchini, integrantes da <i>Marcha Noticias</i> .....	488
<b>APÊNDICE G</b> - Entrevista com Carlos Sainz, integrante do coletivo <i>Emergentes</i> .....	500
<b>APÊNDICE H</b> - Entrevista com Vivian Fernandes, coordenadora do <i>Brasil de Fato</i> .....	509
<b>APÊNDICE I</b> - Entrevista com Amanda Rahra, cofundadora da <i>Énois</i> .....	518
<b>APÊNDICE J</b> - Entrevista com Vagner de Alencar e Cíntia Gomes, cofundadores da <i>Agência Mural</i> .....	525
<b>APÊNDICE K</b> – Entrevista com Pablo Capilé, cofundador da <i>Mídia NINJA</i> .....	529
<b>APÊNDICE L</b> - Entrevista com Kátia Brasil, cofundadora da agência <i>Amazônia Real</i> .....	537
<b>APÊNDICE M</b> - Entrevista com Arthur Stabile, Caê Vasconcelos, Fausto Salvadori, Jennifer Mendonça, Maria Elisa Muntaner e Maria Teresa Cruz, integrantes da <i>Ponte Jornalismo</i> .....	552
<b>APÊNDICE N</b> - Entrevista com Pedro Borges e Vinícius de Araujo, cofundadores do <i>Alma Preta</i> .....	563
<b>APÊNDICE O</b> - Entrevista com Martín Becerra.....	568
<b>APÊNDICE P</b> - Entrevista com Micaela Baldoni.....	576
<b>APÊNDICE Q</b> - Depoimento de Ramiro Blanco.....	586
<b>APÊNDICE R</b> - Entrevista com Altamiro Borges.....	587

## INTRODUÇÃO

Nas duas primeiras décadas do século XIX corriam pelos territórios hoje correspondentes ao Brasil e à Argentina impressos inflamados de pensamentos que pregavam a liberdade. Eram jornais criados e conduzidos por políticos-jornalistas que defendiam a emancipação em relação à Metrópole, inspirados no ideário liberal da Independência da Colônia americana (em 1776) e na Revolução Francesa (1789).

Aquelas folhas procuravam trazer narrativas diversas às dos jornais oficialistas, alinhados às Coroas espanhola e portuguesa. Buscavam a criação de um Estado com autonomia política, no qual as elites agrárias pudessem ter liberdade para desenvolver sua atividade econômica. No entanto, não constavam daqueles “contares alternativos” as demandas e a exploração enfrentada pelos povos indígenas, pela população negra, pelas mulheres, pelos mais pobres, por todos os grupos aliados das esferas decisórias coloniais. A “liberdade” ali defendida era a que interessava àqueles que há séculos tinham papel preponderante na região.

Isso não significa que a resistência popular não estivesse sendo construída, e já no final daquele século, em um cenário de estabilidade política, impulso econômico, com o início da industrialização, e grande efervescência no campo social, impressos produzidos “por e para” grupos historicamente explorados começaram a surgir. Não só jornais operários, repletos de ideias anarquistas e, posteriormente, socialistas, mas diários que lutavam para que negros e mulheres fossem vistos como cidadãos, em um cenário em que lhes eram negados direitos elementares. É o início de uma imprensa verdadeiramente contra-hegemônica, considerando o conceito de contra-hegemonia proposto por Raymond Williams<sup>1</sup>, a partir do conceito de hegemonia do filósofo italiano Antonio Gramsci. Consideram-se como contra-hegemônicos os instrumentos voltados a apontar o contraditório e a instituir a tensão nos posicionamentos hegemônicos, tentando reverter condições de marginalidade impostas a amplos estratos sociais pelo capitalismo. Portanto, podemos incluir nesse campo as experiências de comunicação direcionadas a destacar as narrativas dos grupos historicamente oprimidos.

A comunicação contra-hegemônica terá um papel essencial ao longo de todo o século XX (incluindo os períodos ditatoriais, quando a repressão militar tentou aniquilá-la), sendo impulsionada no século XXI com o surgimento de outros veículos, como *blogs*, *sites*, *podcasts* e perfis em redes sociais, proporcionados pela criação da internet e o avanço das NTICs (Novas

---

<sup>1</sup> Em 1977, na obra *Marxismo e Literatura*.

Tecnologias de Informação e Comunicação), que permitem a qualquer cidadão amplificar sua mensagem, para além das suas fronteiras. E são justamente as narrativas alternativas construídas na contemporaneidade, sob a influência desse quadro tecnológico e de diversos outros fatores, como o avanço da luta pelos Direitos Humanos e o acirramento das políticas neoliberais, que recebem a atenção desta tese.

O controle sobre a palavra é uma das estratégias mais utilizadas para impor visões e padrões de pensamento. Se considerarmos sociedades de condições extremamente desiguais, como as de muitas nações latino-americanas, em que o sistema de comunicação, que permite a amplificação da palavra, está concentrado nas mãos de poucos, tendo sido constituído e conformado para servir às classes que mantêm o poder, temos uma situação bastante preocupante. Ao longo de séculos observamos em muitos países da região como o monopólio sobre a repercussão da palavra, por parte dos setores elitistas, desconsidera a riqueza intercultural e a diversidade da América Latina e colabora para a manutenção da exploração de seus povos. Por isso as iniciativas contra-hegemônicas que tentam furar o monopólio sobre a palavra se mostram tão importantes.

Nesta pesquisa estudamos 14 dessas iniciativas atuantes na Argentina e no Brasil, respeitando a proposta de estudo comparado do Programa de Integração da América Latina da Universidade de São Paulo (Prolam/USP). Os dois países foram selecionados pelo fato de terem passado nas últimas duas décadas por experiências de vitória e derrota do progressismo no poder, com a ascensão de grupos conservadores. Essas experiências impactaram o comportamento dos veículos de comunicação contra-hegemônica das duas nações, assim como a postura dos oligopólios midiáticos (comumente resistentes às políticas e medidas que tentam ser implementadas por setores progressistas).

Optou-se pelo recorte temporal de março de 2016 a dezembro de 2020, para abarcar todo um período bastante intenso em termos políticos e sociais, que teve forte impacto nas ações da mídia contra-hegemônica. No caso do Brasil, por envolver desde a queda de uma presidenta democraticamente eleita (Dilma Rousseff, do Partido dos Trabalhadores – PT), em um processo de impeachment questionável, que é tido pelas forças progressistas como um Golpe<sup>2</sup>, e a chegada ao poder de um presidente ilegítimo (Michel Temer, do PMDB – atual MDB), que implementou uma série de medidas neoliberais, até a polêmica prisão (com posterior libertação)

---

<sup>2</sup> Ao longo da tese trataremos com mais detalhe dos atores e das situações envolvidas no processo de impeachment da presidenta Dilma Rousseff.



da principal liderança da esquerda brasileira (o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, também do PT) e a ascensão de um governo de extrema direita, com contornos fascistas (o do presidente Jair Messias Bolsonaro, eleito pelo PSL – Partido Social Liberal; atualmente sem partido). No caso argentino, por ser possível observar nesse intervalo o agravamento da pobreza, da repressão aos movimentos sociais e da crise econômica resultante das medidas neoliberais do governo Maurício Macri (do PRO – Proposta Republicana), até a volta do progressismo ao poder, com a vitória da chapa de Alberto Fernández e da ex-presidenta Cristina Fernández de Kirchner (pelo Partido Justicialista), em outubro de 2019. Todos esses acontecimentos refletiram-se sensivelmente na comunicação contra-hegemônica dos dois países, que foi obrigada a repensar suas estratégias.

Foram escolhidas as seguintes iniciativas de comunicação para análise: *Página/12*, *Cooperativa Lavaca*, *La Garganta Poderosa*, *Agencia Paco Urondo*, *Cosecha Roja*, *Marcha Noticias* e *Emergentes*, na Argentina; e *Brasil de Fato*, *Énois*, *Agência Mural de Jornalismo das Periferias*, *Mídia NINJA*, *Amazônia Real*, *Ponte Jornalismo* e *Alma Preta*, no Brasil.

Além de serem acompanhados e legitimados pelas forças progressistas argentinas e brasileiras, esses veículos foram selecionados por realizarem uma cobertura com pautas que trazem demandas importantes de setores sociais secularmente excluídos nos dois países: a população negra, os povos originários, as mulheres, a população periférica e a classe trabalhadora.

Das iniciativas escolhidas, *Página/12* é a que mais destoa não só por ser comercializada e ter grande estrutura (é um grupo de comunicação, com outros veículos, e conta com mais de 200 pessoas na redação), mas por ter uma abrangência de público muito maior que as demais. O jornal tem a terceira maior circulação entre os periódicos argentinos, com mais de 50 mil exemplares impressos por dia. Seu portal de notícias na internet é o quarto mais acessado do país. Mesmo assim ele foi incluído na amostragem dessa pesquisa pelo fato de ser reconhecido como um dos mais tradicionais veículos contra-hegemônicos argentinos, bastante lido pelas forças populares.

Algumas das iniciativas selecionadas nasceram no campo impresso e são tradicionais, com mais de dez anos de existência. Outras são nativas digitais, mas todas, sem exceção, exploram de forma significativa a internet e as redes sociais, para amplificarem a divulgação de seus conteúdos.

A pesquisa teve como pergunta-problema o seguinte questionamento: esses veículos têm conseguido representar as pautas de interesse dos setores historicamente explorados no Brasil e na Argentina, uma vez que, conforme colocado, o sistema midiático hegemônico dessas nações não inclui essas pautas?

Nossa hipótese é que essas iniciativas fazem essa representação, mas que esse trabalho é realizado com mais sintonia e legitimidade por aqueles veículos que, além de oferecerem uma contra-narrativa àquela apresentada pelos oligopólios midiáticos, mantêm um diálogo permanente e profundo com os segmentos sociais oprimidos, partindo da experiência deles para sugerir conteúdos, abordagens, buscar fontes e traçar estratégias de comunicação. Ou seja, acreditamos que conseguem amplificar melhor as vozes dos grupos aliados aquelas iniciativas contra-hegemônicas que realizam o que o professor Dennis de Oliveira (2017) conceitua como “uma prática de jornalismo e emancipação”, uma proposta de comunicação libertadora, que enxerga o jornalismo como um espaço no qual pode-se construir um pensamento crítico e de superação. Essa proposta considera a potencialidade emancipatória que Adelmo Genro Filho vê no jornalismo, a defesa do dialogismo nas ações culturais libertadoras, feita pelo educador Paulo Freire, além da sistematização metodológica proposta pelo sociólogo e educador peruano Oscar Jara, para analisar as experiências vividas por povos explorados. O pensamento de Dennis de Oliveira aparece com um dos principais nortes teóricos desta pesquisa, ao lado da teoria gramsciana.

Nosso objetivo geral, com o presente estudo, foi descrever a trajetória de cada um dos meios contra-hegemônicos selecionados, pesquisar seu modo de fazer jornalismo e aspectos particulares de sua cobertura, para averiguar de que forma a representação das pautas dos segmentos populares e oprimidos é contemplada. Como objetivos específicos procuramos detectar as semelhanças e particularidades entre as experiências de comunicação contra-hegemônica dos dois países, além verificar como o cenário político e social influenciou a prática desses veículos e quais são os principais desafios que essas iniciativas enfrentam hoje, para que consigam ampliar sua atuação.

Para isso, além da pesquisa bibliográfica e da pesquisa documental, usamos como procedimento metodológico a pesquisa de campo, com entrevistas semiestruturadas com representantes de cada um dos 14 veículos pesquisados. Esse tipo de entrevista, de acordo com Triviños (1987, p. 46), tem como característica o estabelecimento de um roteiro com questionamentos prévios formulados pelo pesquisador. Esses questionamentos são apoiados em teorias e hipóteses que se relacionam ao tema da pesquisa. A partir das respostas dos

informantes, o pesquisador pode levantar novas hipóteses. Assim, formulamos um roteiro básico de questões, norteado pelos nossos objetivos, mas sem nos limitarmos a esse questionário, abrindo espaço para novas perguntas, a partir da fala dos entrevistados. Todas as entrevistas realizadas encontram-se, na íntegra, nos apêndices dessa tese.

Também como parte da pesquisa de campo realizamos visitas às redações dos veículos, no caso daqueles que possuem um espaço fixo para reuniões e para a produção jornalística. As entrevistas argentinas foram realizadas presencialmente em Buenos Aires de 30 de junho a 6 de julho de 2019. No caso dos veículos que não possuíam uma redação física, as entrevistas foram feitas em cafés e outros espaços alternativos. No Brasil, boa parte das entrevistas foi realizada presencialmente. Algumas delas tiveram de ser feitas por intermédio de tecnologias de comunicação a distância (como videochamada), já que aconteceram em 2020, no cenário de pandemia do novo coronavírus. Quando possível, procuramos conversar com mais de um integrante das iniciativas estudadas.

Ainda foram entrevistados para essa tese o jornalista Altamiro Borges, coordenador do Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé; a socióloga argentina Micaela Baldoni, doutoranda de Ciências Sociais da Universidade Nacional de General Sarmiento, pesquisadora do jornalismo naquele país; e o professor argentino Martín Becerra, doutor em Ciências da Informação, especialista na temática da regulação da mídia. As entrevistas com Altamiro e Micaela foram feitas presencialmente em São Paulo e em Buenos Aires, respectivamente, e a conversa com Martín Becerra aconteceu através do *skype*. Ainda colhemos depoimentos, via *WhatsApp*, do professor e comunicador argentino, Ramiro Blanco, mestre em Linguística pela Universidade de São Paulo (USP), responsável pelo site *Argentina Traduzida* (que compila e traduz para o português notícias veiculadas pela mídia contra-hegemônica de seu país) e que participou de jornais estudantis de resistência à ditadura argentina de 1976; e de jovens que atuam em três das experiências contra-hegemônicas pesquisadas: a *Cosecha Roja*, a *Agência Mural* e a *Énois*.

Ao todo, considerando representantes de veículos de comunicação, pesquisadores e depoentes, foram feitas 23 entrevistas para esta tese. Realizamos uma análise qualitativa dessas entrevistas, cruzando-as e avaliando-as de acordo com os fundamentos teóricos acolhidos.

Embora existam diversos estudos argentinos e brasileiros que se debruçam sobre a mídia contra-hegemônica, por exemplo o extenso trabalho de pesquisa feito por Bernardo Kucinski em sua tese de doutorado na Universidade de São Paulo, que resultou no livro “Jornalistas e

Revolucionários – Nos tempos da Imprensa Alternativa” (2003), ou a obra “La Prensa Obrera” (2009), da pesquisadora argentina Mirta Zaida Lobato, que faz um panorama de toda a história da imprensa operária naquele país, a contribuição da presente pesquisa está em registrar a trajetória e o fazer jornalístico dessas experiências em um período temporal bastante peculiar na história dessas nações, oferecendo uma abordagem comparativa dessas iniciativas, por exemplo apontando pontos de semelhança e parcerias que, numa perspectiva progressista, de luta pela integração latino-americana, merecem ser destacadas. Este estudo também oferece contribuição para as pesquisas do campo da comunicação contra-hegemônica por avaliar essas experiências sob a ótica de um conceito que busca uma forma de jornalismo mais representativa e mais eficaz na busca de uma reflexão crítica, voltada à libertação. Afinal, apesar das experiências contra-hegemônicas defenderem os segmentos sociais explorados e lutarem contra as formas seculares de opressão, nem todas conseguem sensibilizar, de fato, esses segmentos. Muitas acabam limitando-se a um debate de “intelectuais para intelectuais”. Daí a importância de apontar caminhos para uma comunicação mais representativa.

Esta tese ainda contribui para essa área de estudo por apontar outros empecilhos que precisam ser enfrentados pela comunicação contra-hegemônica contemporânea, por exemplo, caminhos para financiar essas iniciativas e, dessa maneira, ampliar seu raio de atuação.

O desenvolvimento dos Capítulos da tese foi pensado de maneira a, primeiramente, contextualizar o leitor sobre o cenário comunicacional nos dois países, para depois adentrar no foco da pesquisa. Por isso, antes de mergulharmos na temática da mídia contra-hegemônica, consideramos importante mostrar como nascem o jornalismo argentino e o brasileiro e como esse jornalismo vai sendo estruturado até os dias atuais, de forma a manter os interesses das elites. Dessa forma, no Capítulo 1 oferecemos um resgate histórico das diferentes fases da imprensa colonial à formação, no século XX, dos dois maiores grupos midiáticos nas duas nações (*Clarín* e o *Globo*) e seu vínculo com as ditaduras militares, finalizando com um panorama atual sobre a concentração da propriedade midiática. Para esse Capítulo trabalhamos com teóricos que se debruçaram sobre a história do jornalismo argentino e brasileiro, como Oscar Beltran, Juan Romulo Fernandez, Nelson Werneck Sodré, Isabel Lustosa e Carlos Rizzini.

No Capítulo 2 trazemos a discussão sobre o papel da imprensa ao longo da história, segundo diferentes postulados teóricos, e mostramos como os pensamentos sobre jornalismo formulados nas nações hegemônicas não podem ser aplicados (na exata forma como foram concebidos) na realidade latino-americana, considerando que a região, em função do processo

de colonização, observou uma “Modernidade” bastante peculiar que tirou o poder de mediação do jornalismo, impedindo a existência de uma esfera pública, no sentido clássico pensado por Jürgen Habermas (2014). Também nesse Capítulo discutimos os efeitos da incorporação do jornalismo à indústria midiática, numa conjuntura de desintermediação e desregulação, voltada a deixar o Capital livre para agir. Um cenário em que a imagem e a estética, destacadas pela mídia com mecanismos de sensibilização e sedução, ganham mais força que a politização e a reflexão crítica. É também no Capítulo 2 que desenvolvemos o pensamento de Gramsci sobre hegemonia e o conceito de contra-hegemonia, proposto por Raymond Willians, a partir da teoria gramsciana.

No Capítulo 3, a partir das obras de Venício Arthur de Lima e Martín Becerra e diferentes legislações, apresentamos um apanhado das principais políticas de comunicação implementadas nos dois países, em especial durante os governos petistas e kirchneristas que inspiravam muita esperança nas entidades e nos movimentos que lutam pela democratização da mídia, em função de representarem o progressismo. Mostramos que, embora tenham ocorrido avanços, como a criação, na Argentina, da Ley nº 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (conhecida popularmente como “Ley de Medios”), petistas e kirchneristas decepcionaram ao perderem uma oportunidade histórica de desconcentrar a propriedade dos grandes meios de comunicação e permitir a entrada de novos atores no cenário midiático. Consideramos importante construir esse Capítulo para reforçar como, diante da falta de uma regulação efetiva da mídia argentina e brasileira, as experiências de comunicação contra-hegemônica se tornam ainda mais vitais.

No Capítulo 4 oferecemos um breve passeio histórico sobre as principais iniciativas de comunicação contra-hegemônica nos dois países, desde a já citada imprensa operária, passando pela imprensa negra, a imigrante, a feminista, a comunicação alternativa que enfrentou os períodos de ditadura militar até a mídia contra-hegemônica impulsionada pelas NTICs no século XXI. É no final desse Capítulo que desenvolvemos o conceito de jornalismo emancipatório, do professor Dennis de Oliveira, apontando-o como um caminho para a comunicação contra-hegemônica na contemporaneidade.

Finalmente no Capítulo 5, o maior da tese, aprofundamo-nos em nosso objeto de pesquisa, detalhando a história de cada um dos meios contra-hegemônicos estudados, revelando bastidores de sua produção jornalística, sua postura frente ao atual cenário político, econômico e social, e comparando-os, a fim de mostrar semelhanças e diferenças. Também analisamos,

com a perspectiva do jornalismo emancipatório, as estratégias que esses veículos adotam para melhor representar os interesses e a realidade dos povos historicamente explorados.

A comunicação contra-hegemônica possui papel essencial na formação de um pensamento crítico que leve as classes exploradas a agirem contra a opressão por elas sofrida, e para ilustrar essa importância pedimos licença ao leitor, nesse momento, para quebrar o protocolo da escrita acadêmica e utilizar a primeira pessoa do singular. Oriunda de uma família de classe média, com posicionamento conservador, devo minha visão progressista justamente a essa comunicação. Se não fosse por ela, certamente essa tese teria outro viés. Meu primeiro emprego como jornalista, logo após me formar em 1999, foi em um veículo sindical, o jornal do Sindicato dos Auditores-Fiscais da Receita Federal do Brasil que, naquele período (início dos anos 2000), abraçava as bandeiras do Partido dos Trabalhadores. Foi fazendo cursos de formação política dentro do sindicato, entrevistando militantes, ativistas e intelectuais e lendo muito e escrevendo sobre os efeitos perversos do neoliberalismo e as políticas econômicas a ele alinhadas, que fui criando consciência política e encontrando meu lugar no mundo. Foi graças à imprensa sindical que passei a me enxergar como trabalhadora ao lado de vários outros operários, sejam eles de hierarquias maiores ou menores que a minha. No sindicato pude viver experiências altamente contributivas para minha formação humanística, como participar de eventos como o emblemático Fórum Social Mundial (FSM), realizado em Porto Alegre (RS). Quando deixei o sindicato e ingressei em um dos maiores jornais do país em 2001, a *Folha de S.Paulo*, eu era uma repórter crítica, difícil de ser manipulada. E tanto foi assim que acabei pedindo demissão da redação da *Agência Folha* em 2003, depois de diversas crises, quando decidi que não teria mais que passar por situações dentro daquele grupo jornalístico, contra as quais eu, sozinha, não conseguiria lutar. Na minha dissertação de mestrado<sup>3</sup> me dediquei a estudar a parcialidade da cobertura feita pela *Folha* nas eleições de 2002 em favor da candidatura do tucano José Serra. Naquele ano, eu participei da cobertura das eleições e pude observar, na prática, como o jornal se esforçou para influenciar seus leitores contra Lula, em prol do presidenciável do PSDB. Quando saí da *Folha*, voltei a trabalhar no sindicato e fui recebida de braços abertos, retomando o jornalismo crítico e social que tanto me fazia falta.

Foi também graças à mídia contra-hegemônica que ingressei, com uma visão esclarecida, nas salas de aula do curso de jornalismo, a partir de 2006. Visão esta que visa

---

<sup>3</sup> Intitulada “As estratégias do marketing de Lula de 2002 na cobertura realizada pela Folha de S.Paulo”, a dissertação foi apresentada e defendida em 2006 no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp).

colaborar na formação de repórteres que igualmente se enxerguem como trabalhadores e que, caso venham a trabalhar na mídia hegemônica, estejam cientes e atentos para as armadilhas que poderão encontrar pelo caminho.

Hoje, ainda atuando como professora, com todo idealismo e paixão que norteiam meu trabalho, não deixo de apresentar a importância da comunicação contra-hegemônica, inclusive usando muitos textos dos veículos pesquisados nesta tese como peças a serem analisadas em sala de aula. A profissão de jornalista tem natureza social e, portanto, todo jornalismo que abrace as causas da classe trabalhadora, dos oprimidos e os Direitos Humanos, de uma forma geral, como os veículos pesquisados nesta tese, representam a essência da carreira e merecem ser valorizados.

Espero que essa pesquisa possa contribuir com os estudos da comunicação contra-hegemônica, estimulando mais pesquisadores a ingressarem nesse campo, que oferece contribuição essencial para a reflexão e, conseqüentemente, a libertação.

## **CAPÍTULO 1 A TRAJETÓRIA DO JORNALISMO NO BRASIL E NA ARGENTINA**

Como se deu o início e a evolução da imprensa no Brasil e na Argentina? Que fatos marcaram essa trajetória, de seus primeiros passos até o aparecimento dos grandes grupos de comunicação que hoje comandam o negócio jornalístico nos dois países?

Este capítulo procura responder a essas questões, apontando semelhanças e diferenças, de modo que se possa compreender como a mídia hegemônica foi construída ao longo do tempo tanto lá como cá, e como ela sempre manteve relação com o poder político e econômico. Para discutir a importância, as estratégias e o fazer jornalístico das iniciativas de imprensa contra-hegemônica nas duas nações, que é o foco dessa pesquisa, faz-se necessário, antes, entender em que cenário esses veículos alternativos nascem e com quais problemáticas se deparam, porque é a partir dessa contextualização que são propostas outras narrativas. Daí a importância da breve discussão histórica feita neste Capítulo, do debate sobre o papel do jornalismo e da atuação dos grandes meios de comunicação no contexto latino-americano, apresentado no Capítulo 2, além da discussão sobre regulação e democratização da mídia, realizada no Capítulo 3.

### **1.1 O início da imprensa nos dois países**

No Brasil a impressão tipográfica, com fins de disseminar ideias e convencer opiniões, surge com atraso em relação à Europa, e mesmo em relação às Colônias da América Espanhola e à Colônia inglesa, que viria a se transformar nos Estados Unidos. “Sabido é que a imprensa começou a existir nos países da América nesta ordem: 1535, no México; 1584, no Peru; 1638, em Massachusetts (Estados Unidos); 1660, na Guatemala, e 1700, na Argentina” (FERNANDEZ, 1943).

No México, ademais, o primeiro bispo da Nueva España, Frei Juan de Zumáraga, e o vice-rei, Dom Antonio de Mendoza, fizeram as gestões necessárias para que de imediato fosse introduzida a imprensa na região e, mesmo havendo um estrito controle sobre os conteúdos reproduzidos, propiciaram o meio de disseminação do conhecimento formal. (ALBANO, 2009, p. 3).

Graças à chegada rápida do empreendimento no México, foram editados naquela região colonial no século XVI 251 livros, enquanto que no Brasil, no mesmo período, não havia uma só obra sendo impressa (HOLANDA, 1995).

Conforme destaca a historiadora Isabel Lustosa, no livro “O nascimento da imprensa no Brasil”, o Brasil Colônia, ao contrário de outras regiões das Américas, não tinha outras instituições características da Modernidade como a universidade. A região onde hoje se localiza a República Dominicana abrigou a primeira instituição de ensino superior do continente, a



Universidade de São Domingos, fundada em 1538. Depois dela vieram as universidades de San Marcos, no Peru, em 1551; México, em 1553; Bogotá, em 1662; Cuzco, em 1692; Havana, em 1728; e Santiago, em 1738. No território onde hoje se localiza os EUA as primeiras instituições de ensino superior surgiram em 1636, 1701 e 1755. São elas, respectivamente: Harvard, Yale e Filadélfia.

O Brasil Colônia era uma das poucas regiões no mundo que não produzia palavra impressa. “Imprensa, universidade, fábricas – nada disso nos convinha na opinião do colonizador. Temiam os portugueses deixar entrar aqui essas novidades e verem, por influência delas, escapar-lhes das mãos a galinha dos ovos de ouro que era para eles o Brasil” (LUSTOSA, 2003, p.7).

Em terras brasileiras a imprensa só surge em 1808, com a chegada da família real portuguesa, que passou a permitir a atividade na Colônia. Na confusão da fuga de Portugal (a Coroa fugia da invasão do imperador francês Napoleão Bonaparte), o nobre Antônio de Araújo e Azevedo, futuro conde da Barca, mandou colocar no porão de um dos navios que vinham para o Brasil o material tipográfico que era destinado à Secretaria de Estrangeiros e da Guerra, que estava sob sua responsabilidade. Quando desembarcou em terras brasileiras, montou a primeira oficina tipográfica oficial do país, com a autorização de Dom João VI, que em 31 de maio de 1808 expediu um alvará no Rio de Janeiro, com os dizeres:

Tendo-me constatado que os prelos que se acham nessa capital eram os destinados para a Secretaria de Estado dos Negócios Estrangeiros e da Guerra, atendendo à necessidade que há de oficina de impressão neste meus Estados, sou servido que a casa onde eles se estabeleceram sirva inteiramente de Imprensa Régia (LOPES LIMA, p. 13, 2000).

Uma vez alocada em território brasileiro, podendo inspecionar de perto tudo que acontecia na Colônia, a Coroa portuguesa passou, assim, a permitir as atividades de impressão. A fixação da família real no Brasil alterou, conforme destaca Isabel Lustosa (2003), o status político e econômico do país. O monopólio com Portugal foi quebrado com a abertura dos portos às nações amigas e, assim, o comércio em terras brasileiras começou a florescer. Com os franceses dominando seu país, os portugueses passaram a investir na Colônia, criando fábricas de ferro, pólvora, vidro, escolas, bancos, estradas, hospitais, além do investimento na imprensa para divulgar notícias que lhes interessavam (GOMES, 2007).

A Imprensa Régia foi a única tipografia existente no Rio de Janeiro até a Independência. Além de imprimir a legislação produzida, fabricar cadernos em branco para escrituração, encadernar impressos e prover todas as necessidades do ofício de livreiro, editava livros.

Era administrada por uma junta diretora, à qual competia, além de gerenciar, examinar o conteúdo de todos os textos para publicação, vetando temas que atentassem contra a religião, o governo e os costumes da época. Os livros impressos por ordem de sua alteza real eram distribuídos gratuitamente e os que não tinham a chancela da Coroa recorriam à subscrição para enfrentar os custos. (BIBLIOTECA NACIONAL, online<sup>4</sup>)

Foi dessa oficina que em 10 de setembro de 1808 nasceu a primeira edição da *Gazeta do Rio de Janeiro*, pioneiro jornal periódico brasileiro, redigido por frei Tibúrcio José da Rocha, inspirado na *Gazeta de Lisboa*. O jornal possuía linha editorial oficialista e seus leitores limitavam-se à Corte. O historiador inglês John Armitage, que viveu como comerciante no Rio à época da vinda família real e escreveu o livro “História do Brasil”, definiu desta forma o impresso:

Por meio dela só se informava ao público, com toda a fidelidade, do estado de saúde de todos os príncipes da Europa e, de quando em quando, as suas páginas eram ilustradas com alguns documentos de ofício, notícias dos dias natalício, odes e panegíricos da família reinante. Não se manchavam essas páginas com as efervescências da democracia, nem com a exposição de agravos. A julgar-se do Brasil pelo seu único periódico, devia ser considerado um paraíso terrestre, onde nunca se tinha expressado um só queixume. (ARMITAGE, 1835 apud SODRÉ, 1999, p. 20).

De acordo com Werneck Sodré, autor do livro “História da Imprensa no Brasil”, têm-se o registro de pelo menos duas tentativas de se fazer uso do equipamento tipográfico antes de 1808. As duas ações foram solapadas pela Coroa portuguesa. Em 1706, o governador Francisco de Castro Morais instalou no Recife uma pequena tipografia para impressão de letras de câmbio e orações devotas. No mesmo ano, uma Carta Régia expedida no dia 8 de junho acabou com a iniciativa. O documento determinava que se devia “sequestrar as letras impressas e notificar os donos delas e os oficiais de tipografia que não imprimissem nem consentissem que se imprimissem livros ou papéis avulsos” (SODRÉ, 1999, p. 17).

A segunda tentativa, de 1746, foi registrada no Rio de Janeiro. Antônio Izidoro da Fonseca, um antigo impressor de Lisboa, transferiu-se para o Rio trazendo em sua bagagem material tipográfico, com o qual resolveu abrir uma oficina. Chegou a imprimir alguns documentos, como a *Relação da Entrada do bispo Antônio do Desterro*, redigida por Luís Antônio Rosado Cunha, com 16 páginas de texto, considerada por alguns historiadores como sendo o primeiro impresso brasileiro. A Metrópole agiu mais uma vez rapidamente para acabar com a oficina. Nos seus apontamentos históricos, o historiador Manuel Duarte Moreira de

---

<sup>4</sup> Arquivo da Biblioteca Nacional sobre a imprensa no período da família real portuguesa (período Joanino). Disponível em: < <https://bndigital.bn.gov.br/exposicoes/dom-joao-vi-e-a-biblioteca-nacional-o-papel-de-um- legado/impressao-no-periodo-joanino/> > Acesso em: 10 ago. de 2018.

Azevedo (apud Sodré, 1999, p. 17), grande estudioso do Segundo Reinado e da família real, afirma: “mandou a Corte aboli-la e queimá-la, para não propagar ideias que podiam ser contrárias ao interesse do Estado”. O episódio teria motivado, segundo Sodré, a Carta Régia de 6 de julho de 1747, que dizia:

Não sendo conveniente haver aí tipografias, nem mesmo utilidade para os impressores, por serem maiores as despesas que no Reino, de onde podiam vir impressos os livros e os papéis, no mesmo tempo em que deviam ir as licenças da Inquisição e do Conselho Ultramarino, sem as quais não se podia imprimir nem correr obras (SODRÉ, 1999, p.18).

Um fato que demonstra a censura foi a publicação fora do país do jornal *Correio Braziliense*<sup>5</sup> ou *Armazém Literário* pelo bacharel em Direito e jornalista brasileiro Hipólito José da Costa, que já tinha sido preso em Portugal, devido ao seu contato com a maçonaria inglesa, cujas ideias iam de encontro ao Absolutismo português. Lançado em 1º de junho de 1808, antes da *Gazeta do Rio de Janeiro*, o jornal era impresso e distribuído em Londres, circulando clandestinamente na Corte portuguesa (vinha de forma contrabandeada para o Brasil). Tinha o formato de uma brochura e contava com mais de 100 páginas (parecia um livro), divididas em seções como política, comércio, artes, ciências e um espaço chamado *Reflexões sobre as novidades do mês*, que era uma de suas partes mais significativas. “Foi nas Reflexões sobre as novidades do mês que Hipólito expressou de forma mais organizada e consistente seus projetos para o Brasil e suas posições políticas” (LUSTOSA, 2003, p.16).

Publicado uma vez por mês, o *Correio* opunha-se ao modelo político, econômico e social imposto por Portugal ao Brasil. Hipólito inspirava-se nos ideais de liberdade e progresso das instituições que viu nos EUA (esteve naquele país em 1798 e 1799, em missão do governo português – naquela época era funcionário da Coroa) e nos princípios da maçonaria inglesa, que defendiam a liberdade religiosa, diferentemente do que era pregado em Portugal. Afinado com a burguesia inglesa, o jornal procurava mostrar os danos do despotismo português no Brasil. Defendia ideias polêmicas como a gradativa substituição do trabalho escravo pelo trabalho livre e posicionava-se contra os monopólios que constrangiam a impulsão do comércio e da indústria. “O fim precípua de O Correio Braziliense era o de promover o progresso do Brasil, erguendo-se de Colônia à Nação; Nação Portuguesa, isto é, unida a Portugal sob o sistema monárquico representativo” (RIZZINI, 1957, p. 147).

---

<sup>5</sup> Em 21 de abril de 1960 Assis Chateaubriand, dono dos *Diários Associados*, maior grupo de comunicação do país à época (do qual fazia parte a TV Tupi, emissoras de rádio, revistas e diversos impressos) funda o jornal *Correio Braziliense*, em Brasília, no mesmo dia da inauguração da capital do país. O diário recebeu o nome do impresso de Hipólito de José da Costa como uma forma de homenagem àquele pioneiro periódico.

Embora, como bem ressalta Isabel Lustosa (2003, p. 17), Hipólito não fosse um democrata e nem defendesse a efetiva participação popular nos processos de mudança do Brasil (queria que as reformas fossem feitas pelo governo, antes que o povo as fizesse), ele acabou sendo considerado o “patrono da imprensa brasileira” por ter feito um jornal, mais crítico e independente, se considerada a linha oficialista da *Gazeta do Rio de Janeiro*.

Assim que soube da circulação do *Correio Braziliense*, a Corte tomou providências. Em 27 de março de 1809, o conde de Linhares determinou ao juiz da Alfândega, José Ribeiro Freire, a apreensão de material impresso no exterior, contendo críticas ao governo:

O Príncipe Regente Nosso Senhor, a cuja Real Presença levei o ofício de V. M. juntamente com o Aviso e a brochura vinda de Londres, cheia de calúnias contra a nação e o governo inglês; cheia de atrozes falsidades contra várias pessoas e das maiorias absurdidades sobre a economia política, o qual V. M. justamente deteve. É servido ordenar que V. M. mande guardar o mesmo Aviso e obras, não o entregando a pessoa alguma e que o mesmo pratique com todas as cópias e exemplares de semelhantes obras que possam vir para o futuro, não querendo S.A.R. permitir que se divulgue nos Estados uma obra cheia de veneno político e falsidade, e que pode iludir gente superficial e ignorante, além de ser um verdadeiro libelo. (SODRÉ, 1999, p.25).

Outros jornais, afora a *Gazeta*, fizeram parte da imprensa régia, também chamada de áulica (palaciana), como o *Idade D’Ouro do Brazil*, lançado em maio de 1811 em Salvador (BA) e impresso na tipografia de Manoel Antônio da Silva Serva. A linha editorial do periódico defendia o Absolutismo Monárquico português.

O professor da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) Sebastião Guilherme Albano, no artigo “Estado, instrução e imprensa na origem da América Latina”<sup>6</sup>, mostra que instituições como a imprensa e a universidade, símbolos da Modernidade de um Estado-nação, tiveram sua implantação na Colônia incentivada pelos espanhóis e rechaçada pelos portugueses e ingleses.

Sobre a instrução mais elevada e com a finalidade de criação de quadros burocráticos, pode-se dizer que britânicos e portugueses não criaram universidades e proibiram a impressão de qualquer folheto em suas terras de além-mar, ao passo que os espanhóis, logo em 1538, fundaram a Universidad de Santo Domingo, na ilha La Hispaniola, em cujo território atualmente estão o Haiti e a República Dominicana, e em 1551 inauguraram as suas instituições mais importantes, a Real Universidad de México e a Universidad de San Marcos de Lima, todas financiadas diretamente pela coroa de Castela e pelos reyes católicos. No México, ademais, o primeiro bispo da Nueva España, Frei Juan de Zumáraga, e o vice-rei, Dom Antonio de Mendoza, fizeram as gestões necessárias para que

---

<sup>6</sup> Publicado nos Anais do Encontro Nacional de História da mídia, ocorrido em Fortaleza, em 2009. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais1/encontros-nacionais/7o-encontro-2009-1/Estado-%20instrucao%20e%20imprensa%20na%20origem%20da%20America%20Latina.pdf>>. Acesso em: 22 abril 2019.

de imediato fosse introduzida a imprensa na região e, mesmo havendo um estrito controle sobre os conteúdos reproduzidos, propiciaram o meio de disseminação do conhecimento formal. (ALBANO, 2009, online)

Embora tenha permitido a impressão antes de Portugal, a Coroa espanhola sempre controlou bem de perto essa atividade, exigindo autorizações para o seu uso. As dificuldades enfrentadas para a instalação do empreendimento na Argentina, por exemplo, são relatadas por Juan Romulo Fernandez, historiador e pesquisador da imprensa naquele país, no livro “Historia del Periodismo Argentino”:

Laboriosas fueron las gestiones tendientes a conseguir una imprenta. La quinta congregación provincial del Paraguay, celebrada en Córdoba antes de 1630, había aprobado una petición: “se nos conceda una imprenta para publicar varias obras en lengua indígena”. Poco después el Padre Juan Bautista Ferrucino presentava en Madrid una solicitud del provincial de la Compañía de Jesús en la que pedía una imprenta e un operário especializado en el arte tipográfico. Lo infructuoso de tales gestiones no desanimó a los abnegados misioneros jesuítas (FERNANDEZ, 1943, p.23).

A Argentina teve sua primeira experiência com impressão em 1700 no povoado de Nuestra Señora de Loreto, por iniciativa de dois missionários jesuítas, os padres Juan Bautista Neumann (austríaco) e José Serrano (espanhol). “Y de ellas salieron las primeras impresiones hechas en territorio entonces argentino, Martirologio Romano, del padre José Bautista Neumann, traducido al idioma de la región, el guaraní, por el nombrado Serrano, es el primer libro editado en aquella imprenta” (FERNANDEZ, 1943, p. 24).

Cabe destacar que o povoado de Nuestra Señora de Loreto fazia parte do que hoje é território paraguaio. Conforme destaca o historiador e professor de História da América José Luis Bendicho Beired, no livro “Breve História da Argentina”, “convém lembrar que a Argentina do período colonial era uma região que ainda não existia enquanto tal. O atual território argentino fazia parte de uma vasta área de colonização espanhola que abrangia também a Bolívia, o Paraguai, o Uruguai, e parte do Chile e do Brasil” (BEIRED, 1996, p.13).

O impresso de Nuestra Señora de Loreto é criado em data bem posterior aos primeiros impressos do México e do Peru, citados anteriormente. O atraso na Argentina em relação a outras regiões da América espanhola deveu-se à ênfase que a Metrópole deu à determinada Colônia, em detrimento de outras, em função da atividade econômica que era prevalente. A prestigiada coleção “História da América Latina”, organizada pelo historiador inglês e brasileiro especializado no estudo da América Latina, Leslie Bethell, em especial o volume “América Latina Colonial”, destaca a região da Bacia do Prata, onde hoje está a Argentina, como periférica e irrelevante ao Império Espanhol nos primeiros tempos da colonização. A

economia, no período colonial, estava concentrada, especialmente no século XVI, no eixo México-Lima, baseada na atividade mineradora. Somente a partir do século XVII a pecuária, típica da região da Bacia do Prata, ganha força no modelo econômico. “A importância do gado para a economia rio-platense pode ser dimensionada pelas exportações de couros que começaram modestamente no século XVII – oitenta peças em 1609 – para chegar à cifra de 75 mil peças anuais entre 1700 e 1725.” (BEIRED, 1996, p. 20). Instituições, como a imprensa e a universidade, símbolos do progresso, foram surgindo nas áreas que recebiam destaque no processo de colonização.

A segunda oficina de imprensa argentina foi instalada em Córdoba em 1764. Pode-se considerá-la como a primeira experiência de imprensa do país, se for levado em conta que ela foi instalada efetivamente em território que hoje corresponde à Argentina. O material tipográfico foi trazido por uma expedição jesuíta vinda da Europa, após uma série de solicitações feitas por padres da Universidade de Córdoba, criada em 1621. Córdoba era uma cidade intelectualmente destacada na região.

En un centro de estudios tan importante como el de Córdoba, se empezó a considerar la utilidad de contar con una imprenta para publicar las tesis y los trabajos de los estudiantes. A falta de una tipografía propia, algunos de los papeles se mandaban a imprimir a Lima, con todos los gastos e inconvenientes que ello generaba. Es así que en la 24ª Congregación Provincial jesuítica reunida el 11 noviembre de 1750, se tomó la iniciativa de solicitar el permiso correspondiente para que la Universidad de Córdoba tuviese su imprenta. Allí fueron elegidos los padres Pedro de Arroyo y Carlos Gervasoni como emisarios para partir hacia Europa con el fin de realizar los trámites necesarios para su adquisición. A mediados de 1752, los padres se hallaban en Roma, donde se presentaron ante el General de la Orden, el padre Ignacio Visconti. Éste les entregó un documento con una serie de instrucciones para ser tratadas con el Rey de España. Entre ellas, la solicitud de una Real Cédula para que el Colegio Máximo y la Universidad de Córdoba pudieran contar con su imprenta propia “representado para obtenerla los muchos gastos y trabajo que tiene aquella Universidad en los frecuentes papeles que tiene que imprimir. (MUNICIPALIDAD DE CÓRDOBA, online <sup>7</sup>)

Como se observa, era necessária a autorização para a aquisição de um material tipográfico, o que novamente demonstra que a Coroa espanhola mantinha rígido controle sobre essa atividade. A autorização foi obtida pelo padre Matías Boza, que era procurador-geral da Província do Chile, residia em Lima (no Peru), e era responsável por Córdoba.

A mediados de 1765, Boza presentó la solicitud junto a una muestra de los tipos que se utilizarían, que fue puesta a consideración de un fiscal, quien concedió su autorización pero advirtiendo que “no se imprima libro alguno que trate de materia de Indias, sin especial licencia del Rey nuestro señor”. En función del parecer del fiscal, y cubiertos los demás requisitos, el virrey del Perú Manuel de

<sup>7</sup> Site da Prefeitura de Córdoba. Disponível em: <https://cultura.cordoba.gob.ar/la-municipalidad-de-cordoba-inauguro-la-imprenta-del-montserrat-2/>. Acesso em: 13 out. 2018.

Amat y Juniet concedió la autorización para imprimir el 31 de agosto de 1765, que llegó a Córdoba a principios de octubre de 1765. Para los trámites de conducción de la licencia a España, Boza abonó la suma de 118 pesos, y a su vez ofreció 100 pesos más de donativo al Rey por la concesión otorgada. (MUNICIPALIDAD DE CÓRDOBA, online)

Ao longo do século XVIII a dinastia Bourbon, no comando da Espanha, passou a implementar uma série de reformas para resgatar o status que o país tinha perdido no mundo. Essas reformas incluíram a expulsão dos jesuítas, entre 1767 e 1768, e a destruição das missões por eles organizadas ao redor das margens dos rios Paraná e Uruguai. “A oposição jesuíta à política do despotismo esclarecido condicionou a perseguição e o banimento dessa ordem religiosa da Espanha e de todos os seus domínios. A ordem era vista como um poder paralelo que devia ser destruído.” (BEIRED, 1996, p. 27).

Em 1776, foi criado o Vice-Reinado do Rio de Prata, a partir do desdobramento do Vice-Reinado do Peru, tendo como primeiro vice-rei Pedro de Ceballos. Buenos Aires, e não mais Assunção, passou a ser a capital do Vice-Reinado, que foi dividido em novas regiões administrativas conhecidas como “intendências”. Córdoba era uma delas. O governador intendente de Buenos Aires, Manuel Ignacio Fernández, pediu à Coroa a transferência do material tipográfico de Córdoba para a sua intendência. Contudo, o governador teve que voltar à Espanha e quem cuidou do traslado foi o segundo Vice-Rei do Prata, Juan José de Vértiz.

El virrey mandó entonces que se enviara la imprenta a Buenos Aires, encargándosele su transporte al vecino Félix Juárez, quien arribó a Buenos Aires con sus carretas a principios de febrero de 1780 y fue remunerado con 40 pesos. (...) Lo recaudado con la imprenta serviría para el sostenimiento de la Casa de Expósitos, un lugar de acogida para recién nacidos abandonados, de ahí que recibiera el nombre de “Real Imprenta de Niños Expósitos”. Ésta tenía el monopolio de las impresiones virreinales, tales como formularios, edictos, bandos, instrucciones, reglamentos, Reales Cédulas, y otro tipo de papeles administrativos.

Foi com essa imprensa que se publicaram os primeiros jornais periódicos argentinos: o *Telégrafo Mercantil* (1801), de Francisco Antonio Cabello (que também fundou em Lima em 1790 o *Diario Curioso, Erudito, Económico Y Comercial*, jornal que seria o primeiro impresso periódico da América do Sul); o *Semanario de Agricultura, Indústria y Comercio* (1802), de Hipolito Vieytes; A *Gaceta del Gobierno* (1809), jornal oficial publicado pelo Vice-Rei Dom Baltasar Hidalgo de Cisneros, com o propósito de difundir documentos da Coroa e transcrições de artigos e periódicos europeus; e o *Correio do Comércio* (1810), de Manuel Belgrano.

O *Telégrafo*, o *Semanario* e o *Correio*, embora só funcionassem graças à autorização do império espanhol e tivessem seu conteúdo submetido à censura da Metrópole (ideias contrárias à Espanha eram sufocadas), não eram jornais de linha oficialista, como a *Gaceta del*

*Gobierno* e os periódicos da imprensa áulica brasileira. Eles contavam com variedade temática e outros objetivos além de reproduzirem atos e informações de interesse da Coroa. A primeira edição de o *Télegrafo*, de 1º de abril de 1801, trouxe um editorial que destacava, dentre outros propósitos do jornal, adiantar as ciências e as artes, fundar uma escola filosófica contra a escolástica, estender os conhecimentos dos agricultores, informar sobre todos os progressos e descobrimentos, além de fomentar a literatura e os demais conhecimentos humanos (FERNANDEZ, 1943, p. 40).

Percebe-se uma linha diferente da *Gazeta do Rio de Janeiro*. O historiador argentino Oscar Beltran, no livro “Historia del periodismo argentino - Pensamiento y obra de los forjadores de la pátria”, destaca a importância desses primeiros periódicos, lembrando que deles surgiram ideias voltadas a transformar o Vice-Reino do Prata em um país independente da Espanha:

Aquellas hojas iniciales circularon grávidas de las ideas y sentimientos que muy pronto iban a engendrar la nacionalidade; e de aquel grupo de primigênios periodistas que las redactaban habrian de salir ferovorosos paladines de la gran causa libertaria de Mayo y aguerridos portestandartes de la fe democrática de Julio (BELTRAN, 1943, p. 10).

No entanto, não se pode dizer que eram jornais populares, lidos por todas as camadas da população. Esses impressos, tal como os primeiros jornais brasileiros, eram produzidos pela elite e também dirigidos a ela. Até porque o analfabetismo era alto em diversas Colônias. Conforme destacam os pesquisadores Ana Carolina Braga e Francisco José Carvalho Mazzeu (2017), no artigo “O analfabetismo no Brasil: lições da história”<sup>8</sup>, no período colonial: “A escolarização deveria atingir toda a nação, porém como ainda era uma sociedade escravocrata, isso não ocorreu, atingindo apenas os homens livres”. No trabalho “A identidade Criolla e a Literatura Hispanoamericana – Uma Revisão Histórica”<sup>9</sup>, a pesquisadora Marcele Bald, também aponta um “alto grau de analfabetismo da população” nas Colônias espanholas, apesar de as universidades terem sido instaladas com anterioridade. Portanto, é impensável considerar que demandas de interesse da população indígena, negra e de outros segmentos sociais oprimidos, como as mulheres, aparecessem nesses impressos.

## 1.2 A apaixonada imprensa da Independência

<sup>8</sup> Publicado na Revista Online de Política e Gestão Educacional, da Universidade Estadual Paulista (Unesp), no v.21, n.1, de 2017. Disponível em: < <https://periodicos.fclar.unesp.br/rpge/article/view/9986> > Acesso em: 8 jan. 2021.

<sup>9</sup> Monografia apresentada como Trabalho de Conclusão do Curso de Licenciatura em História da Univates (Universidade do Vale do Taquari), no Lajeado, Rio Grande do Sul. Disponível em: < <https://www.univates.br/bdu/bitstream/10737/498/1/2009MarceleBald.pdf> > Acesso em: 8 jan. 2021.



Movido por um sentimento de libertação em relação à Metrópole e carregado de ideais políticos e alta carga opinativa, um novo jornalismo surge no Brasil e na Argentina nas primeiras décadas do século XIX. Essa mudança no perfil da imprensa, em especial em terras brasileiras, onde até então se praticava um jornalismo predominantemente oficialista, é reflexo de uma série de transformações políticas. A seguir discutiremos brevemente essas mudanças, apontando as iniciativas jornalísticas que as refletiram.

Desde 1808 quando a Espanha foi tomada pelas tropas do imperador francês Napoleão Bonaparte e a família real espanhola foi destronada e aprisionada na França, surgiu na Argentina e em outras regiões do domínio espanhol nas Américas movimentos direcionados à Independência em relação à Metrópole. Hipólito José da Costa, noticiou essas discussões no *Correio Braziliense*, de maneira entusiástica. “As fontes do jornalista eram as melhores possíveis, pois é bem provável que ele fosse municiado de informações pelos próprios libertadores (Miranda, Bolívar, San Martín e O’ Higgens), dos quais se tornara amigo na Inglaterra, através da maçonaria” (LUSTOSA, 2003, p. 16).

Em maio de 1810, o Cabildo<sup>10</sup> de Buenos Aires depôs o vice-rei do Prata Baltasar de Cisneros e assumiu as funções do governo. Reconheceu o povo do vice-reinado como depositário da soberania política, enquanto o rei espanhol Fernando VII estivesse sob custódia francesa.

Lançou-se mão de uma teoria jurídica corrente na época: supunha-se a existência de um pacto tácito entre a comunidade e os reis, sendo que os direitos de soberania política revertiam ao povo na ausência do monarca. Na verdade, a lealdade a um rei sem nenhum poder era uma forma dissimulada e diplomática de proclamar a autonomia política da região. (BEIRED, 1996, p.30).

Despertar o sentimento nacionalista e rebelde no povo e contar com sua mobilização faziam parte de uma estratégia já utilizada em 1806 e 1807 em Buenos Aires, quando ocorreram duas invasões inglesas na região, mostrando a falência das autoridades coloniais espanholas. O Vice-Rei e outros representantes da Coroa renderam-se sem resistência. A autoridade militar de Buenos Aires passou a ser exercida pelo militar francês Santiago de Liniers que, contando com a participação ativa de setores populares, conseguiu expulsar os ingleses e, em 1809, tornou-se Vice-Rei, nomeado pelo Cabildo.

Para implementar a Independência, o Cabildo de Buenos Aires indicou uma Junta Provisória de Governo das Províncias Unidas, composta pelos principais líderes

---

<sup>10</sup> Administração Municipal instituída na América Espanhola, uma espécie de prefeitura na época colonial, usada para gerir as sub-regiões de um Vice-Reino. O território de domínio espanhol era dividido em Vice-Reinados.

revolucionários. A presidência da Junta e o comando das forças militares foram entregues ao coronel Cornélio Saavedra. A Junta era formada por homens que pertenciam a grupos dominantes do Vice-Reinado, como o advogado Manuel Belgrano, citado anteriormente, fundador do jornal *Correo do Comércio*. No entanto, os integrantes desse órgão não pertenciam à maioria da elite econômica da região, os terratenentes<sup>11</sup> e comerciantes.

O primeiro jornal que se publicou depois da revolução de maio de 1810 (o movimento pela Independência da Argentina é chamado de “revolução”) foi a *Gaceta de Buenos Ayres*. Primeiramente ele foi impresso pelo material tipográfico do Orfanato Niños Expósitos, mas logo passou para as mãos de outras tipografias de grupos que lutavam pela Independência da Argentina. De periodicidade semanal, o impresso teve sua primeira edição em 7 de junho de 1810 (data em que hoje se comemora o Dia do Jornalista, na Argentina), por iniciativa da Primeira Junta de Governo. O historiador e pesquisador da imprensa argentina Oscar Beltran aponta esse jornal como “la partida de nacimiento de periodismo argentino”, e ressalta que sua missão era dar ampla publicidade a todos os atos da nova estrutura de governo, inclusive os desentendimentos ocorridos entre os integrantes da Junta, de forma a manter a adesão popular pela transparência.

Los hombres que en esse momento culminante y difícil de la historia empezaban a regir los destinos de estas provincias se habían propuesto afianzar la adhesión y confianza del Pueblo en sus gobernantes por medio de una amplia, clara y franca publicidad de todos sus actos de gobierno. No querían mantener en reserva las informaciones prósperas o adversas, relativas a lo que ocurriese en la Península. (...) Era conveniente que cuando se reuniera el Congreso General, tuviese la Junta ya madurado un plan para la nueva organización político-social, y que ya se hubiese forjado en el Pueblo un bien definido estado de conciencia con respecto a sus destinos, que se jugaban en aquel plan. El periodismo iba a contribuir a ello em primer término y poderosamente, mediante la difusión de os actos de gobierno y hasta de las discusiones habidas en el seno de já Junta que hallaba ser lo más digno de su representación “fiar la opinión pública la defensa de sus procedimientos. (...) El periodismo sería usado como auxiliar insustituible de sus funciones por la Primera Junta, cuyos componentes tenían un cabal concepto de su responsabilidad histórica. (BELTRAN, 1943, p. 40).

Mariano Moreno, responsável pelos anos iniciais da *Gaceta* (o jornal teve outras pessoas à frente da redação ao longo de sua existência, deixando de ser publicado em 1821), foi um dos principais nomes do movimento revolucionário, que culminou na independência argentina em julho de 1816, formalizada pelo Congresso de Tucumán.

Mariano Moreno fue la Gazeta en su etapa más genuina, más esplendorosa, más entregada con alma y vida al cometido histórico que, de repente, se había posado en la cabeza de esos hombres. El gran animador moral y organizativo de la Revolución se convirtió, asimismo, en su voz más alta, más tajante, más

---

<sup>11</sup> Grandes proprietários de terra, que formavam a estrutura social na Colônia espanhola.

definitoria y también más lúcida. El fervor de esos tiempos se advierte, hasta desmesurado, en la difusión de resoluciones y decretos gubernamentales, de partes de guerra, de traducciones y comentarios de artículos aparecidos en periódicos de ultramar, y en cartas y colaboraciones. (ZINNY, 2010, p. 26)

Era um defensor da liberdade de imprensa, mas cabe destacar que impunha a esta duas limitações “para o bem do povo”: “1) não contestar as verdades santas de nuestra augusta Religión (...) 2) que no se discutan las resoluciones del gobierno” (BELTRAN, 1943, p. 46). Nesse sentido, Moreno colocou a imprensa a serviço da revolução, mas não nas mãos do povo. O jornalismo feito pela *Gaceta* era de linha governamental-partidária, alimentado quase que exclusivamente por documentos oficiais, oferecendo apenas uma voz para relatar os transtornos civis e militares em curso.

Outros jornais de curta duração fizeram parte da “imprensa da liberdade” (como é chamado o jornalismo da primeira década do século XIX na Argentina), dentre eles *El Censor* (1812), *Mártir O Libre* (1812), *El Grito del Sud* (1812), *El Redactor de La Asamblea* (1813), *El Independiente* (1815), *La Prensa Argentina* (1815), *Los Amigos de La Patria y de La Juventud* (1815), *El Observador Americano* (1816) e *El desengano* (1816). Cabe destacar as diferenças nas linhas editoriais desses impressos. Alguns tinham posicionamentos mais radicais e outros mais moderados com relação à forma como deveria se dar a Independência da Argentina. *El Censor*, por exemplo, dirigido pelo Vicente Pazos Silva, tinha inclinações monárquicas e realizava uma pregação mais moderada sobre a Independência, conforme aponta o historiador Oscar Beltran. Já *El Grito del Sud*, voz oficial da Sociedade Patriótica e Literária (força opositora à Junta que governava a região do Prata), possuía uma linha radical. “El Grito del Sud fué, en síntesis, un himno a la libertad y una cátedra de ilustración popular en materia política” (BELTRAN, 1943, p. 78).

No Brasil o tom apaixonado e as diferenças de linha editorial também se fizeram presentes no jornalismo propulsor da Independência. Essa imprensa começa a aparecer no país a partir de 1820, com a Revolução do Porto<sup>12</sup>, que exigiu a volta de Dom João VI para Portugal, ficando em seu lugar, no Brasil, seu filho D. Pedro I. Tal fato acelerou os movimentos de

---

<sup>12</sup> Ocorrida no Porto, a revolução aconteceu devido a intensas disputas políticas envolvendo interesses divergentes entre Portugal e Brasil. As insatisfações que culminaram nesse momento começaram com a vinda da Família Real para o Brasil. Os portugueses ficaram insatisfeitos com a lógica administrativa que a Coroa dava à Colônia brasileira em detrimento de Portugal. Com a retomada do território português, que estava nas mãos de Napoleão Bonaparte, os revoltosos exigiam a volta do rei a Portugal e a formação de uma Assembleia Constituinte para fundamentar a administração do novo governo pós-restauração.

independência, que se inspiravam na Revolução Francesa, na independência da Colônia inglesa e nos movimentos de libertação das Colônias espanholas.

Ao partir para Portugal, D. João VI deixou para trás um país que começava a entrar em ebulição, contaminado pelo espírito revolucionário que tomara Portugal. Liberais e maçons, animados pelas perspectivas que o processo constitucional abria para o Brasil, reuniam-se agora abertamente, sem medo da repressão que marcara os últimos anos do reinado de D. João no Rio. (LUSTOSA, 2003, p. 21)

Houve um racha nas forças políticas brasileiras. Os grandes proprietários de terra, especialmente os do sul do país, temiam mudanças bruscas na estrutura política e social, por conta do processo de Independência. Já o outro grupo, mais radical, pedia uma Independência seguida de profundas alterações, incluindo modificações sociais. As duas facções procuravam persuadir o príncipe regente e as elites políticas da época, lançando jornais como estratégia para esse convencimento. Tais como os periódicos argentinos citados, esses impressos viveram pouco tempo. Nasceram e morreram do impulso de políticos que queriam uma ferramenta para divulgar seus pensamentos.

O *Revérbero Constitucional Fluminense*, escrito por Gonçalves Ledo e Januário da Cunha Barbosa, foi um dos jornais mais representativos da imprensa da Independência no Brasil. Lançado em 15 de setembro de 1821 (foi extinto em 15 de outubro de 1822), o periódico chegou a defender a convocação de uma Constituinte, através de eleições diretas.

Era a primeira vez que se publicava no Brasil um jornal que não passava pelo crivo do censor. Era a primeira vez também que se defendiam por escrito as ideias preconizadas na Revolução Francesa: liberdade, igualdade e fraternidade. A retórica exagerada de que se valeriam os dois novos jornalistas também fazia lembrar os folhetins revolucionários franceses. O *Revérbero* defendia abertamente a liberdade de imprensa. (LUSTOSA, 2003, p. 23).

A par das movimentações insurgentes no Brasil, a Coroa começou a enviar decretos nomeando juntas para governar as províncias, submetendo-as diretamente a Portugal. A intenção era dividir o país, para esvaziar o poder de D. Pedro I. Um desses decretos determinava que o príncipe regente deveria embarcar imediatamente para a Europa. Mas àquela altura a imprensa brasileira estava viva e atuante para fazer frente a essas ordens. Atribuído, de acordo com Isabel Lustosa, ao economista, historiador e político baiano José da Silva Lisboa, o jornal *Despertador Braziliense*, também lançado em 1821, no Rio, pregava a sublevação contra a Coroa. Exigia que D. Pedro I ficasse, desmascarava o sentido colonialista das medidas ditadas por Portugal e a intenção de fragmentar o Brasil. A postura do *Despertador* destoava do posicionamento político anterior de José da Silva Lisboa, que era contrário às liberdades políticas e à liberdade de imprensa. O intelectual baiano chegou a lançar, no primeiro semestre

de 1821, um jornal conservador intitulado *Conciliador do Reino Unido*, que se sintonizava com outros periódicos que defendiam a Coroa portuguesa, como *O Amigo do Rei e da Nação* e *O Bem da Ordem*. Apesar dessa contradição, Isabel Lustosa destaca a contribuição do *Despertador* para a Independência do Brasil.

Esse panfleto extraordinário, escrito de forma direta, forte e incendiária, é atribuído a José da Silva Lisboa, futuro visconde de Cairu. Tido como reacionário, Cairu de fato reage ao caráter daninho daquelas medidas. Fosse qual fosse sua posição política antes ou depois daquele momento, o *Despertador* Braziliense é, sem sombra de dúvida, o primeiro grito de nossa independência. Se o velho intelectual baiano nada mais tivesse feito pelo Brasil em sua longa trajetória, lhe bastaria a glória de ter sido autor desse belo documento que abriu a senda para todos os outros que se lhe seguiram em dezembro de 1821. Pois foi naquele momento que começou o movimento pelo Fico<sup>13</sup>. (LUSTOSA, 2003, p. 25)

Em 18 de dezembro do mesmo ano foi lançado *A Malagueta*, do jornalista português, atuante no Brasil, Luís Augusto May. Ao lado do *Revérbero* e do *Despertador*, *A Malagueta* lidera o movimento pela permanência de D. Pedro I no Brasil. Esses jornais acabam por unir as forças políticas que pensavam de forma destoante em relação à Independência, mas que tinham como consenso a necessidade de o príncipe regente não deixar o Brasil.

A agitação das folhas era o reflexo das reuniões maçônicas que, pela primeira vez, uniam tendências divergentes daquela organização. De um lado, o grupo de Gonçalves Ledo e Januário; de outro, o grupo de Justiniano da Rocha, ligada aos Andradas, de São Paulo. Foi este grupo que escreveu a José Bonifácio pedindo sua adesão ao movimento se organizava no Rio para impedir a partida de D. Pedro para Portugal. O príncipe ainda hesitava. A violenta mensagem que recebeu de São Paulo<sup>14</sup> talvez o tenha feito decidir (LUSTOSA, 2003, p.26).

Em abril de 1822, João Soares Lisboa fundou o *Correio do Rio de Janeiro*, que tinha linha semelhante à do *Revérbero*. Apesar de ser português, o historiador Nelson Werneck Sodré o considera como “a maior figura da imprensa brasileira de seu tempo”, já que não só divulgava os ideais da Independência, mas atuava para fazê-la virar uma realidade. Além de defender a ideia de uma Constituinte, em sintonia com os jornais já citados, organizou uma representação a seu favor e conseguiu reunir cinco mil assinaturas.

A pesquisadora Sandra Lúcia Lopes Lima (2000, p. 15), autora do livro “História da Comunicação”, destaca que a imprensa característica desse período era “apaixonada,

<sup>13</sup> Movimento que pressionava D. Pedro I a desacatar a ordem da Corte portuguesa (que exigia que ele retornasse a Portugal) e permanecer no Brasil. A mobilização culminou no conhecido “Dia do Fico”, que ocorreu em 9 de janeiro de 1822, quando o príncipe regente declarou: “Se é para o bem de todos e felicidade geral da Nação, estou pronto! Digam ao povo que fico”. O fato foi importante, pois fortaleceu a posição brasileira de busca de uma independência em relação à Metrópole.

<sup>14</sup> Uma carta enfática enviada por José Bonifácio de Andrada, que, segundo Isabel Lustosa (2003, p.26-27), acabou sendo publicada na *Gazeta do Rio de Janeiro* em 2 de janeiro de 1822, com a autorização de D. Pedro I, como recado a D. João VI, para mostrar que ele (príncipe) recebia pressões.

personalizada e destemida. Confundia homens com ideias, atuação política com vida pessoal, oposição com agressão”, o que nos dá a ideia de que era uma linguagem engajada. Um jornalismo feito por políticos para divulgar ideais políticos. Obviamente que essa imprensa estava muito longe de incluir os interesses dos setores populares da sociedade. A liberdade ali pregada era a que interessava aos setores abastados.

### 1.3 A perseguição aos jornalistas no período Pós-Independência

No Brasil, o período que sucedeu a Independência foi marcado por forte repressão ao jornalismo. Os jornais de linha editorial mais radical, que pediam uma ruptura brusca em relação a Portugal, como o *Revérbero* e *A Malagueta*, passaram a ser perseguidos, até serem fechados. Alguns de seus jornalistas foram agredidos e até mortos.

Após D. Pedro I ter decidido ficar no país, as tropas portuguesas que estavam apostas no Rio para forçarem sua volta para Portugal, temendo a reação popular, resolveram voltar para aquele país. José Bonifácio de Andrada, que estava entre os grupos que convenceram o príncipe regente a ficar, tomou posse como ministro do Reino em 15 de janeiro de 1822. O “namoro” entre o grupo de Andrada e a ala liderada por Gonçalves Ledo acabou rapidamente. Havia muitas divergências sobre o caminho que deveria ser trilhado pelo Brasil na sua nova fase, por exemplo sobre a decisão de se constituir uma Assembleia dedicada a criar uma Constituição para o Reino.

De um lado, os maçons liderados por Gonçalves Ledo queriam que D. Pedro jurasse a Constituição antes de ela ser formulada. Esperavam submeter assim o imperador à Assembleia. De outro estava o grupo de José Bonifácio, contrário a essa proposição e interessado em garantir uma fatia maior de poder para o imperador. (LUSTOSA, 2003, p. 34).

José Bonifácio de Andrada acabou vencendo o embate, tendo o aval de D. Pedro I para implementar ações duras contra os representantes da ala radical. Um período ditatorial foi iniciado. Andrada acusou Ledo e outros políticos constitucionais de estarem promovendo uma conspiração para implementar a República no Brasil, contra o novo Reino. Ledo e José da Silva Lisboa, sabendo das ameaças de Andrada, fugiram para Buenos Aires. Januário da Cunha Barbosa foi preso e deportado para o Havre (França), junto com José Clemente Pereira e Luís Pereira Nóbrega. Os jornais *Revérbero* e *Correio do Rio de Janeiro* foram fechados. Mais tarde, o mesmo aconteceu com *A Malagueta*, de Augusto May. “Durante o começo do ano de 1823, a imprensa que conseguia se manter ativa no Rio era francamente favorável ao gabinete de Andrada.” (LUSTOSA, 2003, p.38).

No entanto, logo José Bonifácio de Andrada e seu grupo perderiam poder. Os instintos da formação absolutista de D. Pedro I emergiram, reprimindo os atos de Andrada, que persistia em ataques duros aos portugueses que estavam no Brasil (decretou, por exemplo, o sequestro dos seus bens). A influência de Domitila de Castro, futura Marquesa de Santos e amante de D. Pedro I, também foi importante nesse sentido. Domitila representava os interesses de portugueses descontentes com Andrada. José Bonifácio deixou de ser ministro e passou para o lado da oposição, mas sem se alinhar aos setores oposicionistas radicais. Novos jornais surgiram, tanto do lado do grupo de Andrada (como *O Tamoio*, de linha xenofobista, contra os portugueses), como do lado de outros grupos. A imprensa alastrava-se também pelas províncias. Em São Paulo, surgiu em 1823 o jornal *O Paulista* e, em 1827, o *Farol Paulistano*.

A Assembleia Constituinte passou a ser palco de atritos entre D. Pedro I e as forças oposicionistas. Em 12 de novembro de 1823 o imperador publicou um decreto, dissolvendo-a. Delegou a um Conselho de Estado a elaboração de uma Constituição, que foi outorgada sem qualquer interferência de outros poderes ou representantes legais. Um dos elementos dessa Constituição foi o Poder Moderador, que lhe dava plenos poderes. Os irmãos Andrada (Martim Francisco e Antonio Carlos, além de José Bonifácio), assim como outros deputados, foram presos e deportados. Houve revolta nos grupos políticos que inflamavam o país. Movimentos de contestação ao Império aconteciam em diferentes lugares, e D. Pedro I respondia com repressão. Frei Caneca, religioso que foi um dos líderes da chamada Revolução Pernambucana (movimento que reivindicava a Independência de Pernambuco e a instituição de um regime republicano), fazia oposição ao império no seu jornal *Tífis Pernambucano*. Acabou sendo executado em 13 de janeiro de 1825.

Outro oposicionista de destaque no período por sua combatividade e firmeza em seus ideais foi o jornalista Cipriano Barata. Nascido na Bahia, em 1764, em uma família abastada, diplomou-se em Medicina em Coimbra (Portugal). Sua formação e sua origem elitizada contrastavam com a defesa que fazia dos setores desfavorecidos da população, tantos de homens livres como de escravos. Cipriano criou o *Sentinela da Liberdade*, jornal que o acompanhou em todas suas lutas políticas, inclusive nos locais onde foi preso (dentre eles Bahia e Rio de Janeiro) por perseguição de D. Pedro I. “Cipriano Barata ‘misteriosamente’ conseguia continuar a escrever seu jornal e a tirá-lo da prisão, fazendo-o circular, ainda que com limitações. Foi o criador do ‘jornalismo de cárcere’ no Brasil” (LOPES LIMA, 2000, p. 24).

Em 21 de novembro de 1830, o jornalista, político e médico italiano Líbero Badaró, fundador do jornal *Observador Constitucional*, que refletia, na província, o clima tempestuoso

que irradiava da Corte, foi assassinado, quando voltava para a sua casa na rua São José (hoje rua Líbero Badaró), em São Paulo. Suas últimas palavras antes de morrer foram: "Morre um Liberal, mas não morre a Liberdade". Badaró virou símbolo da liberdade de imprensa e sua morte, que teve grande repercussão, acabou tornando a permanência de D. Pedro I no poder insustentável, já que o crime foi cometido pelo alemão Henrique Stok, que, depois do assassinato, escondeu-se na casa do ouvidor Japiáçu, desafeto de Badaró e que tinha forte ligação com o imperador, aumentando as suspeitas da cumplicidade de D. Pedro I com o ocorrido. Com uma forte oposição, em 7 de abril de 1831, D. Pedro I abdicou ao trono. Como seu filho, D. Pedro de Alcântara, não podia assumir o Império (tinha apenas 5 anos, na ocasião), o Brasil, seguindo o que determinava a Constituição de 1824, passou a ser governado por Regências. O país passou a assistir a um momento de descentralização do poder, marcado por grande instabilidade política, com revoltas (algumas populares, outras inflamadas por camadas mais abastadas da sociedade) acontecendo em todo o território nacional. A Balaiada (1838-1841), no Maranhão, e a Sabinada (1837-1838), na Bahia, foram algumas delas.

Nesse período o papel ideológico da imprensa tornou-se ainda mais forte e foi marcante o surgimento de diversos pasquins: panfletos, de três ou quatro páginas, lançados por diferentes grupos políticos, tanto do lado dos líderes das revoltas que ocorriam pelo país, como do lado dos representantes das regências. Esses jornais usavam o humor e a acidez para fazerem suas críticas. Seus títulos muitas vezes denunciavam sua linha política e satírica. Dentre eles, estavam *O Buscapé*, *O Narciso*, *O Doutor Tirateimas*, *O Novo Conciliador*, *O Enfermeiro dos Doidos*, *Cartas ao Povo*, *Os Dois Compadres Liberais*, *O Velho Casamenteiro*, *O Médico dos Malucos*, *O Ferrabrás na Ilha das Cobras*, *O Minhoca – Verdadeiro Filho da Terra*, *O Verdadeiro Patriota*, *O Grito da Pátria, contra os anarquistas*, *O Martelo*, *A Trombeta dos Farroupilhas*, *O Carijó* e *O Caramuru*. “A imprensa definia-se, quanto à orientação, nos três campos, o dos conservadores, embalados no sonho da restauração<sup>15</sup>, o dos liberais de direita, que faziam o papel de centro, e o dos liberais de esquerda (...) combatidos pelos jornais das outras duas facções” (SODRÉ, 1999, p.122-123).

Na Argentina, se a primeira década pós-Independência (de 1810 a 1820) foi marcada pelo exercício de um jornalismo combativo, que livremente publicava folhas incisivas em defesa da revolução, a segunda década, de 1820 a 1831, foi caracterizada por um período de perseguição e censura, devido a revoltas e anarquia no campo político. O Congresso Nacional,

---

<sup>15</sup> Queriam restaurar a situação que existia antes da Independência, que Portugal voltasse a ter comando sobre o Brasil.



que depois de jurar a Independência, em Tucumán, em 1816, transferiu-se para Buenos Aires, logo mostrou-se frágil, e dividiu-se sobre a forma de governo a ser seguida pelo país: Monarquia ou República.

Houve diversas tentativas frustradas para a implantação de uma monarquia. A princesa espanhola Carlota Joaquina, mulher de Dom João VI, recebeu um convite para assumir o trono argentino, mas não aceitou por pressões da Inglaterra e da Corte portuguesa. Manuel Belgrano e Bernardino Rivadavia foram dois dos principais articuladores do projeto de implantação de uma monarquia nas Províncias Unidas do Rio da Prata. (...) Belgrano via na monarquia maior capacidade para superar a instabilidade política na América; argumentava que a Europa vivia uma fase de restauração monárquica em que o poder da lei era limitado por leis constitucionais (...). Nem mesmo a Constituição de 1819 conseguiu resolver o impasse entre republicanos e monarquistas (...). De caráter oligárquico e unitário, essa Constituição mal teve tempo de funcionar. (BEIRED, 1996, p. 32).

Um forte movimento dos caudilhos<sup>16</sup> federais litorâneos acabou por colocar fim ao poder central de Buenos Aires, em 1820. Houve diversas tentativas de fundar um governo nacional e essas investidas acabaram por criar o cargo de presidente da República em 1826, ocupado por Bernardino de la Trinidad González Rivadavia, e por aprovar uma nova Constituição com princípios liberal-unitários. A província de Buenos Aires e sua capital passaram a ser controladas pelas autoridades nacionais. Mas esse arranjo político durou pouco por conta de desentendimentos entre as províncias e pela batalha por hegemonia entre elas. Vale destacar o choque entre os caudilhos Facundo Quiroga (governador de La Rioja), José Maria Paz (governador de Córdoba) e as autoridades nacionais de Buenos Aires. Em 1828, a Junta de Representantes da Província de Buenos Aires indicou Manuel Dorrego como governador federalista, apoiado por setores populares e pela burguesia local. Dorrego, no entanto, defendeu a guerra contra o Brasil, para reconquistar a província da Banca Oriental (território que hoje corresponde ao Uruguai), que foi anexada ao Brasil em 1821. Com isso, perdeu apoio da burguesia que defendia um tempo de paz para que seus negócios em Buenos Aires pudessem prosperar.

O historiador José Luís Bendicho Beired destaca que foi justamente no meio dessa crise que desponta a figura do sanguinário caudilho Juan Manuel de Rosas, que soube persuadir os setores críticos a Dorrego. “Sob a oposição popular e de setores das elites – sobretudo terratenentes e comerciantes – os unitários perderam toda legitimidade e convocaram novas eleições que fizeram de Rosas o novo governador da província de Buenos Aires” (BEIRED,

---

<sup>16</sup> Na colonização espanhola os caudilhos foram políticos poderosos, geralmente grandes proprietários de terra, que exerciam poder em suas regiões de forma carismática e populista e, muitas vezes, por vias autoritárias ou autocráticas. Lutavam para fazer prevalecer seus interesses acima de todas as coisas.

1996, p. 34). Rosas governou a província com mãos de ferro e violência até 1852 (com um breve intervalo apenas, entre 1832 e 1835), tornando-se o mais poderoso caudilho de sua época. Perseguiu de forma implacável seus opositores. “Um dos maiores símbolos da época rosista foi a Mazorca, denominação dos grupos paramilitares que assassinavam os opositores de Rosas, em geral por degola” (BEIRED, 1996, p. 34). Com uma radical escalada militar, aniquilando tribos indígenas dos pampas, com o apoio dos terratenentes, Rosas foi conquistando diversos territórios, ampliando a fronteira da província que, no final do seu governo, aumentou 42%. Foi nessa época que Buenos Aires consolidou sua hegemonia econômica em relação ao interior e ao litoral da Argentina.

Nesse período conturbado, o historiador e pesquisador do jornalismo argentino Juan Romulo Fernandez destaca que a imprensa periódica perdeu a força e o idealismo, marcantes de seus primeiros tempos.

Ese período de nuestro pasado comprende en realidad algo más de diez años. Durante su curso la prensa argentina perdió, muchas veces, el instinto de las cumbres, y sólo en ocasiones alguna lucecilla, aquí y allá, aparecía timidamente, para mostrar lá senda. Ciento e cuatro periódicos, contando algunos boletines, nacen y mueren, respondiendo a instancias políticas, a intereses comerciales. (FERNANDEZ, 1943, p. 60).

Dentre esses periódicos, que só conseguiram ser publicados até o início da ditadura de Rosas destacam-se *El Constitucional* (1820), *El Centinela* (1823-1824), *El Argos de Buenos Aires* (1821-1825), *La Abeja Argentina* (1822-1823), *Crónica Política y Literaria* (1827), *El Correo Político y Mercantil de Las Provincias Unidas* (1827-1828) e *El Amigo del País* (1833). O número de impressos, com o período tirânico iniciado com o caudilho, foi caindo vertiginosamente. Só para se ter uma ideia, em 1833 havia 43 jornais publicados em Buenos Aires. “A partir de ese año las cifras son las siguientes: 1834, 12 periódicos; 1835, 3; 1836, 3; 1837, 3; 1840, 2; 1841, 1; 1842, 1; 1843, 2; 1844, 2; 1845, 1; 1848, 2; 1850, 1; 1851, 1” (FERNANDEZ, 1943, p. 69).

Segundo Fernandez, *La Gaceta Mercantil*, publicada desde 1823 até 1852, foi o mais importante jornal argentino do período da tirania. O italiano Pedro de Angelis, que veio para a Argentina aos 32 anos de idade, foi o principal redator desse periódico, que obteve mais estabilidade que os demais por ser alinhado ao regime. Angelis foi funcionário de Rosas e chegou a escrever um ensaio histórico sobre sua vida. O jornalista, aliás, escreveu outras biografias e relatos históricos sobre aquele período, o principal deles foi *La Colección de documentos*, um vasto inventário sobre a história argentina, que acabou sendo vendida mais tarde ao Brasil (foi comprada por D.Pedro II).

Juan Romulo Fernandez destaca ainda, do jornalismo feito no período Rosas, a revista *La Moda* (pioneira no jornalismo de revista argentino), criada em 18 de novembro de 1837 por Juan Bautista Alberdi, político, diplomata, escritor e um dos mais influentes ativistas liberais daquele país. Com circulação semanal, a revista tratava de música, poesia, literatura, costume, comportamento e conselhos para a sociedade burguesa portenha, mas seu maior destaque estava nos artigos publicados por Alberdi com o pseudônimo de Figarillo, uma homenagem ao escritor e humorista espanhol José de Larra, que assinava seus textos como Fígaro. Em tom extremamente satírico, os textos de Alberdi faziam a oposição possível em um momento de alta vigilância e repressão. Alberdi elogiava Rosas, mas de uma maneira que era possível sentir a ironia, já que destacava qualidades que o caudilho não possuía.

Aunque más tarde Alberdi se convertiría en un exiliado político, en la revista no aparece una crítica abierta a la política de Rosas, que de ninguna manera hubiera podido superar la censura. Por el contrario, algunas notas son tan elogiosas de la figura de Rosas que no pueden disimular su intención satírica, como la publicada el día del cumpleaños, que lo describe, irónicamente, como el modelo de todas las virtudes cívicas. (EL ÁRCÓN DE, online)<sup>17</sup>

Vale ressaltar dois jornais publicados fora da Argentina, em Montevidéu (Uruguai), por intelectuais exilados por conta da ditadura Rosas: *El Grito Argentino* (1839) y *Muera Rosas!* (1841-1842). Esses periódicos reuniram, além de Alberdi, intelectuais como Valentín Alsina, Andrés Lamas, Miguel Cané, Luis Domínguez, Juan Thompson e Miguel de Irigoyen. São jornalistas que fizeram parte da chamada “geração de 37”, que teve que migrar para o exterior, quando Rosas endureceu seu regime após a Guerra entre Argentina e Confederação Peru-Boliviana<sup>18</sup>. Esses intelectuais-jornalistas tiveram Montevidéu como principal base para seu núcleo de pensamento.

Baseado nas pesquisas de Antonio Zinny, historiador da imprensa uruguaia, o pesquisador argentino Federico Miguel Oneto, da UCA (Universidad Católica Argentina), estudou o conteúdo desses dois impressos no artigo “La Generación exiliada y su imagen de Rosas a través de la prensa. Comparación entre El Grito Argentino y Muera Rosas!”<sup>19</sup> e mostrou

---

<sup>17</sup> Trecho de um artigo pertence ao site El arcón de la historia argentina, que traz uma série de artigos e documentos sobre a história do país. Disponível em:< <http://elarcondelahistoria.com/revista-%C2%93la-moda%C2%94-18111837/>>. Acesso em: 16 set. 2018.

<sup>18</sup> Chamada na Argentina de Guerra contra a Bolívia, começou em 9 de maio de 1837, quando Rosas declarou guerra à Confederação Peru-Boliviana, depois que o presidente do Peru Andrés de Santa Cruz Villavicencio declarou apoio ao Partido Unitário, da Argentina, que era aliado à Grã-Bretanha, defendendo a necessidade de um governo centralizado nas Províncias Unidas do Rio da Prata.

<sup>19</sup> O artigo está publicado na biblioteca digital da Universidade Católica da Argentina. Disponível em:< <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/revistas/generacion-exiliada-imagen-rosas-prensa.pdf>> Acesso em: 22 out. 2018.

que, neles, predominou uma crítica ácida a Rosas, com textos que carregavam ataques diretos e com uma linguagem mais acessível, destinada a setores populares. Os artigos eram assinados por pseudônimos, pois mesmo fora do território argentino esses jornalistas estavam sujeitos as ações do sanguinário caudilho. *El Grito Argentino*, por exemplo, que possuía periodicidade bissemanal, trazia em seus exemplares um lema de liberdade e dizeres contra Rosas:

Su lema es el comienzo del Himno Nacional: “¡Oíd, mortales, el grito sagrado, libertad, libertad, libertad!”<sup>54</sup>, que encabezará todos los números junto con otro, que comienza con la consigna - en mayúsculas - “¡ABAJO EL TIRANO Y COBARDE JUAN MANUEL ROSAS!” (ONETO, 2012, p.112).

Em 1852 Rosas acabou sendo derrotado na Batalha de Monte Caseros, por uma aliança antiportenha, formada desde 1840, por forças que não estavam satisfeitas com as pretensões hegemônicas de Buenos Aires. Essas forças eram lideradas pelo general Justo J. Urquiza, governador da província de Entre Rios. A aliança criada por Urquiza contou com apoio internacional do Brasil e do Uruguai, que tinham interesse em deter a expansão territorial promovida por Rosas. Em 1853 foi aprovada uma nova Constituição, de conteúdo liberal, que estabeleceu a forma representativa, republicana e federativa de governo, a divisão de poderes (Legislativo, Executivo e Judiciário), a eleição indireta para presidente e os direitos individuais. No mesmo ano, Urquiza foi eleito presidente da República, ficando no cargo por seis anos.

Com a saída de Rosas, o jornalismo argentino voltou a respirar. “Desparecida *La Gaceta Mercantil*, que habia apoyado a Rosas durante todo su gobierno, y vueltos al país los publicistas del exilio, el nuevo periodismo porteño se puso en la tarea de propiciar una total reconstrucción” (FERNANDEZ, 1943, p. 83). *Los Debates*, de Bartolomé Mitre, *El Nacional*, de Dalmacio Vélez Sarsfield, *El Orden*, de Luis Domínguez, e *La reforma pacífica*, de Nicolás Calvo, foram alguns dos jornais desse novo período. Esses jornalistas eram políticos que ocupavam as bancadas do Congresso.

O governo de Urquiza atendeu os interesses dos caudilhos do interior (irritando as classes políticas e econômicas portenhas, que queriam manter o monopólio das rendas do porto) e, por isso, impediu a federalização. Nesse momento o território argentino se dividia entre as partes que formavam a Confederação e Buenos Aires, e esses dois lados viviam em choque permanente. Em 1859 e 1862, travaram-se batalhas militares e negociações entre a Confederação e Buenos Aires, que terminaram com a vitória das forças de Buenos Aires, na batalha de Pavón. Elas foram lideradas pelo general Bartolomé Mitre, do jornal *El Nacional*, representante dos interesses da burguesia portenha. “La lucha entre el Estado de Buenos Aires

y la Confederación absorbió durante diez años casi todas las energías del país. De la prensa periódica se extendió a los campos de batalla.” (FERNANDEZ, 1943, p. 84).

Mitre assumiu a Presidência e deu início à estruturação de um Estado efetivamente nacional. Criou um Congresso Nacional, uma Justiça Federal, um Exército Nacional e implementou um programa liberal-unitário com forte poder centralizador. (BEIRED, 1996, p. 39). Mas contrariou a ideia de equilíbrio entre Buenos Aires e o restante do país, defendida por Alberdi em sua obra “Bases y puntos de partida para la organización política de la República Argentina”, que inspirou a nova Constituição de 1853. Desta forma, deixou de atender os interesses do interior, que se mobilizou militarmente contra seu governo. Outro motivo de discórdia foi o recrutamento forçado de civis para lutar na Guerra da Tríplice Aliança (Guerra do Paraguai – de 27 de dezembro de 1864 a 8 de abril de 1870). Segundo Beired, estima-se que até 5 mil argentinos tenham morrido no conflito. Diversos caudilhos passaram a promover batalhas contra o projeto liberal. A luta pela consolidação do Estado Nacional Argentino durou até a Presidência de Domingo Faustino Sarmiento (1868-1874), um dos principais teóricos do liberalismo na América Latina. Sarmiento também pertenceu à chamada “geração de 37”.

O jornalista e pesquisador da imprensa argentina, da Universidade Nacional de Buenos Aires, Eduardo Romano, salienta que durante todo o século XIX o jornalismo argentino foi porta-voz de acontecimentos políticos importantes do país, daí explicitarmos brevemente nessa tese alguns desses acontecimentos. "En el siglo XIX, ciertos conflictos políticos claves tuvieron difusión a través del periodismo, que era el instrumento para hacer públicas las posiciones, en un sentido muy amplio, porque no era sólo para aquellos que leían, sino para aquellos a quienes les leían el periódico, que era una práctica muy habitual", explicou o professor em entrevista ao jornal *Clarín*<sup>20</sup>.

Tal como no Brasil, o jornalismo feito nesse período era apaixonado e doutrinário, existia com a finalidade de convencimento sobre determinado viés político. Não estava preocupado com a questão do lucro e o crescimento do empreendimento enquanto empresa. Embora o tom político ainda iria caracterizar por muito tempo a imprensa brasileira, como destacam os pesquisadores Richard Romancini e Claudia Lago (2007, p. 40) no livro “História do Jornalismo no Brasil”, os contornos dos jornais começam a ser alterados substancialmente

---

<sup>20</sup> Publicada em 7 de junho de 2001, na reportagem Medios/Día del Periodista: Las primeras publicaciones en la Argentina. Disponível em:< [https://www.clarin.com/sociedad/fundaciones-periodismo\\_0\\_HkSMedgCtx.html](https://www.clarin.com/sociedad/fundaciones-periodismo_0_HkSMedgCtx.html)> Acesso em: 23 out. 2018.

no período pós-1850. Tanto em terras brasileiras como em argentinas, os impressos abandonam o público restrito da tribuna, e passam a atingir mais leitores.

#### 1.4 A imprensa da *Belle Époque*, os primeiros jornais-empresa e a relação com os governos Yrigoyen e Vargas

Uma onda modernizadora inundou os principais centros urbanos do Brasil a partir da segunda metade do século XIX. Era o período do Segundo Reinado (de 23 de julho de 1840 a 15 de novembro de 1889). Graças a uma manobra costurada com Portugal, ocorreu o chamado Golpe da Maioridade, uma mudança constitucional que permitiu a Dom Pedro II assumir o trono brasileiro com apenas 14 anos. A centralização do poder nas mãos de novo imperador foi a solução encontrada para acabar com as revoltas que ocorriam em todo o país. Esse período foi marcado por maior estabilidade política, somada a grandes transformações econômicas e sociais, cenário que proporcionará o renascimento da imprensa.

Medidas como o fim do protecionismo alfandegário e os lucros advindos da nova matéria-prima a impulsionar a economia, o café, permitiram a aquisição de recursos para investir em outras áreas, incluindo a indústria. Nesse contexto, de grandes lucros da economia cafeeira, surgem empresários como Irineu Evangelista de Souza (o Barão de Mauá), preocupados com o desenvolvimento das estradas de ferro, das cidades e de toda infraestrutura necessária para o crescimento do país. A vida social foi intensificada. Os setores da elite frequentavam cafés, saraus e apresentações teatrais. No campo político, desde o fim da Guerra da Tríplice Aliança (1870) tinham renascido os ideais republicanos e era discutido também, com muita força, o abolicionismo. Esses pensamentos ecoavam por todo o país. (LOPES LIMA, 2000, p. 27). Conforme destaca Nelson Werneck Sodré (1999, p. 229), “o influxo dos acontecimentos multiplica os órgãos de imprensa por toda a parte”. Ocorria uma proliferação de jornais e revistas em todo território brasileiro.

A partir de 1850 as revistas ilustradas ganham destaque, tendo como expoente o italiano Ângelo Agostini<sup>21</sup>. Ele atuou na revista semanal *Diabo Coxo*, com o jornalista e advogado Luís Gama, que foi figura-chave na luta abolicionista. Dentre as revistas nascidas no período destacam-se a *Ilustração Brasileira* (1854), a *Semana Ilustrada* (1860), a *Revista Ilustrada*

---

<sup>21</sup> Caricaturista, desenhista e pintor, foi o mais importante artista gráfico do Brasil na segunda metade do século XIX, tendo ajudado a impulsionar a técnica da ilustração por aqui, passando por diversas revistas e jornais ilustrados. Foi um dos criadores das histórias em quadrinhos no Brasil, com o quadrinho “As Aventuras de Nhô Quim ou Impressões de uma Viagem à Corte”, em que um personagem caipira recém-chegado à cidade convive ao mesmo tempo com um mundo que se organiza à margem da Corte e com diversas entidades da mitologia rural brasileira.

(1876) e a *Ilustração do Brasil* (1876). Muitas dessas publicações espelhavam as causas abolicionistas e republicanas. Joaquim Nabuco chegou a chamar a *Revista Ilustrada* de “Bíblia da Abolição dos que não sabem ler”. Referindo-se também a essa publicação, Werneck Sodré (1999, p. 218) salienta: “A revista foi, além disso, e principalmente, o maior documentário ilustrado que qualquer período de nossa história conheceu, só comparável ao que, de outra época, deixaram Rugendas e Debret”.

Outro fato marcante no jornalismo nesse momento é o seu vínculo com a literatura. Renomados escritores do período passam a ocupar as páginas dos jornais. O folhetim, que aparecia ao pé do impresso, era um gênero de grande sucesso. Trazia diariamente, em capítulos, histórias que seduziam o público. “Muitas obras que se transformaram em livros famosos tiveram seus originais publicados em folhetins. Em 1857, entre fevereiro e abril, o *Diário do Rio de Janeiro* publicou, sob a forma de folhetim, o romance ‘O Guarani’, de José de Alencar, com grande sucesso de público” (LOPES LIMA, 2000, p. 25).

Nesse contexto de progresso e de efervescência política, econômica e cultural, começam a aparecer os primeiros jornais-empresas. Embora muitos ainda fossem voltados a defender ideais políticos, esses impressos diferenciam-se dos anteriormente produzidos no país, pois começam a visar o lucro. A publicidade chega como estratégia de sustentação financeira e a notícia passa a ser encarada como mercadoria.

Com mais dinheiro, a redação se profissionaliza. Da virada do século XIX para as primeiras décadas do século XX a divisão do trabalho é implementada nas redações. Desaparecem os jornais feitos por um único homem. Com mais dinheiro, chegam novas tecnologias como as impressoras rotativas e o linotipo, que permitem que o jornal seja produzido mais rapidamente e com um número maior de exemplares. Assim, os impressos começam a atingir um público maior (claro que ainda pertencente aos setores elitistas do país, impensável imaginar que os segmentos sociais alijados, incluindo os escravos, tivessem acesso a esses veículos e que suas demandas fossem pautadas no noticiário), que acompanha as principais questões políticas, econômicas e sociais.

A agitação, que revelava o aprofundamento das contradições da sociedade brasileira, despertou o interesse pelas reformas, que começaram a ser propostas e discutidas, cada vez mais com veemência, pontilhadas pelas questões que iam surgindo, conduzidas ou resolvidas em clima de crescente turbulência: a questão servil, com as lutas em torno de algumas reformas que dependia o seu andamento, da liberdade do ventre, da liberdade dos sexagenários, a abolição finalmente; a questão religiosa, a questão eleitoral, a questão federativa, a questão militar, a questão do próprio regime, como coroamento do processo de mudança institucional. Questões e reformas refletiam-se na imprensa, naturalmente, e esta

ampliava a sua influência, ganhava nova fisionomia, progredia tecnicamente, generalizava seus efeitos – espelhava o quadro que o país apresentava. (SODRÉ, 1999, p. 223).

Nesse período também ocorre o surgimento dos jornais que até hoje exercem grande influência no Brasil, fazendo parte da chamada “mídia hegemônica”. Em 4 de janeiro de 1875, apareceu *A Província de São Paulo* (atual *O Estado de S.Paulo*), fruto da constituição de uma sociedade comandita, que levantou 50 contos de réis de capital. O jornal contava com Rangel Pestana, veterano na imprensa brasileira, e Américo Campos, outro experiente jornalista. Completavam a redação o gerente José Maria Lisboa, além de Lúcio de Mendonça, Gaspar da Silva e Joaquim Taques, que faziam as notícias e a revisão das provas do impresso. Além de ser sustentado por anúncios e assinaturas (estimuladas por prêmios sorteados com a loteria), o jornal inovou comercialmente em 1876 ao lançar a venda avulsa, com o ajudante de impressor Bernard Gregoire tocando buzinas nas ruas, para atrair os potenciais compradores. O público, inicialmente, reagiu de forma negativa à novidade.

A população achou aquilo um despautério, houve repulsa à iniciativa que levaria à “mercantilização da imprensa”. Não se percebia que tal mercantilização já havia sido inaugurada. Logo depois, entretanto, os outros jornais acompanharam a inovação: surgiram os jornaleiros, depois as bancas e os pontos, e a disputa dos pontos. Essa divisão do trabalho assinalava também – como a constituição da sociedade em comandita e levantamento do capital – a “mercantilização da imprensa”. (SODRÉ, 1999, p. 227)

Com viés republicano (a capa de 16 de novembro de 1889, um dia após a Proclamação da República, trouxe os dizeres em letras garrafais “VIVA A REPÚBLICA”), *A Província de São Paulo* fazia uma cobertura abrangente, discutindo os principais temas do país naquele momento, em diferentes áreas, para além da política. Em 1885, o advogado e político Júlio de Mesquita entrou para a redação da *Província*, assumindo sua direção em 1891, quando Rangel Pestana foi eleito para o Senado e teve que sair do jornal. Em 1º de janeiro de 1890 o jornal passou a se chamar *O Estado de S.Paulo*.

Cabe destacar que a mudança do regime monárquico para o republicano, de acordo com Sodré (1999, p. 251), não mudou o desenvolvimento da imprensa. “Os grandes jornais continuaram os mesmos, com mais prestígio e força os republicanos, com mais combatividade os monarquistas”. Como se vê, os diários, embora já atuantes como “empresas”, continuavam a defender posicionamentos políticos.

Outros impressos surgiam com essa motivação. É o caso do *Jornal do Brasil*, fundado para fazer críticas ao recente governo republicano. O jornal nasceu denunciando o fato de não ter sido convocada uma assembleia nacional constituinte logo após a proclamação da



República. Os segmentos políticos de oposição, em especial os monarquistas, compactuavam com essa visão. O jornal foi lançado em 9 de abril de 1891, data simbólica, pois nela se comemorava o 60º aniversário do Te Deum celebrado pela ascensão de dom Pedro II ao trono imperial. O diário foi idealizado por políticos ligados ao antigo regime monárquico, como Rodolfo de Sousa Dantas, deputado e jornalista, que havia sido ministro da Justiça no Segundo Reinado.

Assim, ainda em 1890, o conselheiro Rodolfo de Sousa Dantas escreveu a Joaquim Nabuco, que se encontrava em Londres, revelando que se associara “a um grupo muito limitado de amigos, que há dias constituiu-se com o capital de quinhentos contos, podendo elevar-se a mil, para fundar um grande jornal que deverá aparecer aqui nos primeiros dias de abril [de 1891]”. Nabuco era a seguir convidado a participar do quadro de redatores da nova folha. (FGV CPDOC, online<sup>22</sup>).

O impresso tinha como gerente Henrique de Villeneuve e, dentre seus colaboradores, além de Joaquim Nabuco, estavam nomes de prestígio como Gusmão Lobo, Sousa Ferreira, Sandro Constâncio Alves, Aristides Espínola e Antônio de Sousa Pinto.

Em 1893, o jornal foi vendido para um grupo ligado a Rui Barbosa, transformando-se novamente em sociedade comanditária sob a responsabilidade de Joaquim Lúcio de Albuquerque Melo. Nesse momento o jornal passou a defender o regime republicano e mudou sua linguagem. De um texto manso em tom doutrinário, começou a trazer artigos agressivos (muitos assinados por Rui Barbosa) contra nomes como o Marechal Floriano Peixoto. O jornal foi mantendo a parcialidade política bem destacada até o momento em que passou para as mãos do empresário Pereira Carneiro, em 1919, quando passou a defender uma linha editorial “neutra”. Mesmo assim, ainda foi possível sentir seu posicionamento em diferentes acontecimentos históricos do país.

Mas não é só pelo aspecto político que o *Jornal do Brasil* merece ser destacado. O jornal foi criado com estrutura de grande empresa. Deteve por um bom tempo o monopólio de pequenos anúncios, hoje chamados de “classificados” (eles chegaram a ocupar 85% do espaço do jornal). Em 1893, lançou a primeira seção feminina da imprensa brasileira (em jornais), que ficou a cargo de Clotilde Doyle. Voltado para a elite, ampliou o leque de correspondentes estrangeiros, tendo colaboradores internacionais como Wilhelm Schimper, na Alemanha, e Paul

---

<sup>22</sup> Dicionário do CPDOC da FGV. Verbetes sobre o Jornal do Brasil. Verbetes temáticos do Jornal do Brasil. Disponível em: < <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/jornal-do-brasil> > Acesso em: 10 dez. 2020.

Leroy Beaulieu, na França. Em 1906, adquiriu um moderno equipamento gráfico, com linotipos, máquinas de impressão em cores e sistema fotomecânico.

Era o maior parque gráfico da imprensa brasileira e tinha a redação mais moderna, com máquinas de escrever para toda a equipe de jornalistas. A diagramação também foi reformulada, com o cabeçalho impresso em vermelho e o famoso “L” de classificados na primeira página. (GONTIJO, 2004, p. 307).

Cabe ainda destacar o surgimento do jornal *A Noite*, em 18 de julho de 1911, tendo como um dos seus acionistas Irineu Marinho (que mais tarde, em 29 de julho de 1925, lançou *O Globo*, um dos mais influentes jornais da nossa grande imprensa), e de *O Jornal*, em 1919 (adquirido pelo jornalista e empresário Francisco de Assis Chateaubriand em 1924). “Essas duas iniciativas foram o começo de uma série de empreendimentos que resultaram nos mais significativos fenômenos da comunicação do Brasil: a *Rede Globo* (família Marinho) e os *Diários Associados* (Chateaubriand). (GONTIJO, 2004, p. 304). Os *Diários Associados* foi o principal grupo de comunicação brasileiro até meados do século XX. Chateaubriand começou a montá-lo com uma rede de jornais impressos e depois expandiu seu negócio para revistas, emissoras de rádio e para a TV (trouxe a TV para o Brasil ao lançar em 18 de setembro de 1950 a *TV Tupi*). Fez parte dos *Diários Associados* a famosa revista *O Cruzeiro*, um sucesso de vendas (chegou a ter tiragem de 700 mil exemplares). (ROMANCINI, LAGO, 2007).

Em 1921, ocorre o surgimento da *Folha da Noite*, em São Paulo, fundada por Olívio Olavo de Olival Costa e seu sócio Pedro Cunha. Olívio foi redator em *O Estado de S.Paulo*. Em 1924, ele e um grupo de amigos lançaram a *Folha da Tarde* e, em 1925, a *Folha da Manhã*. Em 1931 foi constituída a empresa jornalística *Folha da Manhã S.A.* A empresa passou por outros donos e, em 1945, os três jornais do grupo *Folha* foram comprados pelo empresário José Nabantino Ramos que, após o desgaste da greve dos jornalistas do grupo em 1961, decidiu se desfazer do negócio, vendendo-o para os empresários Octávio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho em 1962. Surgiu assim o jornal *Folha de S.Paulo*, que depois irá se configurar como um dos principais jornais da grande imprensa brasileira.

Apesar das dificuldades econômicas resultantes da dívida externa do país e dos efeitos da I Guerra Mundial, durante toda a República Velha houve o surgimento e consolidação de diferentes periódicos. Ainda na imprensa paulista apareceram jornais e revistas de destaque como *A Cigarra*, de 1914, e o *Diário de S.Paulo*, de 1929.

A Argentina também assistiu entre as últimas décadas do século XIX e as primeiras do século XX a um período de maior estabilidade política, grande modernização e transformações

sociais. De acordo com o pesquisador José Luis Bendicho Beired, no livro “Breve História da Argentina”, especialmente a partir de 1880 a fisionomia do país mudou bruscamente em função do crescimento econômico propiciado pelo modelo agroexportador. O país tornou-se, nas palavras de Beired (1996, p. 43), “um dos maiores celeiros de alimentos do mundo”. As cidades projetaram-se como centros financeiros, de comércio e de manufatura. Em Buenos Aires, a população passou a contar com metrô, trens, bondes, além de aparelhos culturais (cinema, teatro, cafés e restaurantes), onde já se organizava uma esfera pública portenha, claro que não nos moldes europeus. A Argentina passou por um forte movimento imigratório, pessoas de outros países, atraídas pela possibilidade de ascensão social. Com os imigrantes, a agricultura do país ganhou projeção. A pecuária também foi bastante impulsionada. O gado bovino saiu da marca de 13,3 milhões de cabeças em 1875 para 21,7 milhões em 1895. A criação de bovinos foi se tornando mais refinada, para atender o mercado internacional. Buenos Aires se transformou em uma metrópole, saltando de 177.787 habitantes em 1869 para 677.000 em 1895 e 2 milhões em 1930. As ferrovias, que escoavam a produção agropecuária e ajudavam a integrar o país, somavam 2516 km em 1880, chegando a 33.955 km em 1916. (BEIRED, 1996). A pujança do período faz com que ele seja denominado por alguns historiadores como a *Belle Époque* do país.

Transformações de tal magnitude no campo econômico e social não ocorreram espontaneamente. Certas circunstâncias políticas foram decisivas, dentre elas a solução do conflito estrutural entre Buenos Aires e o restante do país. No final da presidência de Nicolás Avellaneda (1874-1880), o Congresso aprovou a federalização da cidade de Buenos Aires, separando-a da província e transformando-a na capital do país. Inconformados em perder a capital provincial e a exclusividade das rendas portuárias, os setores bueairenses autonomistas tomaram armas e sublevaram-se contra as autoridades nacionais, sob a liderança do governador da província, Carlos Tejedor. Os autonomistas foram derrotados e, desde então, Buenos Aires é a capital federal do país. (BEIRED, 1996, p.45).

O contexto de crescimento econômico e cultural e de estabilidade política foi importante para o desenvolvimento da imprensa. O jornalismo especializado, na forma de revistas, teve grande impulso.

A medida de la especialización en los planos de la cultura, cada vez más acentuada en el país, fueron apareciendo en Buenos Aires las revistas, entre las que se puede destacar por su mayor importancia: Revista del Nuevo Mundo, fundada y dirigida por Francisco Bilbao; Revista del Archivo General de Buenos Aires (1869-1872); Revista de la Biblioteca Pública (1879-1888); Revista patriótica del pasado argentino (1888-1892) (FERNANDEZ, 1943, p.108).

Segundo o pesquisador argentino Juan Romulo Fernandez, o período que vai de 1870 a 1914 é chamado na Argentina de “idade de ouro do jornalismo”. Surgem dois grandes jornais-

empresas, com enorme influência nos acontecimentos políticos e sobre a população argentina: *La Prensa e La Nación*.

*La Prensa*, criado em 18 de outubro de 1869, inicialmente circulou à tarde. Foi fundado por Jose Camilo Paz, um rico estancieiro, político e diplomata argentino. Foi o mais importante jornal da Argentina até meados do século XX. “Verdad, honradez; he aqui nuestro punto de partida. Libertad, progreso, civilización; he aqui el fin único que perseguimos”, dizia o primeiro exemplar do jornal. Além da influência política, o jornal inovou do ponto de vista técnico. Uma conferência realizada em Paris em 1927 destacava a vultosa estrutura do periódico:

Más de 1.000 personas están constantemente empleadas en las oficinas de redacción, administración y talleres. La impresión del diario se hace en cinco rotativas, três dobles séxtuples y dos dobles óctuples, pudiendo imprimir cada una 24.000 ejemplares de 24 páginas por hora. En ningún país sudamericano funcionan máquinas de tal capacidad. (FERNANDEZ, 1943, p. 115)

O pesquisador Enrique Mayoche, no artigo “El periodismo argentino del Centenario 1901- 1916”<sup>23</sup>, resalta que o jornal começou com pouca projeção, mas foi, aos poucos, tomando um lugar de destaque.

Fundado el 18 de octubre de 1868 como vespertino por José Camilo Paz, de 27 años de edad, e impreso en un modesto taller sito en la calle Moreno casi esquina Bolívar, mereció de otro diario porteño este lapidario saludo: ‘...periodiquín y diarejo sin importancia ni mérito’. Así parecía serlo porque no pasaban de una hoja sus 3.000 ejemplares iniciales. (...) casi treinta años corridos, en 1898, La Prensa inauguraba a la vez su imponente edificio en la todavía flamante Avenida de Mayo y una poderosa impresora rotativa. Con ésta, el diario de Paz imprimiría en 1901 y por jornada 125.000 ejemplares, que llegaban hasta los Estados Unidos, donde se lo consideraba, como seguiría siendo así por mucho tiempo, el más importante diario argentino (MAYOCHI, online)

Afirmando em seu primeiro exemplar que seu credo consistia “na independência, no respeito ao homem privado, no ataque razoável ao homem público e não à personalidade individual”, *La Prensa* tinha claramente um alinhamento liberal conservador. “Al igual que las siguientes décadas, se destacaba por ser un diario de lenguaje recio, afirmaciones rotundas, cerrada defensa del liberalismo económico y oposición a las reivindicaciones sociales” (MAYOCHI, online).

Em 4 de janeiro de 1870 apareceu em Buenos Aires, com 1000 exemplares, a primeira edição de *La Nación*, jornal fundado por Bartolomé Mitre, dois anos depois de ter terminado

<sup>23</sup> Publicado na Biblioteca Digital do Centro Educativo de las Fuerzas Armadas. Disponível em:< <http://bibliotecaceffaa.edu.ar/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=14390>> Acesso em: 21 out. 2018.

seu mandato presidencial. Mitre lançou o jornal com um capital equivalente a 800.000 pesos da época, levantado com a ajuda de amigos. Segundo o pesquisador Diogo de Ângelo de Araujo Roriz, na dissertação “Os radicais no poder: O jornal *La Nación* e o segundo governo de Hipólito Yrigoyen (1928-1930)”<sup>24</sup>, o surgimento do diário se deu em meio a um cenário convidativo à cultura letrada portenha: “Estima-se que em 1870, segundo o Censo Nacional daquele ano, a população argentina fosse de aproximadamente 1.877.000 habitantes, e destes, somente em Buenos Aires, cerca de 60 mil pessoas, quase um terço da população portenha deste período, sabia ler e escrever” (RORIZ, 2017, p. 69).

De acordo com o historiador argentino Juan Romulo Fernandez (1943), desde o início o diário apresentou-se como um posto de combate, uma “tribuna doutrinária”. Era essencialmente político, debruçando-se sobre as grandes questões nacionais, sob a ótica das classes mais altas. Roriz avaliza essa característica do impresso, que carregava o pensamento de Mitre:

Bartolomé Mitre buscou fazer de seu jornal o reflexo do futuro que ele próprio anseava à Argentina: um jornal elegante e ao mesmo tempo com posições políticas claras, ideologicamente baseado segundo as premissas liberais-democráticas de seu tempo, balizadoras do estado de direito e da defesa inquestionável das liberdades individuais e de um Estado garantidor do bem-estar do cidadão argentino. Não obstante, o jornal também seria o reflexo das próprias ideologias pessoais de Mitre, bem como o seu porta-voz para a sociedade argentina. O passado político de Mitre, já delineado ao longo do primeiro capítulo deste trabalho, denunciava as posições por ele assumidas no *La Nación*. Ele próprio fora um homem de posições políticas e ideológicas bastante claras e audazes, chegando mesmo a defendê-las com o punho de sua espada, não obstante a sua preferência pela pena da caneta. Fora um jovem intelectual engajado em torno da causa unitarista, que buscou centralizar o poder de facto nas mãos da cidade de Buenos Aires. Também foi um audaz militar, tendo liderado as tropas portenhas ante as forças federalistas de Urquiza nos anos de entrelaço com a Confederação Argentina. Por fim, reunira todos esses talentos e virtudes pessoais à frente da presidência da república, logo após a unificação em 1862 e a vitória dos interesses portenhos, por ele tão alentados e defendidos. (RORIZ, 2017, p. 69).

Quando já estava firmado como órgão de discussões políticas, o jornal preocupou-se em se tornar um grande empreendimento jornalístico, empresarialmente falando. No seu 50º aniversário, publicou um editorial que dizia:

Sólo después de haber sido un gran diário há empezado *La Nación* a ser una gran empresa. Hoy lo es, y su desarrollo puede ser comparado al de las más grandes iniciativas periodísticas de Europa Y América. Los 1000 ejemplares de la tirada inicial han llegado en ocasiones a 160.000 (apud FERNANDEZ, 1943, p. 120).

<sup>24</sup> Dissertação defendida em 7 de fevereiro de 2017 no Programa de Pós-graduação em História, da Universidade de Brasília. Disponível em: < <https://repositorio.unb.br/handle/10482/23346> > Acesso em: 12 dez. 2020.

Enrique Mayoche ressaltava o grande crescimento do impresso ao longo dos anos. A redação e o parque gráfico que estavam alocados em uma casa de família passaram a ocupar um edifício. Segundo o pesquisador, o jornal começou bastante alinhado ao pensamento e aos ideais mitristas, mas, com a chegada de Jorge Adolfo Mitre (neto do ex-presidente) à direção do impresso, a linha editorial declarou-se apartidária, e o caráter empresarial foi mais acentuado.

La Nación fue el diario orientador de los mitristas, cuyo número era todavía importante en la provincia de Buenos Aires y en Corrientes. Así lo sería hasta 1909, en que, tras la muerte de Emilio Mitre, se declaró independiente de todo partido político. La empresa editorial, ya constituida en sociedad anónima de familia, pasó a ser dirigida por Jorge Adolfo Mitre, nieto del fundador y gran renovador de las formas periodísticas vigentes hasta entonces en el país (MAYOCHI, online).

A verdade é que mesmo depois de Jorge Adolfo Mitre o diário permaneceu com posicionamento político forte, apresentando uma linha conservadora atrelada aos interesses das elites e contra as conquistas da classe trabalhadora.

Em 1877, o jornal investiu na cobertura do exterior, passando a contar com o conteúdo da *Agencia Havas* (agência de notícias) e com correspondentes internacionais. O primeiro correspondente do *La Nación* na Europa foi o político espanhol Emilio Castelar. Na América, o impresso contava com correspondentes como Rubén Darío, no Chile, e José Martí, nos Estados Unidos. As inovações tecnológicas também ajudaram a dar prestígio ao jornal. Em 1901, o impresso adquiriu linotipos, acelerando seu processo de produção. Também teve grande impulso no campo intelectual. Em 1906, *La Nación* contava com articulistas como Miguel de Unamuno, Emilia Pardo Bazán, Edmundo de Amicis e León Tolstói. Até hoje é um dos principais diários argentinos, representante dos interesses dos segmentos sociais conservadores do país.

Paralelamente ao surgimento de veículos da grande imprensa, com estrutura e visão empresariais, vale destacar desde o final do século XIX, nos dois países, o aparecimento do jornalismo contra-hegemônico, como forma de resistência de diferentes grupos ao sistema capitalista e seu ideário, abraçados por esses grandes impressos. “O surgimento da imprensa negra, do periodismo operário e, também, em menor grau, dos meios de divulgação do modernismo espelham esse aumento da complexidade social”, destacam os pesquisadores Richard Romancini e Cláudia Lago (2007, p. 87). Como essa tese tem como foco exatamente o jornalismo contra-hegemônico, dedicamos todo o Capítulo 4 ao assunto, resgatando a história das iniciativas de comunicação alternativa no Brasil e na Argentina.

Em 1916 um acontecimento importante mudou a política argentina. A elite oligárquica que defendia a grande propriedade de terra e a criação de gado, perpetuando-se no poder, através da definição prévia de quem seriam os nomes de candidatos à Presidência, em articulação com o Partido Autonomista Nacional (PAN – criado no governo de Avellaneda), e fazendo uso de fraudes e do poder dos “caudillos de bairro”, foi derrubada com a vitória de Hipólito Yrigoyen, da União Cívica Radical (UCR), que surgiu em 1891, como uma dissidência no interior da União Cívica (frente política criada dois anos antes para unir os opositores de Miguel Juárez Celman, que tinha concorrido à Presidência pelo PAN).

O governo de Yrigoyen inaugurou uma nova relação entre o Estado e o Sindicato, intervindo nas greves dos trabalhadores para beneficiá-los. “O governo não impediu os piquetes e nem introduziu fura-greves, fato corriqueiro até então” (BEIRED, 1996, p. 49). Vale destacar que quando os grevistas se posicionavam contra os interesses fundamentais do governo Yrigoyen eles eram reprimidos, como ocorreu com as paralisações ferroviárias de 1917 e 1918, que ameaçavam os objetivos do sistema agroexportador. Em 1919 houve uma intensa repressão policial a uma greve dos trabalhadores da indústria Talleres Metalúrgicos Vasena, que resultou em mais de 800 mortos e 4 mil feridos. (BEIRED, 1996). Ainda assim, a classe trabalhadora, por intermédio da relação próxima do governo com os sindicatos, teve um período profícuo nesse período. Conforme mostraremos no Capítulo 4, o movimento operário argentino da época foi o mais organizado e mobilizado da América Latina. Portanto, ter o operariado como aliado era uma estratégia importante. Beired aponta traços de populismo no governo Yrigoyen.

Yrigoyen via no radicalismo muito mais um movimento aglutinador de diversos interesses sociais que um partido. Definia o radicalismo como síntese da nação argentina. Em 1916, numa mensagem presidencial no Congresso, afirmou que a UCR não estava com ninguém nem contra ninguém, mas sim com todos e para o bem de todos. Esse viés populista foi reforçado pelo papel carismático e centralizador desempenhado por Yrigoyen. (BEIRED, 1996, p. 50).

Apesar do caráter populista e de não ferir os fundamentos do sistema agroexportador, é fato que Yrigoyen promoveu a distribuição da riqueza entre os setores médios e populares argentinos e posicionou-se a favor da classe trabalhadora em diversos momentos, o que incomodava os setores da elite.

Em 1928, foi reeleito, depois do governo do também radical Marcelo de Alvear, mas não foi bem sucedido nesta segunda gestão. Seu programa distributivo foi afetado pelos efeitos da crise da Bolsa de Nova Iorque (em 1929), que deprimiu o preço das exportações. Em 6 de setembro de 1930, foi deposto por um golpe militar encabeçado pelo tenente general José Félix Uriburu.

Por seu enfrentamento à elite que sempre dominou Buenos Aires e sua política distributiva, suas gestões enfrentaram críticas dos jornais alinhados às oligarquias. Desde o início de seu primeiro governo Yrigoyen sofreu a oposição do *La Prensa*, que apoiava o PAN. Em 13 de agosto de 1916, o jornal publicou um amplo editorial contra o novo governo e em defesa do conservadorismo:

En nuestro país no hubo jamás –no los habrá nunca- enconos, luchas y odios de religión o de política, porque esos son atributos de las sociedades incultas o de evolución incompleta; y estas conquistas morales son timbres que blasonan la civilización argentina. ¿Renunciaremos a ellos? ¿Consentiremos que esta plácida situación social se convierta en mar proceloso, donde reinen la anarquía, las persecuciones y las funestas consecuencias de las agitaciones irreductibles de cualquier fanatismo? ¡No! Somos, queremos ser, una sociedad orgánica, tradicional y definitivamente conservadora de sus conquistas institucionales, económicas y sociales. He ahí la sociedad entonces que gobernará el Partido Radical desde el 12 de octubre. He ahí el gran programa conservador que le impone la República, bajo el apercibimiento solemne de que de no observarlo, fracasará y será batido y desalojado del poder. (LA PRENSA, 1916 apud BASCHETTI, 2000, online)<sup>25</sup>.

O artigo “Los medios en vísperas del golpe a Hipólito Yrigoyen”, publicado no portal *El Historiador*, destaca uma série de textos do jornal que, dias antes do golpe militar de 1930, “negaban categóricamente cualquier movimiento subversivo y se reprochaban enérgicamente todas las medidas tomadas para la defensa del gobierno” (EL HISTORIADOR, online)<sup>26</sup>.

*La Nación* igualmente fez críticas duras a Yrigoyen. O jornal assumiu que teve essa linha editorial em um artigo escrito em 2019 pelo colunista José Claudio Escribano<sup>27</sup>: “Lo que fue la apertura de un período excepcional de LA NACION coincidió con el ascenso al poder de Hipólito Yrigoyen, el caudillo radical cuya orientación política el diario juzgaría con manifiesta severidad en sus dos gobiernos.”

Em sua dissertação, Roriz (2017) demonstra a ferrenha oposição feita pelo jornal a Yrigoyen. Ele também destaca como outros veículos da imprensa, dentre eles o *La Prensa*, foram usados pelos nacionalistas ou a favor deles, num movimento antiyrigoyenista.

Por meio de inúmeros jornais e revistas publicados nos anos 1920, dos quais se destacavam a revista *Criterio* e os jornais *La Nueva Republica*, dos irmãos

<sup>25</sup> Texto de Roberto Baschetti, professor de Jornalismo na Facultad de Periodismo y Comunicación Social, na Universidad Nacional de La Plata. Disponível em: <<http://www.robortobaschetti.com/pdf/EL%20DIARIO%20LA%20PRENSA.pdf>> Acesso em: 22 dez. 2020.

<sup>26</sup> Disponível em: <<https://www.elhistoriador.com.ar/los-medios-en-visperas-del-golpe-a-hipolito-yrigoyen/>> Acesso em: 22 dez. 2020.

<sup>27</sup> Intitulado “Luces y sombras de un gran diario”, o artigo aborda a linha editorial do diário *La Nación* em diferentes governos argentinos. Foi publicado em 8 de dezembro de 2019. Disponível em: <<https://www.lanacion.com.ar/sociedad/luces-y-sombras-en-un-gran-diario-nid2313104>> Acesso em: 22 dez. 2020.



Irazusta e o La Fronda, os autores nacionalistas fizeram um longo e ininterrupto expediente de oposição aos regimes da UCR, em especial ao primeiro governo de Yrigoyen. Eis uma das principais linhas presentes no pensamento nacionalista: o antiyrigoyenismo e o antiradicalismo. Não obstante a existência de meios de imprensa próprios, os nacionalistas também escreveram nos jornais La Nación e La Prensa, quer nas suas páginas de opinião, quer nos respectivos cadernos de cultura. É o caso de Leopoldo Lugones, Ricardo Rojas e Manuel Gálvez, que em inúmeras vezes publicaram artigos em ambos jornais, algumas vezes tecendo leves e quase insondáveis críticas a esses próprios diários. O jornal La Nación, principalmente, conforme percebido na análise de suas edições diárias entre 1928 e 1930, abria espaço para diversas publicações destes e de outros autores identificados com a ideologia nacionalista, e quase sempre apresentando virulentas críticas, nesse momento, ao retorno de Yrigoyen ao poder, o que não significa um atrelamento do jornal ao nacionalismo, porém, um atrelamento de objetivos em comuns com esses grupos. Estes jornais identificavam na figura de Hipólito Yrigoyen a ascensão de uma espécie de caudilhismo social profundamente avesso à harmonia de classes até então vigente na sociedade argentina. Yrigoyen encarnava a imagem do típico líder forte e carismático capaz de engendrar as massas em torno de um argumento em comum, e neste caso, um argumento visivelmente contrário às elites políticas tradicionais, o que é claramente observado em seus anos de ativismo anti-autonomismo. (RORIZ, 2017, p. 50-51).

Em seu discurso de posse, proferido em 6 de setembro de 1930, o ditador Urriburu agradecia a “a la prensa seria del país el servicio que ha prestado al mantener latente por una propaganda patriótica el espíritu cívico y provocar la reacción popular contra los desmanes de sus gobernantes”.

Voltando ao cenário brasileiro e à imprensa nas primeiras décadas do século XX no país, cabe destacar a chegada de Getúlio Dorneles Vargas à Presidência, com a chamada “Revolução de 1930”, e um período de repressão e forte controle do jornalismo. Até 1929, no campo político, revezavam-se na Presidência, conforme o acordo da chamada “política café com leite” (que marcou a República Velha), políticos mineiros e paulistas. Naquele ano, contrariando esse acordo, o presidente paulista Washington Luís indicou como seu sucessor o também paulista Júlio Prestes, o que gerou insatisfação entre as oligarquias dos dois estados. Observando as rusgas entre Minas e São Paulo, políticos dos estados do Rio Grande do Sul, Pernambuco, Paraíba e Rio de Janeiro criaram a Aliança Liberal (AL), uma frente para propor candidatos à Presidência que fossem uma alternativa aos mineiros e paulistas. Assim, nas eleições de 1930, Getúlio Vargas, então presidente do estado do Rio Grande do Sul (à época os governadores eram chamados de presidentes), foi lançado como candidato à Presidência, e João Pessoa, presidente do estado da Paraíba, para a Vice-presidência. Apesar da grande popularidade da AL, Vargas e João Pessoa perderam a eleição para Júlio Prestes que contou com todo uso que Washington Luís fez da máquina pública, para alavancar votos em seu favor, além do apoio de 17 presidentes de outros estados; afora fraudes, coerções e compras de voto. Revoltados,

Getúlio e outros membros da AL resolveram partir para a tomada do poder via golpe de Estado. Conseguiram a adesão de tenentes, que já tinham mostrado sua capacidade de atuação política em outros momentos da República Velha. No livro “Brasil: uma biografia”, as historiadoras Lilia Schwarcz e Heloisa Starling (2015, p. 356) falam a respeito desse apoio:

A alternativa de enveredar por uma solução armada não era fanfarronada dos jovens líderes civis – ela contava com a firme adesão dos tenentes. O grupo de oficiais subalternos, remanescentes das intervenções militares dos anos 1920, estava ferido nos seus bríos, buscava o poder que não conseguiria desde a Proclamação da República e não se sentia disposto a deixar esse poder escapar sem luta. Os tenentes possuíam experiência militar, eram idealistas, politicamente inquietos, gozavam da admiração da tropa e de simpatia entre os setores médios da população e a massa de trabalhadores urbanos.

A AL também contava com a mobilização de algumas figuras políticas civis com grande influência no país, dentre elas Juarez Távora, Siqueira Campos, Eduardo Gomes, João Alberto e Juracy Magalhães. Em 26 de julho de 1930, João Pessoa foi assassinado em Recife por um adversário político. Embora o crime tenha sido motivado mais por questões pessoais<sup>28</sup>, a AL encontrou ali o estopim que faltava para gerar uma pressão política e tomar o poder. Atos militares passaram a ocorrer em diferentes lugares do Brasil e em 24 de outubro Washington Luís foi deposto. Como sabia que a convocação de uma eleição poderia fazer algum paulista ou mineiro chegar ao poder (já que as esferas estaduais permaneciam com as mesmas estruturas políticas), Vargas assumiu a Presidência, com seu chamado “governo provisório”, que tinha como objetivo desintegrar a estrutura da política café com leite. Para isso, centralizou o poder em suas mãos, controlando todas as decisões nos âmbitos político, econômico, administrativo e legislativo e esvaziando os poderes das oligarquias regionais.

Tem início, então, um período de 15 anos de Vargas no poder (com diferentes fases), marcado por profundas transformações no Brasil, que começou a deixar de ter um modelo econômico unicamente agrário-exportador para investir também na industrialização. O trabalhador urbano passou a ser personagem importante no discurso político, fato que é refletido na criação do Ministério do Trabalho, em 1931. É importante ressaltar ainda a criação da Lei da Sindicalização, que por um lado instituiu a unicidade sindical para cada categoria profissional (e propiciou a regulamentação da jornada de oito horas de trabalho, a licença para trabalhadoras grávidas, a criação da carteira profissional e a proteção ao trabalho feminino e de menores), mas, por outro, buscava afastar as influências dos movimentos anarquistas e comunistas sobre a classe operária. “A partir de 1930, durante o período getulista, a classe

---

<sup>28</sup>Dantas acusou Pessoa de ter arquitetado a invasão de seu escritório para pegar cartas íntimas, que acabaram sendo tornadas públicas pela Paraíba.

trabalhadora ganhava direitos, mas perdia autonomia de reivindicação e liberdade política, assim, desarticularam-se os sindicatos autônomos, e os comunistas foram perseguidos.” (ROMANCINI; LAGO, 2007, p. 92).

Não cabe a esta pesquisa retratar todas as fases do governo getulista, mas é importante ressaltar que a imprensa, que inicialmente apoiou a “Revolução de 30”, logo começou a ter um posicionamento crítico em relação ao governo, ao perceber seu caráter centralizador.

A esmagadora maioria da imprensa nesse período, principalmente a da capital da República, era contrária a Vargas. Os "tenentes", tendo à frente João Alberto, contribuíram com recursos financeiros para a criação de alguns jornais de apoio ao governo, entre eles O Radical, fundado em junho de 1932. Mas foi durante o Estado Novo que Vargas aprofundou ao mesmo tempo seu controle e suas incompatibilidades com a imprensa. (FGV CPDOC, online<sup>29</sup>).

Isso, porque nesse período Vargas acirra o controle e a repressão, com um governo claramente ditatorial. A Constituição de 1937 aboliu a liberdade de expressão e submeteu à censura todos os meios de comunicação. Em 1939 foi criado o DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda).

O DIP possuía os setores de divulgação, radiodifusão, teatro, cinema, turismo e imprensa. Cabia-lhe coordenar, orientar e centralizar a propaganda interna e externa, fazer censura ao teatro, cinema e funções esportivas e recreativas, organizar manifestações cívicas, festas patrióticas, exposições, concertos, conferências, e dirigir o programa de radiodifusão oficial do governo. Vários estados possuíam órgãos filiados ao DIP, os chamados "Deips". Essa estrutura altamente centralizada permitia ao governo exercer o controle da informação, assegurando-lhe o domínio da vida cultural do país. Na imprensa, a uniformização das notícias era garantida pela Agência Nacional. O DIP as distribuía gratuitamente ou como matéria subvencionada, dificultando assim o trabalho das empresas particulares. Contando com uma equipe numerosa e altamente qualificada, a Agência Nacional praticamente monopolizava o noticiário. (FGV CPDOC, online).

Em 1940 a redação do jornal *O Estado de S.Paulo* foi tomada por soldados, com a acusação de que ali existia uma conspiração armada contra o governo. Francisco Mesquita, dono do impresso, foi preso e levado para o Rio de Janeiro. Mesmo sendo solto posteriormente, ficou impedido de reassumir suas funções no periódico, que passou a ser administrado pelo jornalista Abner Mourão, indicado pela ditadura Vargas.

Em 1945 a imprensa começou a articular uma série de peças que vão contribuir com a queda de Vargas. Em 8 de fevereiro, Virgílio de Melo Franco, um dos líderes da “Revolução de 1930”, concedeu uma entrevista ao *O Globo* reivindicando liberdade de fato para as eleições

---

<sup>29</sup> Dossiê sobre a imprensa no Estado Novo do CPDOC da FVG. Disponível em:< <https://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/AEraVargas1/anos37-45/EducacaoCulturaPropaganda/Imprensa>>. Acesso em: 22 dez. 2020.

que aconteceriam no final de ano. As eleições foram convocadas como resultado de um período de distensão do governo. Nesse ano também foram criados os seguintes partidos políticos: UDN (União Democrática Nacional), que reuniu políticos de oposição ao Estado Novo; e o PSD (Partido Social Democrático) e o PTB (Partido Trabalhista Brasileiro), que tinham inspiração getulista, o primeiro reunindo a burguesia e setores da elite e o último a burocracia sindical. O PCB, já na legalidade, aproximou-se de Getúlio, após o estabelecimento de relações diplomáticas com a União Soviética. “O movimento explica-se devido à política internacional dos partidos comunistas na época, de apoio a regimes antifascistas, mesmo que ditatoriais, e também pela concordância dos comunistas com medidas econômicas do governo” (ROMANCINI; LAGO, 2007, p. 103).

Virgílio articulou um acordo para que os jornais do Rio estampassem, no mesmo dia, uma notícia que tivesse sido vetada pela censura do DIP (FGV CPDOC, online). Em 22 de fevereiro, o *Correio da Manhã* publicou uma entrevista feita por Carlos Lacerda, então um jovem repórter, com José Américo de Almeida, ex-ministro de Getúlio Vargas. José Américo criticava o Estado Novo e dizia que a oposição já tinha um candidato para substituir Vargas. Imediatamente o jornal *O Globo* chancelou esse candidato: o brigadeiro Eduardo Gomes, ex-tenente envolvido no episódio dos Dezoito do Forte<sup>30</sup>. (ROMANCINI; LAGO, 2007, p. 101).

Esses movimentos midiáticos aliados a outros fatores (como a irritação das elites com o movimento “queremista”, que pedia a instalação de uma Constituinte com Getúlio no poder) pressionaram Vargas a renunciar, no final de outubro. Logo após as eleições de 1945, com a eleição do marechal Eurico Gaspar Dutra, pela coligação PSD-PTB (apoiada por Vargas), um ciclo democrático é retomado no país. O jornal *O Estado de S.Paulo* é devolvido a seu dono. Mas em pouco tempo Vargas articulava a sua volta ao poder. Ele saía fortalecido, sendo eleito senador por dois estados (Rio Grande do Sul e São Paulo) e deputado federal por nove (a legislação da época permitia essa situação). Em 1950, venceu as eleições, com a oposição da maioria da imprensa, à exceção dos *Diários Associados*, de Chateaubriand, que mantinha uma posição dúbia. (ROMANCINI; LAGO, 2007).

Afora a censura e a repressão, a grande imprensa, em geral, não concordava com a política econômica de Vargas, em especial com a posição nacionalista e protecionista, com

---

<sup>30</sup> Também conhecido como “Revolta do Forte de Copacabana”, o motim, considerado como a primeira revolta do movimento tenentista, foi iniciado em 5 de julho de 1922 e terminou no dia seguinte, no Rio de Janeiro, no contexto da República Velha. A revolta foi concluída com uma marcha feita por 17 militares e um civil que reivindicavam o fim das oligarquias do poder.

restrições ao capital estrangeiro adotadas pelo governo. Em setores estratégicos da economia, como na exploração do petróleo nacional e a produção de energia elétrica, Vargas criou empresas estatais (como a Petrobras e a Eletrobras). Tal postura, somada aos benefícios aos trabalhadores, irritava os setores elitistas do país, que tinham como maior símbolo o jornalista e político Carlos Lacerda, dono do jornal *Tribuna de Imprensa*. *Tribuna da Imprensa* “estará fortemente ligado à crise do governo que desembocará no suicídio do presidente” (ROMANCINI; LAGO, 2007, p. 106).

Sem ter onde divulgar seus feitos, Vargas estimulou a criação do jornal *Última Hora*, por Samuel Wainer, em 12 de junho de 1951.

É certo que *Última Hora* nascera de uma conjunção de interesses: Wainer queria possuir um jornal e Getúlio precisava de um veículo que o defendesse, daí os empréstimos liberados por órgãos oficiais praticamente sem garantias. Entretanto, isso era comum na época – a maioria dos grandes jornais devia ao governo -, por um lado. Por outro, Wainer era um jornalista muito competente, havia antes dirigido revistas como a esquerdista *Diretrizes* (criada em 1938) e trabalhado em jornais como *O Globo* e *O Jornal*, de Chateaubriand, e soube fazer um diário atrativo. (ROMANCINI; LAGO, 2007, p. 106).

O *Última Hora* acabou conquistando os leitores por trazer diversas inovações à imprensa da época, tanto do ponto de vista gráfico como no aspecto do conteúdo. Contava com uma diagramação arejada, grande exploração de fotos, manchetes bem demarcadas, reportagens ligadas ao cotidiano da população (com enfoque nas causas dos trabalhadores, seguindo a linha varguista) e ênfase no colunismo, trazendo nomes prestigiados como Sérgio Porto e Nelson Rodrigues. Em três meses o jornal passou de uma vendagem inicial de 4 mil exemplares a 18 mil. No mesmo ano chegou à tiragem de 100 mil exemplares às segundas-feiras. (ROMANCINI; LAGO, 2007).

Do governo getulino vale também salientar o fortalecimento e profissionalização do veículo rádio, usado como instrumento para propaganda política (como visto na Revolução Constitucionalista de 1932<sup>31</sup>). Segundo Romancini e Lago (2007, p. 96), ainda é possível observar nesse período:

(...) o caráter mais informativo que doutrinário do jornal e a feição administrativa empresarial. Esta última característica explica o surgimento de grandes corporações (que lidam agora também com o rádio e, depois, com a TV), bem como a concentração da imprensa, com o desaparecimento de muitos veículos. A

---

<sup>31</sup> Revolta engendrada pelas elites paulistas contra o governo de Getúlio Vargas, para a reconquista do comando político que havia sido perdido com a “Revolução de 1930”. Os revoltosos pediam a convocação de eleições e a promulgação de uma Constituição. O dia da Revolução Constitucionalista é celebrado em 9 de julho. Tanto os paulistas como Getúlio usaram do veículo rádio para propagar suas ideias e angariar apoiadores.

empresa jornalística passará a ter, como nota Sodré (1999, 389), “dimensões e complexidades tais que o capital para mont -la está ao alcance de poucos”.

### 1.5 A forma o dos dois maiores grupos de comunica o na Argentina e no Brasil

Em 28 de agosto de 1945, Roberto Jorge Noble, ex-deputado do Partido Socialista Independiente e ex-ministro do governo conservador de Manuel Fresco, que comandava a província de Buenos Aires, criou o jornal *Clarín*, um dos primeiros impressos argentinos em formato tabloide. O diário começou com 60 mil exemplares e duas décadas mais tarde já era o jornal com maior circula o na capital argentina.

O jornalista e sociólogo argentino Martín Sivak, que se debruçou por muito tempo sobre a história desse impresso, tendo lançado livros<sup>32</sup> que retratam suas diferentes fases, mostra, na obra “Clarín, el gran diario argentino” (de 2013), como de um jornal modesto e frágil o *Clarín* se converteu em um dos maiores grupos de comunica o da Argentina e da América Latina.

Sivak aponta que a funda o do diário já começou envolta de obscuridade. Noble afirmava que os fundos para a compra do jornal vieram da venda de uma fazenda que ele possuía. No entanto, Sivak comprova que a transa o de venda foi finalizada depois do lançamento do jornal e a soma necessária para lançá-lo era muito maior que aquela declarada por Noble. Para o autor, o político recebeu dinheiro de fontes empresariais nunca reveladas e grande parte do papel utilizado para o lançamento do periódico teria vindo do diário nacionalista *Cabildo*, que teria liga es com a Alemanha nazista.

Em seu editorial de lançamento de 28 de agosto de 1945, o *Clarín* procurava se diferenciar dos demais jornais da imprensa argentina declarando fazer um jornalismo com liberdade política e de tendência informativa, portanto, menos tendencioso. No entanto, sempre foi, na verdade, pragmático, posicionando-se estrategicamente com rela o aos governos, conforme seus interesses e de acordo com o que precisava, diferentemente de impressos como *La Nación* e *La Prensa* que desde o início se posicionaram a favor do conservadorismo (SIVAK, 2013).

Em 1945 o *Clarín* fez campanha contra o general Juan Domingo Perón, o mais importante líder popular argentino. A partir do fim de 1946, quando Perón estava no poder, o impresso abraçou o peronismo, já que se encontrava com dificuldades financeiras e precisava da ajuda estatal. *La Nación* e *La Prensa* mantiveram o posicionamento contra o governo. S 

---

<sup>32</sup> Sivak é autor dos livros “Clarín, el gran diario argentino. Una historia”, de 2013, e “Cl rin – La era Magonetto”, de 2015.

para se ter uma ideia da linha clara dos demais grandes jornais da época, mesmo após a realização do comício presidencial que oficializava a vitória do peronismo, *La Prensa* evitou noticiar a conquista de Perón. Só divulgou o fato mais de um mês depois e de modo indireto, através da publicação de uma nota do jornal *The New York Times*. Quando se deu a posse, o jornal produziu um texto sobre a cerimônia sem mencionar Perón. (BASCHETTI, 2012, online).

Perón foi eleito presidente contra o candidato da União Democrática, que contava com uma frente conservadora formada pela UCR, o Partido Democrata Progressista, o Partido Socialista e o Partido Comunista. Ao seu lado estavam o movimento sindical, cujas lideranças organizaram o Partido Laborista, dissidentes da UCR, grupos nacionalistas, as Forças Armadas e a Igreja Católica. Depois de alguns meses as forças que o apoiaram lançaram o Partido Único da Revolução Nacional (para congregar todos peronistas), que foi transformado em 1947 no Partido Peronista. Posteriormente os setores do movimento sindical que apoiaram Perón sofreram uma derrota, em termos de autonomia com relação ao governo, com a dissolução do Partido Laborista. O movimento sindical e a Central Geral dos Trabalhadores (CGT) ficaram subordinados ao Partido Peronista (BEIRED, 1996).

Apesar do populismo, da cooptação de boa parte das forças sindicais e da linha muitas vezes ditatorial, com perseguição a opositores, o governo de Juan Domingo Perón, incluindo a figura mítica de Evita<sup>33</sup>, foi responsável por uma política de distribuição de renda, que aumentou o consumo da população; por diversos benefícios à classe operária e por uma guinada nacionalista, de defesa de setores estratégicos da economia e da infraestrutura. Todas essas questões incomodavam os empresários da imprensa argentina, que tinham sintonia com as elites do país. Nesse ponto vemos uma situação similar à de Getúlio Vargas no Brasil.

O *Clarín*, no entanto, procurou, nos primeiros tempos do governo peronista, encontrar pontos de acordo, defendendo suas medidas. Assim, conseguiu benefícios para obter cotas de papel, créditos bancários e publicidade. Segundo Sivak (2013), o jornal contou com a ajuda de Raúl Apold, funcionário do governo responsável pela comunicação e pelas relações com a imprensa.

---

<sup>33</sup> María Eva Duarte de Perón, conhecida como Evita foi a mais importante líder política mulher da Argentina. Tornou-se primeira-dama quando Perón foi eleito presidente. Foi uma figura importante nas conquistas obtidas pela classe trabalhadora e pelos mais pobres durante o governo Perón, por isso era amada pelas massas. Também colaborou substancialmente na conquista de direitos, como o voto feminino. Evita morreu em 26 de julho de 1952, vítima de um câncer de útero.

Noble almejava usar o jornal como plataforma para aumentar sua influência política, como uma “catapulta” para “sentarse a la mesa de los que definen el destino del país”. (SIVAK, 2013, p. 25). Sivak compara Noble ao polêmico empresário de mídia americano William Randolph Hearst, que teria sido a principal inspiração para criação do personagem do filme “Cidadão Kane” (o magnata da imprensa Charles Foster Kane), de Orson Welles. Hearst ficou conhecido por ser um empresário capaz de fazer de tudo (mesmo atos antiéticos) em prol de seus negócios.

Noble foi astuto para compreender rapidamente o mercado da imprensa e enxergar oportunidades para crescimento do seu negócio. Sivak (2013) cita, por exemplo, a maneira como o empresário se aproveitou da expropriação do diário *La Prensa*<sup>34</sup>, promovida pelo governo Perón. *La Prensa* era líder em vendas e em publicidade na América Latina e, ao passar para as mãos da CGT, o *Clarín* passou a ocupar o vácuo deixado pelo diário para anúncios.

No final do governo Perón, o *Clarín* voltou a se posicionar ferozmente contra o peronismo, ao lado de setores da burguesia, dos militares e da Igreja. Esta última buscava uma autonomia em relação ao governo.

Uma série de conflitos com a igreja iniciados em 1954 foram decisivos para a queda do regime peronista. O governo não admitia as pretensões da Igreja e das escolas católicas de constituir um movimento de opinião pública integrado por fiéis e estudantes, à margem da intervenção governamental. Centenas de padres e estudantes católicos foram presos, o ensino religioso nas escolas suprimido e o divórcio instituído. A CGT e seus sindicatos declararam guerra à Igreja. Os setores descontentes com o regime uniram-se à Igreja e pediram a queda de Perón. (BEIRED, 1996, p. 59).

O jornal adaptou-se rapidamente ao golpe de Estado de 1955 e à chamada “Revolução Libertadora”, que levou o general Eduardo Lonardi à Presidência (SIVAK, 2013). No governo de Arturo Frondizi (1958-1962) de novo o pragmatismo de Noble se fez presente. Sem declarar formalmente um apoio, o jornal procurou não confrontar o governo. Mais uma vez, segundo Sivak, teria conseguido muitas benesses do Estado.

Em 1969, Roberto Noble morreu e o *Clarín* passou a ser comandado por Ernestina Herrera de Noble, sua esposa, que deu prosseguimento na expansão da empresa jornalística. O impresso atingiu seu ritmo mais intenso de crescimento entre o final da década de 80 e o começo dos anos 90, quando passou a diversificar suas atividades, dentro de um contexto neoliberal e uma onda privatista e de desregulamentação, que permitiu aos empresários da mídia impressa

---

<sup>34</sup> Em 1951 *La Prensa* foi expropriado pelo governo Perón, passando para o controle da Confederação Geral do Trabalho (CGT), central sindical que era um dos esteios do peronismo.



adquirirem emissoras de rádio e TV. É o começo do quadro de oligopolização e concentração da mídia, que trataremos no próximo item deste Capítulo. A socióloga argentina Micaela Baldoni, que pesquisa o jornalismo argentino, comenta sobre esse contexto, em entrevista a esta pesquisa<sup>35</sup>:

Esa prensa que está representada en los años ‘80 por Clarín, La Nación, La Prensa, que era un diario que en ese momento tenía una tirada muy importante, con la vuelta de la democracia, va a pujar por la privatización. Por poder adquirir medios audiovisuales. Primero la radio, después canales de televisión, y eso estaba prohibido por ley. La ley, incluso la ley de 1980 que es la última ley que es una ley privatista, no permitía que quien era dueño de un diario pudiera acceder a un medio audiovisual. Hay una puja y un push privatista muy fuerte durante el gobierno de Alfonsín<sup>36</sup>. (...) Clarín es el gran impulsor de esta campaña privatista. (...) Con la década del ‘90, las crisis económicas, bueno, casi todos los candidatos a presidente tienen dentro de su campaña la idea de privatizar. Privatizar los canales. Cuando asume Menem<sup>37</sup> en el ‘90, lo primero que hace, su primera privatización es sobre los canales y anula este artículo que no permitía que los dueños de prensa adquieran medios audiovisuales. Ahí Clarín compra Canal 13, bueno, una serie de licitaciones (...) y se van conformando estos grupos - que el más grande es el Grupo Clarín (BALDONI, 2019).

Na página do *Clarín* na internet, há um texto institucional, chamado “Origen y Evolución”<sup>38</sup>, em que é destacada a aposta em investir nas mais variadas mídias:

Clarín fue protagonista de los cambios que vivieron los medios alrededor del mundo. Sumó nuevas y variadas actividades de impresión y decidió acompañar la evolución tecnológica, invirtiendo para llegar a sus públicos a través de nuevas plataformas y canales y a través de nuevos lenguajes, audiovisuales y digitales. Así, el Grupo ingresó al ámbito de la radio y la televisión. Hoy es titular de uno de los dos canales de televisión abierta líderes de la Argentina (ARTEAR/Canal Trece), y de estaciones de radio en AM y FM. (CLARÍN, online).

A transformação do jornal em um grupo de comunicação, com braços em diferentes áreas, se deu com a chegada do empresário Héctor Magnetto, até hoje uma das principais, senão a principal, figura do *Clarín* (é um dos acionistas do jornal e já foi seu presidente-executivo). “Com carta branca de Ernestina, ele adota uma gestão desenvolvimentista nos negócios e, em pouco tempo, a organização figura entre as 10 maiores empresas da Argentina e os três maiores grupos de mídia da América Latina - o segundo da América do Sul.” (SILVEIRA, 2009, p.41).

Na dissertação “Clarín: de coadjuvante a líder – a trajetória do jornal que se transformou no maior grupo multimídia da Argentina e segundo no mundo hispânico”, o professor da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Ricardo Helton Barreiro, destaca que não foi só pela boa gestão que Magnetto fez o *Clarín* crescer. O empresário manteve no jornal a prática

<sup>35</sup> Realizada presencialmente em Buenos Aires, em 3 de julho de 2019.

<sup>36</sup> Raúl Ricardo Alfonsín Foulkes foi presidente da Argentina de 10 de dezembro de 1983 a 8 de julho de 1989.

<sup>37</sup> Carlos Saúl Menem Akil foi presidente da Argentina entre 8 de julho de 1989 e 10 de dezembro de 1999.

<sup>38</sup> Disponível em: < <https://grupoclarin.com/institucional/origen-evolucion>> Acesso em: 09 jun. 2019.

de troca de favores com o poder político, com relações convenientes com diferentes governos (conforme destacado na fala anterior de Micaela).

Dessas relações vai emergir a faceta monopólica do grupo e sua futura feição multimídia através da incorporação da manufatura papeleira “Papel Prensa” e, no final dos anos 80, com a absorção da Rádio Mitre e do Canal 13, entre outras vantagens. É o início da fase Magnetto na história do jornal e do emergente *Grupo Clarín*. (BARRETO, 1969, p. 65 apud SILVEIRA, 2009, p. 5)

Apesar de manter as relações com os governos para o atendimento de seus interesses, Sivak observa que o jornal passou a fazer uso, a partir da década de 80, do discurso da “independência” como marketing. Isso para mostrar que fazia um jornalismo desatrelado do oficialismo, um jornalismo que seria “confiável”. Micaela Baldoni comenta esse ponto, destacando que na década de 90 a defesa de um “jornalismo independente” passa a ser encampada por diferentes atores no campo jornalístico:

(...) toman como slogan la idea de la independencia. (...) en la década del '90 hay un consenso sobre que la figura legítima del periodista es la de la independencia. Sobre todo, la independencia frente al Estado y los partidos. (...) Entonces tanto para esta prensa [hegemónica] como para la otra –una prensa que uno podría decir más comprometido (si bien no era militante en el sentido de ser partidaria) en los noventa confluyen en torno a este periodismo independiente. Y para las dos, la cuestión central es la fiscalización del poder. La idea de que el rol del periodismo está en esta lógica más de un periodismo de investigación, un periodismo watchdog, un periodismo que rebela las tramas ocultas de los negociados y la corrupción se instaura como problemática pública. En ese marco se instaura la idea del periodismo independiente, si lo pensás históricamente. (...) Pero sí, aparece un periodismo que se reivindica en esa retórica de la investigación y hay algunas figuras claves, te puedo nombrar la figura de Horacio Verbitsky que justamente vienen de espacios más comprometidos militantes y que sin embargo en los 90 asumen también esta idea –no digo un periodismo aséptico- pero un periodismo comprometido con la ciudadanía, y cuyo rol es controlar a los poderes estatales y que no puede tomar posicionamiento político. En ese sentido sí es un periodismo que se auto reivindica como objetivo. Ese consenso se rompe con la llegada del kirchnerismo. Se empieza a resquebrajar, hay signos que se van quebrando con la llegada del kirchnerismo. (BALDONI, 2019).

No Capítulo 3 (sobre as políticas de comunicação argentinas e brasileiras) falaremos mais sobre a relação controversa do *Clarín* com os governos de Néstor e Cristina Fernández de Kirchner e da discussão levantada na sociedade argentina sobre “jornalismo independente” e “jornalismo militante”, em função da aprovação em 2009 da Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual n° 26.522, popularmente conhecida como “Ley de medios”.

A *TV Globo*, fundada em 1965, por Roberto Marinho, filho do criador do jornal *O Globo* (Irineu Marinho), nasce como fruto da ilegalidade e da promiscuidade com a política. Até 1988, conforme aponta Venício Artur de Lima (2004), especialista na temática das relações da mídia com a política no Brasil e no tópico regulamentação da mídia, o presidente da República tinha

exclusividade na decisão sobre as concessões de serviços de radiodifusão e, na tradição brasileira, essa prerrogativa era usada como “moeda política” em troca de apoio aos que ocupavam o poder. Na década de 50, Roberto Marinho pediu a concessão de um canal TV, que foi conquistada e outorgada no governo do presidente Juscelino Kubitschek (1956 e 1961) através de um decreto de 30 de dezembro de 1957. No entanto, era preciso financiamento e infraestrutura para lançar a emissora. Graças a um acordo firmado em 1962 com o grupo americano *Time-Life*, Marinho conseguiu um montante de seis milhões de dólares, capital que superava o da *TV Tupi*, até então uma das maiores emissoras brasileiras. Foi assim que conseguiu fundar a *TV Globo* em 26 de abril de 1965, no Rio de Janeiro, com a maior estrutura da América Latina à época. A Constituição Federal do período (de 1946) proibia a participação de empresas de comunicação estrangeiras no Brasil, portanto, a emissora foi criada com base em uma ilegalidade, assentida pelo regime militar.

Essa emissora surgia na esteira de um rumoroso escândalo, objeto de investigação naquele mesmo ano [1965] por uma Comissão Parlamentar de Inquérito [CPI] na Câmara dos Deputados, pois seu funcionamento somente se tornara possível graças a um acordo de cooperação técnica e financeira com o grupo norte-americano *Time-Life*, o que constituía um flagrante desrespeito à legislação brasileira. O acordo Globo/*Time-Life* fora concretizado em 1962, sendo, portanto, anterior ao movimento militar que depusera o presidente João Goulart. Após 1964, não obstante os resultados da CPI que comprovaram sobejamente o envolvimento ilegal do grupo brasileiro com seu congênere norte-americano, o regime autoritário preferiu desconhecer não só o relatório final da CPI como também o parecer do Conselho Nacional de Telecomunicações. Depois de um tortuoso processo legal, o segundo presidente militar, general Artur da Costa e Silva, encerrou o caso em setembro de 1968. Na longa tramitação do processo estiveram envolvidos líderes empresariais, militares e tecnoburocratas, cujo comprometimento com o movimento de 1964 demonstra inequivocadamente a forte ligação entre as Organizações Globo e o “bloco histórico” que “conquistou” o Estado brasileiro naquele ano. (LIMA, 2004, p. 157).

No livro *O Quarto Poder - uma outra história*, o jornalista Paulo Henrique Amorim, falecido em 2019, mostra como o governo do ditador Artur da Costa e Silva (1967-1969) colaborou com a *Rede Globo* ao fazer as estatais comprarem da emissora cotas polpudas de publicidade. “O Roberto Marinho deu uma garantia das posses pessoais dele, sabendo que a *Globo* receberia uma publicidade a preço de tabela. A *Globo* vendeu esses espaços para as estatais e pôde comprar a parte do *Time-Life* e saiu no lucro”, destacou o jornalista, quando do lançamento do livro em 2015.

Tanto o grupo *Clarín* como o *Globo* tiveram vínculo estreito com a ditadura militar. No dia 5 de novembro de 2013 o governo argentino da presidenta Cristina Fernández de Kirchner divulgou documentos que revelaram que a junta militar que dirigiu o país entre 1976 e 1983 ajudou o *Clarín* e o *La Nación* a comprar parte da Papel Prensa, maior empresa de papel-jornal

do país a um valor bastante vantajoso. De barganhar por papel, durante o primeiro período peronista, o *Clarín* passou a controlar sua fabricação e comercialização (SIVAK, 2013). No livro “Cuentas pendientes. Los cómplices económicos de la dictadura”<sup>39</sup>, o jornalista Horacio Verbitsky e o advogado Juan Pablo Bohoslavsky (2013) também abordam o caso da Papel Prensa, mostrando como em contrapartida a essa ajuda os jornais aceitaram e justificaram as atrocidades cometidas pelos militares. Tal posicionamento é confirmado pela pesquisadora Micaela Iturralde, no artigo “Prensa y dictadura en Argentina: el diario Clarín ante las violaciones a los Derechos Humanos durante la última dictadura militar (1975-1983)”<sup>40</sup>. Micaela salienta o papel do *Clarín* na legitimação da última ditadura argentina:

(...) un papel fundamental en la construcción simbólica y representacional del gobierno conducido por las FFAA [Fuerzas Armadas] y le permitieron lograr, a través de una importante variedad de estrategias enunciativas, la hegemonía discursiva del relato producido y reproducido por él mismo. La etapa de legitimación corresponde a la primera presidencia de Videla (marzo de 1976-mayo de 1978) y estuvo caracterizada por la elaboración de un discurso compacto de aval a la intervención política de las FFAA y a su actuación en materia represiva. El diario reprodujo y participó activamente en la elaboración y puesta en circulación de los principales tópicos discursivos que hicieron al relato de la llamada “guerra contra la subversión”, los cuales lograron un gran arraigo y permeabilidad en la opinión pública de la época. (ITURRALDE, 2014).

A pesquisadora lembra que, posteriormente, à medida que se aceleravam as graves violações aos Direitos Humanos e as falhas do regime em diferentes campos, como na economia, começavam a ficar mais evidentes, o *Clarín* começa a mudar seu posicionamento.

No caso em especial do *La Prensa*, o apoio à última ditadura argentina foi ainda mais evidente. O jornal converteu-se em verdadeiro “representante das Forças Armadas”, publicando textos que defendiam suas ações e medidas. (BASCHETTI, 2012, online).

O grupo *Globo* também seguiu a linha de apoio à ditadura, amplificando as ações e exaltando as políticas dos militares e ignorando a repressão e os assassinatos que aconteciam no Brasil. Lima (2004, p. 157) fala em um “comprometimento recíproco” entre o regime e a empresa. Esse apoio foi iniciado com Costa e Silva e consolidado nos períodos da presidência dos generais Emílio Garrastazu Médici (1969-1974) e Ernesto Beckmann Geisel (1974-1979).

<sup>39</sup> Lançado em 2013 na Feira do Livro de Buenos Aires pela editora Siglo Veintiuno.

<sup>40</sup> Publicado na revista Projeto História, do Programa de Estudos Pós-Graduados de História, da Pontifícia Universidade de São Paulo (PUC/SP), em agosto de 2014. Disponível em: < <https://revistas.pucsp.br/revph/article/view/24043> > Acesso em: 18 maio 2020.

Os militares viam na TV um meio extremamente estratégico para atingir o seu objetivo de integração nacional, tanto econômica como política. Era fundamental ter o povo unido em torno das metas e do ideário do regime.

Do ponto de vista econômico, foi indispensável o papel da Rede Globo na integração de um país com dimensões continentais, via integração de seu mercado consumidor. Do ponto de vista político, a programação da Rede Globo foi indispensável como portadora de uma mensagem nacional de otimismo desenvolvimentista, fundamental para dar sustentação e legitimação à hegemonia do autoritarismo (LIMA, 2004, p. 158).

Uma declaração feita em janeiro de 1972, às vésperas da implantação da TV em cores no Brasil, por Higino Corsetti, então ministro das Comunicações, explicita bem como o regime enxergava a TV:

No caso brasileiro, a TV não é só o veículo em ação, com sua potência comunicativa. Precisamos não esquecer que hoje, para nós, a TV é também um fator de desenvolvimento, um precioso instrumento de integração social e econômica. (...) É preciso conciliar os interesses das emissoras com o que deve ser feito em termos de interesse nacional e do telespectador. (CORSETTI, 1972 apud LIMA, 2004, p. 162).

Dois anos depois, conforme pontua Lima, Higino admitia, em outra declaração, que a *Globo* era a única emissora que cumpria, até então, as expectativas do governo militar.

Vale lembrar da célebre frase dita pelo general-presidente Emílio Garrastazu Médici (apud LIMA, 2004, p. 150) em 22 de março de 1973, em entrevista sobre o *Jornal Nacional*, da emissora: “Sinto-me feliz todas as noites quando ligo a televisão para assistir ao jornal. Enquanto as notícias dão conta de greves, agitações, atentados e conflitos em várias partes do mundo, o Brasil marcha em paz, rumo ao desenvolvimento. É como se eu tomasse um tranquilizante após um dia de trabalho”.

A consolidação da *Globo* em uma rede se deu, segundo Lima, paralelamente à implantação no Brasil de um modelo econômico excludente e de um regime autoritário, dos quais a emissora “não foi só importante aliada, mas cúmplice”.

Em 1968, as Organizações Globo já detinham concessões de televisão nos três principais mercados do país: Rio de Janeiro (Canal 4), São Paulo (Canal 5) e Belo Horizonte (Canal 12). Nos quatro anos seguintes, a Rede Globo se instalava também em Brasília, a capital do país, e em Recife, a principal cidade do Nordeste brasileiro, além de ter, em 1972, mais três emissoras afiliadas. A partir daí a Globo deslança uma agressiva política de contratos de afiliação. Dessa forma, em 1973 já eram seis emissoras afiliadas, número que mais do que dobrou no ano seguinte, chegando a 13. Em 1982, o total de afiliadas passou a 36, isto é, 12 vezes o número de dez anos antes. A Rede Globo chegou então a 1982 – ano da primeira eleição direta para governadores após 1964 – como a quarta maior rede de televisão do mundo, composta por emissoras geradoras, 36 afiliadas e mais cinco estações

repetidoras, o que dava um total de 47 emissoras, cobrindo 3.505 dos 4.603 municípios brasileiros, ou seja, 93% da população do país e 99% dos 15,8 milhões de domicílios com TV existentes naquela data. (LIMA, 2004, p. 160).

O limite máximo desse comprometimento aconteceu no governo do general João Batista Figueiredo (1979-1985), “quando a Rede Globo, então já consolidada, transformou-se em um verdadeiro “ministério da informação”, paralelo ao governo e tão poderoso que se tornou capaz de desobedecer às recomendações do próprio regime autoritário”. (LIMA, 2004, p. 157-158). Em reação ao poder monopólico do grupo, os militares tomaram a decisão de estimular a criação de outras redes de TV. É nesse contexto que os espólios de licitações que antes pertenciam à *TV Tupi* foram passados ao Grupo Sílvio Santos (que irá resultar no *Sistema Brasileiro de Televisão – SBT*) e ao grupo Bloch (*Rede Manchete*).

Enquanto a conjuntura lhe era favorável, a *Globo* apoiou o regime. Lima cita diversos casos em que a cobertura jornalística da emissora, por intermédio do *Jornal Nacional*, que se tornou o principal telejornal do Brasil, manipulou ou ocultou informações em benefício dos militares. Um dos casos mais famosos refere-se à cobertura das eleições de 1982 ao governo do estado do Rio de Janeiro. De um lado havia o candidato do regime, Wellington Moreira Franco (PSD). De outro o opositor Leonel Brizola (PDT) que, após ter ficado exilado, estava de volta ao país graças à lei da anistia. Roberto Irineu Marinho, filho de Roberto Marinho, assumiu compromisso com o governo para apoiar Moreira Franco e se associou implicitamente a um esquema fraudulento, para impedir a vitória de Brizola.

Esse esquema consistia em se iniciar as apurações pelo interior, onde era majoritário o partido do governo, criando a ilusão de uma iminente derrota do político anistiado. Era parte central desse esquema a empresa encarregada de processar a contagem de votos – a Proconsult -, cujo principal programador era um oficial da reserva do Exército. A Proconsult havia desenvolvido um programa capaz de subtrair votos de Brizola e adicionar votos para Moreira Franco. Ao divulgar apenas os resultados da apuração oficial, a Rede Globo, líder de audiência, seria vital para o sucesso da fraude, pois emprestaria credibilidade aos falsos resultados que iriam aos poucos sendo fabricados. O que não estava no plano das organizações do esquema fraudulento, todavia, era o desenvolvimento de um serviço próprio de apuração, a partir dos boletins emitidos pelo Tribunal Regional Eleitoral. Este serviço foi organizado pelo jornal concorrente de O Globo, o *Jornal do Brasil*, juntamente com suas prestigiadas emissoras de rádio AM e FM – representando interesses tanto comerciais como políticos conflitantes com os da Organizações Globo. Com isso, eram apresentados resultados parciais totalmente diversos dos veículos da Rede Globo. (...) Essas providências contribuíram para a descoberta da trama, denunciada depois por vários outros órgãos de imprensa. (...) Quatro anos depois o jornalista Luis Carlos Cabral, que era um jovem editor de notícias da TV Globo no Rio de Janeiro quando ocorreram as eleições de 1982, veio a público e confirmou o esquema fraudulento. (LIMA, 2004, p. 147-148).

Quando percebeu que o regime estava prestes a ser derrubado, pelo fortalecimento do processo de redemocratização, visto por exemplo com o movimento das Diretas Já<sup>41</sup>, a *Globo* começou uma articulação oportunista para desvinculação dos militares e apoio do clamor popular. No segundo semestre de 1984, com a confirmação de Paulo Maluf, desafeto de Roberto Marinho, como candidato do regime para a Presidência da República via eleições indiretas, o apoio do grupo ao regime foi quebrado. A empresa inicialmente pensou em apoiar o vice-presidente Aureliano Chaves, que também era dissidente do regime, mas, diante da força do movimento das Diretas Já, que reunia grandes setores da classe média, importantes figuras artísticas e política, banqueiros e empresários, a emissora considerou melhor negociar com a oposição de fato, que queria eleições diretas. Assim o grupo acabou apoiando Tancredo. “A Rede Globo assumiu, então, a liderança no processo de legitimação da nova articulação de forças que formaria o novo ‘bloco histórico’ e que, apesar da morte de Tancredo Neves, chegou ao poder em março de 1985, iniciando o período conhecido como “Nova República”. (LIMA, 2004, p. 171).

Em 31 de agosto de 2013, mais de dez anos após o falecimento de Roberto Marinho, a *Rede Globo* fez um editorial<sup>42</sup>, publicado no jornal *O Globo* e lido em seus telejornais, admitindo que errou ao apoiar os militares. Intitulado *Apoio editorial ao golpe de 64 foi um erro*, o texto diz:

Já há muitos anos, em discussões internas, as Organizações Globo reconhecem que, à luz da história, esse apoio foi um erro. (...) Desde as manifestações de junho [de 2013], um coro voltou às ruas: ‘A verdade é dura, a Globo apoiou a ditadura’. De fato, trata-se de uma verdade, e, também de fato, de uma verdade dura (...) A lembrança é sempre um incômodo para o jornal, mas não há como refutá-la. É história. (...) (O GLOBO, online).

Outros veículos da mídia brasileira apoiaram e colaboraram com o regime e também o largaram, quando perceberam que ele declinava e/ou por sofrerem com severa censura. A *Folha de S.Paulo* chegou a emprestar veículos para ações militares, conforme foi chancelado no relatório final da Comissão Nacional da Verdade<sup>43</sup>, publicado em 2014. O documento afirma que a empresa não deu apenas apoio financeiro e ideológico ao golpe de 1964, mas apoio

<sup>41</sup> Movimento da sociedade civil reivindicando eleições presidenciais diretas no Brasil, ocorrido entre 1983 e 1984.

<sup>42</sup> Disponível em: < <https://oglobo.globo.com/brasil/apoio-editorial-ao-golpe-de-64-foi-um-erro-9771604>>. Acesso em: 22 fev. 2020.

<sup>43</sup> Criada em 2011, pela lei 12.528, a CNV (Comissão Nacional da Verdade) teve como objetivo “apurar graves violações de Direitos Humanos ocorridas entre 18 de setembro de 1946 e 5 de outubro de 1988”. Uma notícia sobre essa chancela feita pela CNV foi publicada pelo portal Imprensa em 11 de dezembro de 2014. Disponível em: <<http://www.portalimprensa.com.br/noticias/brasil/69857/relatorio-da-cnv-legitima-versao-de-que-a-folha-emprestou-carros-para-a-ditadura>> Acesso em: 2 jun. 2017.

material à repressão contra os opositores da ditadura, com o fornecimento de veículos para a Operação Bandeirante - Oban, centro de investigações do Exército que combatia as organizações de esquerda), embora mais tarde o jornal tenha abraçado a campanha das Diretas Já, como estratégia de marketing, para se diferenciar perante seu principal concorrente, o jornal *O Estado de S.Paulo*<sup>44</sup>.

*O Estado de S.Paulo*, que hoje se orgulha por ter publicado receitas de bolo em sua capa durante o regime militar, como forma de passar um recado ao público de que estava sendo censurado, também apoiou o golpe. No dia 2 de abril de 1964 o diário trazia a seguinte manchete: “Vitorioso o movimento democrático”, conforme pode ser visto no texto “19 capas de jornais e revistas: em 1964, a imprensa disse sim ao golpe”, do jornalista Mário Magalhães<sup>45</sup>.

Durante os anos 80, com o enfraquecimento e a distensão do regime militar, a imprensa, de uma forma geral, abraçou o movimento pela redemocratização do país, como se não tivesse contribuído pelas décadas passadas de aflição. Na primeira eleição direta para a Presidência, em 1989, *Globo* e outros grupos da mídia hegemônica posicionaram-se a favor de Fernando Collor de Mello, do Partido da Reconstrução Nacional (PRN), que representava as elites, e contra Luiz Inácio Lula da Silva, do Partido dos Trabalhadores (Partido dos Trabalhadores - PT), que representava a esquerda e as forças populares. Vale lembrar do famoso debate entre Lula e Collor que foi manipulado para beneficiar aquele que era vendido pela mídia hegemônica como o “caçador de marajás”<sup>46</sup>. Em uma entrevista concedida ao repórter Geneton Moraes Neto, em 2 de maio de 2016, divulgada no portal Adnews<sup>47</sup>, José Bonifácio Sobrinho, o Boni, que era diretor da *Globo* à época, admitiu a preparação do cenário para prejudicar o candidato petista:

Eu achei que a briga do Collor com o Lula nos debates estava desigual, porque o Lula era o povo e o Collor era a autoridade. (...) Então nós conseguimos tirar a gravata do Collor, botar um pouco de suor com uma 'gliceriazinha' e colocamos as pastas todas que estavam ali com supostas denúncias contra o

---

<sup>44</sup> A *Folha* tentou “se vender” como único jornal independente e pluralista, com o “rabo preso com o leitor” e não ligado a outros interesses. Essa estratégia marqueteira da *Folha* é denunciada no livro *Showrnlismo – A notícia como espetáculo*, do professor da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) e ex-jornalista do *Grupo Folha*, José Arbex Jr.

<sup>45</sup> Texto publicado em 31 de março de 2014, no blog que o jornalista Mário Magalhães possui no portal UOL. Disponível em: <https://blogdomariomagalhaes.blogosfera.uol.com.br/2014/03/31/19-capas-de-jornais-e-revistas-em-1964-a-imprensa-disse-sim-ao-golpe/> Acesso em: 22 dez. 2020.

<sup>46</sup> Na capa da sua edição 1020, de março de 1988, a revista *Veja* trouxe a imagem do então candidato Collor, com semblante vitorioso e altivo ao lado da manchete “O caçador de marajás”. A revista mostrava Collor como um político que estava decidido a combater a corrupção, construindo um “mito”. Mais tarde, já eleito, Collor justamente foi alvo de um processo de impeachment por conta de corrupção em seu governo.

<sup>47</sup> Disponível em: <https://adnews.com.br/boni-admite-manipulacao-no-debate-collor-x-lula/> Acesso em: 22 dez. 2020.



Lula – mas as pastas estavam inteiramente vazias ou com papéis em branco. (...) Todo aquele debate foi [produzido] – não o conteúdo, o conteúdo era do Collor mesmo -, mas a parte formal nós é que fizemos. (ADNEWS, online).

Em nossa dissertação de mestrado, defendida em 2006, mostramos como outros veículos hegemônicos, como a *Folha*, atuaram não só em 1989, mas nos pleitos presidenciais de 1994, 1998 e 2002 para prejudicar Lula, enquanto abraçavam candidatos do PSDB, e como esses meios fizeram uma cobertura favorável aos governos neoliberais e suas políticas econômicas, em especial as reformas estruturais, como a da Previdência, e medidas como a independência do Banco Central, a manutenção do superávit primário e as privatizações. Os governos do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, em especial, sempre foram exaltados como exemplo, em função do Plano Real, o cenário de estabilidade econômica e agenda neoliberal que, como mostraremos no próximo item, foi essencial para o aumento do poder dos grandes grupos midiáticos. Na tese “Nunca foi tão fácil fazer uma cruz numa cédula? A Era FHC nas representações da mídia impressa”<sup>48</sup>, David Renault Silva, pesquisador e professor da Universidade de Brasília, mostrou como a grande imprensa isentou Fernando Henrique dos escândalos de seu governo, enquanto Lula foi sempre associado às denúncias que pesavam sobre sua gestão. “Do ponto de vista nacional, as chamadas elites nacionais, as classes econômicas sociais dominantes, não tinham candidato que pudesse fazer frente ao Lula. (...) houve um claro apoio da mídia a FHC”, destacou Renault Silva, em entrevista<sup>49</sup> sobre sua tese ao portal *Congresso em Foco*.

#### 1.6 A concentração da mídia nos dois países

As décadas de 1980 e 1990 foram marcadas em todo o mundo pelo avanço das políticas neoliberais, a partir dos exemplos empreendidos por Margareth Thatcher, no Reino Unido, e Ronald Reagan, nos EUA. Essas políticas, cobradas por organismos como a Organização Mundial do Comércio (OMC), o Fundo Monetário Internacional (FMI) e o Banco Mundial (BM) e reforçadas no Consenso de Washington<sup>50</sup>, vieram acompanhadas do discurso da desestatização, privatização e desregulamentação. O Estado não deveria intervir, mesmo em

<sup>48</sup> Defendida em 6 de dezembro de 2006 e apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História da Universidade de Brasília. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/4254?locale=fr> Acesso em: 22 dez. 2020.

<sup>49</sup> Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/especial/noticias/fhc-e-lula-na-midia-dois-pesos-duas-medidas/> Acesso em: 22 dez. 2020.

<sup>50</sup> Assim ficou conhecido o encontro ocorrido em novembro de 1989 nos EUA entre economistas e representantes de instituições defensoras do neoliberalismo, convocado pelo Institute for International Economics, sob o nome de “Latin Americ Adjustment: Howe Much has Happened?”. O encontro propôs uma série de medidas que deveriam ser seguidas, como um receituário, pelos países alinhados à ordem capitalista que desejassem sucesso. Dentre elas a disciplina fiscal, a desregulamentação do controle econômico e das leis trabalhistas e privatizações.

áreas estratégicas para a sociedade. Esse cenário foi favorável à formação de gigantes empresariais, inclusive no campo midiático, uma situação contraditória, já que, em vez de oferecer, via livre concorrência, a oportunidade de outros atores ingressarem no mercado de comunicação, criou um ambiente a que poucos têm acesso.

A emergência da mídia global ocorre, pois, no ambiente de desregulamentação e privatização, de abertura e internacionalização econômicas sem precedentes e sob a ideologia do mundo sem fronteiras. As megacompanhias tornam-se componentes essenciais na vertiginosa escalada do capitalismo mundial, no seu duplo movimento de concentração de capital e descentralização de mercados. (MORAES, 2016, p. 138).

No livro “História e comunicação na nova ordem internacional”, Maximiliano Martin Vicente explica que, se a tendência de concentração da propriedade foi observada nas multinacionais na década de 1970, no setor midiático o processo ocorreu na década de 1990, quando a tecnologia se tornou vital para os negócios dos meios de comunicação.

Nos dez anos seguintes, fruto da continuidade do desdobramento da supremacia tecnológica, o quadro das comunicações, salvo em determinados países, pode ser definido como digitalizado, desregulamentado e globalizado. As transformações provenientes da tecnologia e da transnacionalização tornaram possível a transmissão via satélite, superando fronteiras e ampliando o raio de sua abrangência. Já a globalização, tal como foi imposta pelas normas do FMI, do BM e da OMC, obrigou os Estados a reduzir investimentos, cortar subsídios e privatizar suas companhias e serviços. Assim, os serviços públicos de rádio e televisão, tradicionalmente beneficiados pela ajuda do poder público, sofreram cortes “inevitáveis”, abrindo o espaço para a ação da iniciativa privada (VICENTE, 2009, p.155)

Na América Latina, ocorre o crescimento nesse período dos setores de radiodifusão e telecomunicações (com o aumento, por exemplo, do número de emissoras, funcionamento de TV em UHF e o lançamento de satélites domésticos) e a concentração oligopólica. Os megagrupos são formados não só na TV aberta, mas na TV a cabo, no rádio, na mídia impressa, no cinema e na música. “Em 1980, 50 companhias respondiam por 90% do faturamento com informação e entretenimento. Em 1990, menos da metade delas ficava com os mesmos 90%” (MORAES, 2016, p. 139).

Paralelamente ao aprofundamento do modelo de concentração multinacionalizada da mídia, as políticas públicas de comunicação foram orientadas para o que os pesquisadores argentinos Damián Loreti e Guillermo Mastrini (2009) chamam de “rerregulação”, que seria a eliminação de restrições à concentração dos meios. “As políticas públicas tornaram-se escassas e insuficientes, e os controles monopólicos e oligopólios foram favorecidos por legislações omissas.” (MORAES, 2016, p. 140).

Hoje, na segunda década do século XXI, assiste-se à intensificação da concentração e oligopolização das empresas de mídia em diversos países do mundo. Nos EUA, conforme aponta o estudo feito pelo jornalista de origem armênia Ben H. Bagdikian, publicado no livro “O monopólio da mídia” (2018), cinco conglomerados jornalísticos, de alcance global, nos moldes de um cartel - *Time Warner* (desde 2003 a maior empresa de mídia do mundo), *Walt Disney Company*, *News Corporation* (com sede na Austrália), *Viacom* e *Bertelsmann* (com sede na Alemanha) - são proprietários da maior parte de jornais, revistas, editoras de livros, estúdios cinematográficos e emissoras de rádio e TV.

Cada veículo de sua propriedade, sejam revistas ou estações de rádio, tem como premissa cobrir o país inteiro, e as pessoas que os dirigem priorizam histórias e programas que possam ser usados em todo e qualquer lugar. Os produtos de mídia que criam são um reflexo disso. A programação veiculada nas seis emissoras vazias de Minot, na Dakota do Norte, estava sendo transmitida simultaneamente a partir de Nova York. (...) Hoje em dia, nenhuma grande empresa de mídia se contenta com a dominação em um único meio. A estratégia delas exige uma presença forte em todos os tipos de mídia, desde jornais até estúdios de cinema. Isso proporciona às grandes corporações e aos seus executivos mais poder de comunicação do que o disponível a qualquer déspota ou ditador na história. (BAGDIKIAN, 2018, p. 35).

Na América Latina o cenário é ainda mais preocupante, considerando as frágeis democracias das nações da região (como efeito dos processos de colonização e imperialismo) e o vínculo e dependência de alguns meios de comunicação regionais com grupos transnacionais. Diversos países latino-americanos, incluindo o Brasil, vivem um contexto de concentração da propriedade dos veículos de comunicação nas mãos de poucos e poderosos donos. Essa problemática e seus efeitos no fluxo de informação e na organização política da sociedade virou objeto de estudo da Federación Internacional de Periodistas – IFJ (Federação Internacional de Jornalistas). De 2016, a pesquisa intitulada *La Concentración de Medios en América Latina: su impacto en el derecho a la comunicación*<sup>51</sup> destaca que o perfil dessa concentração da propriedade tem sido alterado nas duas últimas décadas, em face do avanço da concentração midiática em nível mundial, como fenômeno do sistema capitalista:

(...) Si la característica predominante durante largas décadas fu ella presencia de familias tradicionales como propietarias de los grandes medios nacionales, en los últimos veinte años hemos visto surgir empresas modernas – a menudo en alianza con dichas familias o controladas por su nuevas generaciones – integradas, frecuentemente, a grupos transnacionales en el marco de la

---

<sup>51</sup> Disponível em: < [https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=http://www.nodalcultura.am/wp-content/uploads/2017/06/la-concentracion-de-medios-en-america-latina-su-impacto-en-el-derecho-a-la-comunicacion\\_n-ilovepdf-compressed.pdf](https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=http://www.nodalcultura.am/wp-content/uploads/2017/06/la-concentracion-de-medios-en-america-latina-su-impacto-en-el-derecho-a-la-comunicacion_n-ilovepdf-compressed.pdf) > Acesso em: 18 mar. 2018.

globalización (FEDERACIÓN INTERNACIONAL DE PERIODISTAS, 2016, p.7).

O estudo analisa os principais grupos de mídia latino-americanos: *Albavisión*, fundado em 1987 pelo empresário mexicano-guatemalteco Remigio Ángel González; *Televisa*, fundado em 1930, pela família do empresário mexicano Emilio Azcárraga Vidaurreta; *Cisneros*, fundada em 1929 pelo empresário da área de transportes Diego Cisneros; *Globo*, fundado em 1911 com o jornal *A Noite* e pertencente à família do falecido empresário Roberto Marinho; *Clarín*, surgido em 1945, ano da fundação do jornal *Clarín* de Buenos Aires, criado pelo empresário argentino Roberto Noble); *Copesa* (Consortio Periodístico de Chile), fundado em 1950 pela família Picó Cañas, com o lançamento do diário *La Tercera*; e *Ardilla Lülle*, fundado em 1951 pelo empresário colombiano Carlos Ardila Lülle.

A pesquisa salienta que essas empresas excederam suas fronteiras nacionais e hoje são predominantes não só em seus países de origem, mas na região. A *Albavisión*, por exemplo, está presente em 16 nações, com especial influência na América Central, na América do Sul e no Caribe. O estudo também destaca que muitos desses “donos da mídia” possuem negócios em diversas outras áreas, o que certamente os faz direcionar sua comunicação para eixos de seus interesses. Carlos Ardila Lülle, por exemplo, é proprietário de empresas nos setores agroindustrial, industrial, entretenimento, seguros, imobiliário e automotivo. Possui a maior refinaria de açúcar do país. A Incauca S.A., além da Postobon S.A, a mais importante indústria de bebidas não alcoólicas da Colômbia.

A pesquisa denuncia a dependência das empresas de mídia latino-americanas à publicidade

La racionalidad inherente al capitalismo –que por su esencia tiende a convertir todo bien y servicio en una mercancía– hace que tanto la libertad de expresión como el derecho a la comunicación queden subordinados a la lógica de la ganancia, que depende en buena medida de la publicidad, principal fuente generadora de recursos en el ámbito comunicacional y que arroja al centro de la escena a los grupos comerciales. Es por esto que los anunciantes, tienen una incidencia determinante en los contenidos, así como los propios dueños de los medios que, cada vez en mayor medida, son actores ligados al mundo financiero (FEDERACIÓN INTERNACIONAL DE PERIODISTAS, 2016, p.4)

A Federação Internacional dos Jornalistas salienta que “la libertad de prensa corre el peligro de convertirse en libertad de empresa, relativizando el derecho a la comunicación y a la cultura, y colisionando con los principios de pluralidad y diversidad, ejes insoslayables del sistema democrático.”. (FEDERACIÓN INTERNACIONAL DE PERIODISTAS, 2016, p.3).

A organização Repórteres Sem Fronteiras (RSF), em parceria com entidades que lutam e apoiam a democratização da mídia, oferece o *Media Ownership Monitor* (MOM), metodologia de mapeamento global (que gera uma base de dados acessível, gratuita e que é constantemente atualizada) dos principais proprietários dos meios de comunicação em diferentes países, incluindo mídia impressa, rádio, televisão e online. Em 3 de dezembro de 2019, em parceria com o Intervezes - Coletivo Brasil de Comunicação Social, a organização lançou a pesquisa “Quem controla a mídia na América Latina?”<sup>52</sup> que comparou a concentração dos meios de comunicação entre Argentina, Brasil, Colômbia, México e Peru. Segundo o estudo, embora os cenários da mídia e os fatores que os impactam sejam particulares de país a país, alguns pontos são compartilhados. Pegando o caso da Argentina e do Brasil, focos desta tese, há muitas semelhanças. No país vizinho, os 52 principais meios de comunicação estão nas mãos de 22 empresas. Os quatro maiores conglomerados concentram quase metade do público nacional em todas as mídias e 25% de todo esse público está nas mãos do *Grupo Clarín*, que detém a propriedade de 12 dos 52 veículos pesquisados. No Brasil, de acordo com a pesquisa, os 50 veículos de maior audiência pertencem a 26 grupos de comunicação. No meio televisivo, mais de 70% da audiência é concentrada em quatro grandes redes. O *Grupo Globo* conta com mais da metade da audiência entre as quatro maiores tevês.

Em entrevista para o coletivo Intervezes<sup>53</sup>, na ocasião do lançamento da pesquisa, Nube Alvarez, que é coordenadora regional do MOM para América Latina, apontou diferentes consequências negativas desse quadro de concentração da propriedade:

Os proprietários de mídia não respeitam os direitos trabalhistas dos jornalistas, por exemplo, isso resulta na precarização do trabalho jornalístico, na vulnerabilidade e na falta de independência dos jornalistas. Além disso, a linha editorial, muitas vezes, está atrelada à quantidade de dinheiro que os veículos recebem da publicidade pública e privada.

No palco latino-americano de concentração da propriedade da mídia a Argentina é um ator exemplar. O setor de comunicação é concentrado em poucos grupos nacionais e estrangeiros, alguns deles associados a capitais financeiros. Conforme destaca o professor da Universidade Nacional de Quilmes e da Universidade de Buenos Aires, o argentino Martín Becerra (2019)<sup>54</sup>, especialista na temática da regulação da mídia e do direito à comunicação, a concentração se dá na forma de conglomerados empresariais, com propriedade cruzada, que desdobram sua atividade primeira a outros meios de comunicação. O maior exemplo, conforme

<sup>52</sup> Disponível em: < <http://latin-america.mom-rsf.org/es/>> Acesso em: 10 jul. 2020.

<sup>53</sup> Disponível em: < [Media Ownership Monitor – América Latina | Intervezes](#)> Acesso em: 10 jul. 2020.

<sup>54</sup> Em entrevista concedida a esta pesquisa, via Skype, em 8 de agosto de 2019.

apontado pelo MOM, é o grupo *Clarín*, que, segundo Becerra, tem o maior nível de concentração da América Latina, ganhando até mesmo dos grupos *Globo* e *Televisa*.

Essa centralização incomparável tornou-se possível desde que o presidente Maurício Macri, do PRO (Proposta Republicana)<sup>55</sup> alterou artigos centrais da Ley 26.522 – a Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (2009), conhecida popularmente como “Ley de Medios” (um marco na regulamentação da mídia não só na Argentina, mas na América Latina, a lei será discutida no Capítulo 3 dessa tese), e promoveu mudanças no setor digital e de telecomunicações, permitindo às empresas do ramo de telefonia explorarem o serviço de comunicação audiovisual, obtendo canais de TV. Com a permissão, a *Cablevisión* (fornecedora de TV a cabo pertencente ao *Clarín*) fundiu-se à *Telecom Argentina*.

Por supuesto que Globo es más grande que Clarín, porque el tamaño de la economía brasileña es muy superior al tamaño de la economía argentina. Televisa, en México, también es más grande que Clarín por el mismo motivo – la economía mexicana es mucho mayor que la de Argentina. Pero ni Globo ni Televisa tienen medios gráficos, medios audiovisuales, internet, telecomunicaciones fijas, telecomunicaciones móviles, conexión a internet fija y móvil, o sea, ese nivel de concentración que tiene Clarín en la Argentina gracias a regulaciones que implemento Macri, es inédito en nuestra región. (BECERRA, 2019).

Para se ter uma ideia, hoje, dos 55 canais de TV aberta que funcionam na Argentina a *Telefónica* e o *Grupo Clarín* controlam de modo direto 13 e de modo indireto, através de canais “representados”, 21. Os canais representados transmitem, como emissoras repetidoras, a programação dos canais que são cabeças desses grupos (*Telefé*, da *Telefónica*, e *Trece*, do *Clarín*), localizados na cidade de Buenos Aires. “La programación de ambos canales es comercializada a otros canales independientes del interior del país, que retransmiten así los contenidos de los principales productores de la televisión abierta” (MASTRINI; BECERRA, 2017, p.44).

O MOM oferece uma página específica na internet com dados sobre a Argentina<sup>56</sup>. As O grupo ainda possui negócios no meio rádio detalhadamente todos os negócios ligados ao *Grupo Clarín*.

[El Grupo Clarín] edita el diario más vendido (Clarín) y el periódico online más visitado (Clarín.com), además de dos de los diarios de alcance regional más importantes y tradicionales (La Voz del Interior de Córdoba y Los Andes de Mendoza y sus sitios web); posee las emisoras de radio AM y FM líderes

<sup>55</sup> Macri deixou o cargo em dezembro de 2019 ao perder a eleição para a dupla peronista Alberto Fernández e Cristina Fernández de Kirchner, presidente e vice-presidente, respectivamente. Ele sucedeu Cristina na Presidência, assumindo o cargo em 10 de dezembro de 2015.

<sup>56</sup> Disponível no site: <<https://argentina.mom-rsf.org/es/proprietarios/grupos-mediaticos/detail/company/company/show/grupo-clarin/>> Acesso em: 10 jul.2020.

en audiencia (Radio Mitre y FM 100) y una red de repetidoras, es la segunda red de tv abierta más grande del país (el canal cabecera es El Trece, de Buenos Aires), cuenta con varias señales de tv por cable, entre ellas una de las de mayor rating en noticias (TN), es socio del Estado y de La Nación en la única fábrica de papel de diarios (Papel Prensa), y es accionista mayoritario del principal cableoperador del país (Cablevisión) y de una de las dos operadoras de telecomunicaciones más importantes (Telecom). También edita revistas, participa de producciones cinematográficas, tiene intereses en la distribución de diarios y revistas, y cuenta con intereses extrasectoriales (por ejemplo, en ferias y exposiciones). En casi todos los segmentos en los que participa, el Grupo Clarín ostenta posición dominante. (MEDIA OWNERSHIP MONITOR ARGENTINA, online).

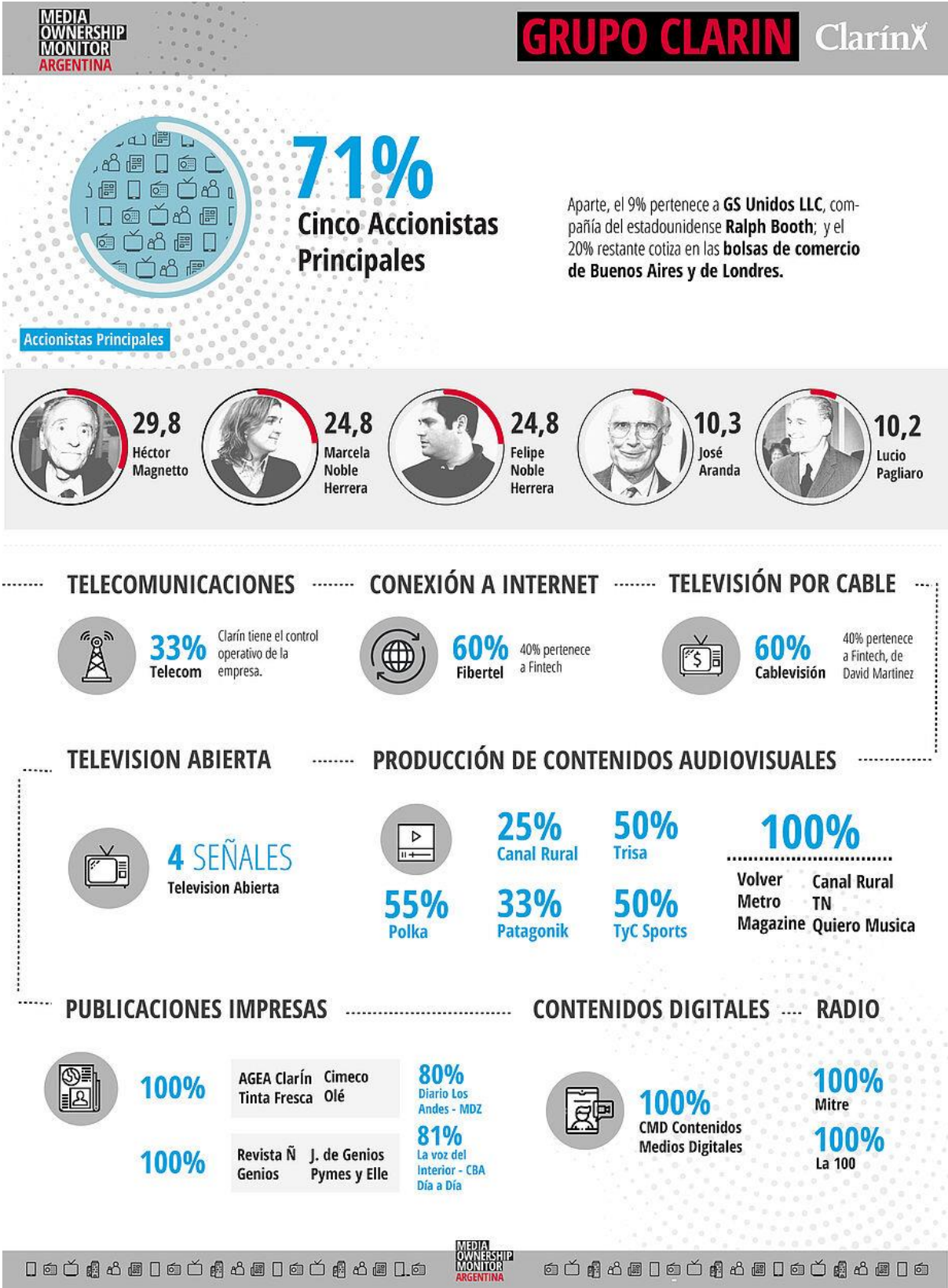


Figura 1 - Infográfico sobre las empresas que pertenecen al Grupo Clarín, producido por el Media Ownership Monitor/ RSF



O MOM confirma o entendimento de Becerra sobre o fato de o *Clarín* ser o conglomerado de mídia mais concentrado da América Latina:

La reciente fusión entre la compañía de tv por cable, Cablevisión, y uno de los mayores operadores de telecomunicaciones, Telecom, avalada por el gobierno de Macri, permitió a los accionistas del Grupo Clarín protagonizar la mayor concentración –medida en cantidad de mercados que abarca– de la historia de los medios y telecomunicaciones de América Latina. (MEDIA OWNERSHIP MONITOR, online).

Os dados do monitoramento sobre a Argentina ainda mostram que a maioria dos grandes grupos de mídia pertence a empresas privadas localizadas na área metropolitana de Buenos Aires (o que prejudica a participação de culturas de outras regiões do país em filmes, programas de TV e de rádio e outros produtos da indústria cultural) e concentram as ações do público, os rendimentos da publicidade privada e estatal, as redes de produção e distribuição de notícias. Os quatro setores de mídia (TV, rádio, imprensa impressa e online) apresentam altos níveis de propriedade e concentração. Além do *Clarín*, outras empresas importantes são o *Grupo América* (ex-*Grupo UNO*), que está focado na televisão e rádio gratuitas desde que vendeu a sua empresa de TV a cabo *Supercanal* em 2018, e o *Grupo Indalo*, que atua no mercado de rádio, TV e impressão. As principais estações de TV do país, com exceção da rede administrada pelo *Clarín* (que domina 22,6% do mercado), são geridas principalmente por investidores estrangeiros (a *Viacom* detém a maior rede de TV, com 15,1% do público, e a *Turner* e a *Fox* possuem canais de TV bastante populares). Entre os portais de notícias online, o *Infobae* é líder de audiência, seguido de *Clarín* e *La Nacion*. No campo da mídia impressa, além do *Clarín*, *La Nacion* e *Diario Popular* são atores importantes. A pesquisa mostra que o meio rádio (dominado pelos grupos *Clarín*, *América*, *Indalo* e *Cadena 3*) é o que conta com maior diversidade e número de proprietários, embora esteja mais concentrado em termos de público.

Há ainda uma dependência em relação a conteúdos norte-americanos na televisão aberta. Embora desde 1990 esse quadro tenha sido amenizado, com uma maior capacidade dos meios de comunicação de produzir conteúdos nacionais, na TV a cabo ainda predominam canais de filmes e séries dos EUA. (MASTRINI; BECERRA, 2017, p. 13).

No livro *Em Primera Persona – Los medios hegemónicos y la construcción de la realidad*, Jorge Milton Capitanich, que atuou como chefe do Gabinete de Ministros no governo Cristina, participando da agenda de trabalho que envolveu as políticas de comunicação naquele período, reforça o caráter inigualável da concentração argentina:

En ningún país desarrollado del mundo existe tamaño concentración mediática como en la República Argentina. La separación de los medios de comunicación respecto de su autonomía e imposibilidad de consolidar un

grupo económico para evitar el monopolio de voz, imagen, datos y transmisión de red celular (conocido como “cuádruple play”), como así también en relación a la prensa escrita, es una condición sine qua non para el desenvolvimiento de la actividad. (CAPITANICH, 2016, p. 25).

No Brasil a propriedade dos meios de comunicação é igualmente concentrada. Um relatório<sup>57</sup> sobre concentração da mídia divulgado em 2017 pela organização Repórteres Sem Fronteiras e a agência *Deutsche Welle*, e produzido em parceria com o Intervozes, com o financiamento do Ministério de Cooperação Econômica e Desenvolvimento da Alemanha, mostra que o Brasil ocupa a pior colocação dos 11 países analisados nesse estudo. São eles Colômbia, Peru, Camboja, Filipinas, Gana, Ucrânia, Peru, Sérvia, Tunísia e Mongólia. A pesquisa durou quatro meses e abrangeu os 50 veículos de comunicação com maior audiência no país e 26 grupos econômicos que os controlam.

O Brasil recebeu a pior nota em quase todos os parâmetros utilizados pelo estudo para medir a pluralidade da mídia. Dentre os indicadores analisados estão concentração de propriedade e de audiência, regulamentação sobre propriedade de mídias e nível de transparência sobre o controle das empresas. Em entrevista à *Deutsche Welle*<sup>58</sup>, Olaf Steenfadt, diretor do projeto MOM e integrante da *Repórteres Sem Fronteiras Alemanha*, afirmou que o Brasil foi o primeiro país pesquisado em que nenhuma das empresas de mídia respondeu às perguntas enviadas sobre quem seriam seus proprietários. “Isso nunca tínhamos visto antes”, destacou Steenfadt, na entrevista. Por aí já fica escancarada a falta de transparência no setor.

Os dados do MOM sobre a realidade brasileira<sup>59</sup> apontam que os cinco principais grupos de mídia do país (*Globo*, *Bandeirantes*, *Record*, *RBS* e *Folha*, respectivamente) concentram uma audiência nacional “exorbitante” em cada segmento analisado (TV, rádio, mídia impressa e online). No caso da TV aberta, mais de 70% do mercado está concentrado nos grupos *Globo*, *Bandeirantes*, *Record* e *SBT*. Apenas no meio rádio (por conta das características desse tipo de mídia, que é mais local que regional e nacional) a concentração não ocorre de maneira tão forte. Os 50 meios de comunicação brasileiros analisados pelo MOM estão assim divididos: nove pertencem ao *Grupo Globo*, cinco ao *Grupo Bandeirantes*, cinco à família Macedo (*Grupo Record* e *Igreja Universal do Reino de Deus - IURD*), quatro ao grupo *RBS* e três ao *Grupo*

<sup>57</sup> Disponível em: < <https://www.dw.com/pt-br/m%C3%ADdia-no-brasil-ainda-%C3%A9-controlada-por-poucos-diz-estudo/a-41188603>> Acesso em: 10 jul. 2020.

<sup>58</sup> Idem 55.

<sup>59</sup> Disponíveis em:< [Mídia | Media Ownership Monitor \(mom-rsf.org\)](https://www.mom-rsf.org/)> Acesso em: 10 jul.2020.

*Folha*). Os outros grupos, de acordo com o MOM, aparecem na lista com dois veículos cada: *Grupo Estado, Grupo Abril e Grupo Editorial Sempre Editora/Grupo SADA*.

Os demais grupos possuem apenas um veículo da lista. São eles: Grupo Sílvia Santos, Grupo Jovem Pan, Grupo Jaime Câmara, Diários Associados, Grupo de Comunicação Três, Grupo Almicare Dallevo & Marcelo de Carvalho, Ongoing/Ejesa, BBC – British Broadcasting Corporation, EBC – Empresa Brasil de Comunicação, Publisher Brasil, Consultoria Empiricus, Grupo Alfa, Grupo Mix de Comunicação/Grupo Objetivo, Igreja Renascer em Cristo, Igreja Adventista do Sétimo Dia, Igreja Católica/Rede Católica de Rádio e INBRAC – Instituto Brasileiro de Comunicação Cristã. (MEDIA OWNERSHIP MONITOR BRASIL, online).

Para piorar, também predomina no Brasil o mesmo sistema de propriedade cruzada que afeta o direito à comunicação na Argentina.

O Grupo Record, que possui canais importantes na TV aberta (RecordTV e RecordNews), veículos na mídia impressa (jornal *Correio do Povo*) e na internet (portal R7), além de ser do mesmo controlador da Igreja Universal do Reino de Deus, que possui a Rede Aleluia de rádio e produz o jornal gratuito de maior tiragem no Brasil, a *Folha Universal*. Outro exemplo é o grupo regional RBS, que conta com uma afiliada da Globo na TV aberta, o portal de notícias ClicRBS, dois jornais entre os de maior circulação - *Zero Hora* e *Diário Gaúcho* - além de outros títulos impressos e duas importantes redes de rádio, a nacional *Gaúcha Sat* e a regional *Atlântida*. (MEDIA OWNERSHIP MONITOR BRASIL, online).

O *Grupo Globo* é destaque nesse quesito. A empresa é proprietária de veículos e redes na TV aberta (*Rede Globo*, líder de audiência), TV fechada (com conteúdos gerenciados pela subsidiária *Globosat*, incluindo o canal de notícias *GloboNews*) e internet (*G1*, maior portal de notícias do país). O grupo ainda possui negócios no meio rádio (tem duas de suas redes figurando entre as dez principais do país: *Globo AM/FM* e *CBN*); na mídia impressa (é dono dos jornais *O Globo*, *Extra*, *Valor Econômico* e *Expresso da Informação* e de revistas como *Época*, *Crescer*, *Galileu* e *Marie Claire*); uma das principais agências de notícias do país, a *Agência O Globo (AOG)*; além de atuar no mercado fonográfico e cinematográfico.

Com o domínio de tantos mercados, o Grupo Globo alcança sozinho uma audiência maior do que as audiências somadas do 2º, 3º, 4º e 5º maiores grupos brasileiros. Esse fato é tão significativo que o grupo anunciou em campanha recente que atinge 100 milhões de brasileiros todos os dias, cerca de metade da população nacional. O que para o conglomerado é propaganda de seu alcance, para a pluralidade na mídia pode ser visto como um cenário muito preocupante. (MEDIA OWNERSHIP MONITOR BRASIL, online).



Figura 2 - Infográfico sobre as empresas que pertencem ao Grupo Globo, produzido pelo Media Ownership Monitor/ RSF

Outra característica da mídia brasileira, segundo o MOM, é a extensão do poder dos donos da mídia para outras áreas de negócio, fora a comunicação. Vinte e um dos grupos de comunicação analisados pelo estudo possuem atividades em outros setores econômicos, como educação, financeiro, imobiliário, agropecuário, energia, transportes, infraestrutura e saúde.

Há ainda proprietários de meios de comunicação que são políticos, outro ponto bastante peculiar da nossa comunicação. Nossa mídia é dominada por poucos grupos familiares e quase todos eles são grupos oligárquicos da política regional e local do país. Isso gera um fenômeno conhecido como “coronelismo eletrônico”, que o professor Venício Artur de Lima (2011, p. 30), um dos principais estudiosos brasileiros na temática da regulação da mídia, define como:

“uma prática política onde o poder concedente do serviço público de radiodifusão muitas vezes se confunde com o próprio concessionário, atualizando e reproduzindo com roupagem nova o coronelismo político da República Velha para o tempo presente”. Esse ponto é preocupante quando lembramos que as outorgas e as renovações de concessão para serviço de radiodifusão no Brasil são aprovadas no Congresso Nacional por parlamentares que têm íntima relação com donos de emissoras afiliadas a grandes grupos midiáticos do país.

Outro agravante é o avanço de grupos religiosos, em especial igrejas evangélicas neopentecostais, no controle dos meios de radiodifusão. Esses grupos hoje ocupam espaços vantajosos na programação da TV aberta, tanto em VHF como em UHF, o que acaba sendo uma ameaça em um país que é diverso também religiosamente falando. Como possuem postura na maioria das vezes conservadora, eles agendam negativamente a população, por intermédio de seus programas na TV, estimulando atitudes homofóbicas, machistas, racistas e preconceituosas, inclusive contra outras crenças, como as religiões de matrizes africanas. “A década de 1990 marca o início desta tendência, simbolizada pela compra da TV Record do Grupo Sílvio Santos pela Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), em 1990, e pela entrada em funcionamento da Rede Vida de Televisão, ligada à Igreja Católica, em 1995” (LIMA, 2004, p. 110).

Segundo Lima (2011), quando se trata de comunicação, o Brasil se antecipou à tendência de concentração da propriedade que é marca da intensificação do processo de globalização na contemporaneidade. Ele ainda ressalta que há no Brasil uma sinergia verticalizada em áreas da produção de entretenimento (telenovelas).

Permitimos a propriedade cruzada na radiodifusão, e entre a radiodifusão e a imprensa. Não colocamos limites às audiências das redes de televisão. Esse quadro regulatório gerou um fenômeno de concentração horizontal, vertical, cruzado e “em cruz”, sem paralelo. Somos o paraíso da radiodifusão privada comercial oligopolizada. (LIMA, 2011, P. 31).

Todo esse cenário destoa da diversidade étnico-cultural do nosso país (com seus múltiplos costumes, tradições e diferentes realidades sociais). Os veículos hegemônicos de comunicação, controlados por proprietários brancos, heterossexuais e pertencentes à elite, quase sempre reproduzem o pensamento e a cultura do eixo Rio-São Paulo, no que a pesquisadora Joanne Mota, da Universidade Federal de Sergipe, chama de “Sudeste Way of

Life”<sup>60</sup>. No livro “Direitos Negados – Um retrato da luta pela democratização da comunicação”, a jornalista Renata Mielli, coordenadora-geral do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) e secretária-geral do Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé, endossa esse pensamento:

Um dos fatores que caracteriza a mídia brasileira é a uniformidade. Os jornais e revistas de maior circulação e maioria esmagadora das emissoras de rádio e televisão divulgam as mesmas notícias, com manchetes quase idênticas e as mesmas fotos. No campo do entretenimento, também há uma pasteurização dos programas e das temáticas. (MIELLI, 2015, p.33).

Conforme destaca a deputada Luciana Santos (PCdoB/PE)<sup>61</sup>, mostra-se na TV brasileira um “Brasil Caricato”. “Queremos ver [na tela da TV] os quilombolas, nossa herança indígena, nosso cinema, o hip-hop, as feiras e tudo que representa nossa matriz cultural”, salienta a deputada.

Tal panorama, repetido na Argentina e em outras nações do continente, foi chamado pelo escritor uruguaio Eduardo Galeano de “igualação”, no livro “De pernas para o ar – A escola do mundo ao Avesso”.

A igualação, que nos uniformiza e nos apalerma, não pode ser medida. Não há computador capaz de registrar os crimes cotidianos que a indústria da cultura de massas comete contra o arco-íris humano e o humano direito à identidade. O tempo vai-se esvaziando de história e o espaço já não reconhece a assombrosa diversidade de suas partes. Através dos meios massivos de comunicação, os donos do mundo nos comunicam a obrigação que temos todos de nos contemplar num único espelho, que reflete os valores da cultura de consumo (GALEANO, 2007, p. 25).

Vicente (2009, p.154) também aponta a “uniformização” dentre os efeitos da concentração na mídia, e ressalta como isso é desafiador, quando se pensa em América Latina:

A supremacia do sistema capitalista nos moldes neoliberais, no âmbito mundial, coloca pelo menos duas grandes questões na hora de procurar entender a lógica da concentração dos meios de produção. As políticas seguidas pelos detentores dos meios de comunicação pouco diferem das políticas encontradas nos demais setores produtivos e que visam à obtenção do lucro. (...) A luta pela maximização do lucro implica os seguintes componentes: políticas internas de adoção de um sistema tecnológico de última geração, ampliação da área de atuação procurando aumentar os mercados consumidores, favorecimento de medidas destinadas a evitar custos e a procura por padronizar mercados. (...) Pensando na realidade latino-americana, sua diversidade cultural e sua complexidade nas diferenças sociais

<sup>60</sup> Em artigo nomeado “Radiodifusão e o Sudeste Way of Life”, publicado das páginas 57 a 63, no livro “Direitos Negados – Um retrato da luta pela democratização da comunicação”, organizado pela jornalista Renata Mielli, publicado em 2015, pelo Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé.

<sup>61</sup> No mesmo artigo citado na nota 28 (p. 61).

colocam entraves ao processo de massificação proposto pelos conglomerados da mídia.

Falamos mais sobre este e outros efeitos negativos do poder dos grandes oligopólios de comunicação latino-americanos no próximo Capítulo, quando discutimos o papel do jornalismo e o cumprimento desse papel na região.

## **CAPÍTULO 2 O PAPEL DO JORNALISMO E A REALIDADE LATINO-AMERICANA**

Qual é o papel do jornalismo na sociedade? Como o jornalismo tem atuado em um continente marcado por nações com democracias frágeis que já foram tantas vezes comprometidas e ameaçadas, e que estão longe de contemplar os direitos de todos os segmentos sociais, em especial os historicamente aliçados pelo processo de colonização?

Este Capítulo faz um breve resgate de diferentes teorias que analisam o papel da imprensa (desde o surgimento dos primeiros jornais aos tempos contemporâneos, dos grandes conglomerados midiáticos), mostrando aspectos peculiares do jornalismo na América Latina.

O Capítulo também discute o conceito de contra-hegemonia, que será aplicado às iniciativas de comunicação retratadas e analisadas nos Capítulos 4 e 5.

### **2.1 As diferentes visões sobre a função da imprensa ao longo de sua história**

Não é possível apontar um consenso sobre a data do nascimento exato da imprensa. Alguns defendem que ela surge, de fato, na Europa entre o final do século XVI e o início do século XVII, mais de cem anos depois da invenção da prensa tipográfica pelo alemão Joahannes Gutenberg (por volta de 1450), que propiciou a saída da cultura manuscrita para a impressa. Nesse período começam a aparecer na Alemanha, Itália, Inglaterra, Suíça, França e outros países veículos que passam a ser classificados como “jornais”.

Embora iniciativas embrionárias de jornalismo já existissem em diferentes partes do mundo desde o período antes de Cristo (como as cartas circulares da corte da Dinastia Han, na China, de 203 a. C, e a Acta Diurna, na Roma Antiga, de 59 a.C, veículos destinados a comunicar ao povo os atos e acontecimentos relacionados a esses impérios), os estudiosos que defendem o nascimento do jornalismo a partir do final do século XVI argumentam que os jornais que começam a despontar na Europa nesse período trazem características essenciais, como a periodicidade e a atualidade temática, pontos que não eram vistos nos impressos anteriores como as Relações, folhas avulsas, com títulos longos, que descreviam um fato excepcional, sensacional, causador de grande repercussão. Exemplos: um terremoto, a morte de um rei ou o estouro de uma guerra. De acordo com o estudioso e jornalista Antônio Costella (2001), autor do livro *Comunicação – do Grito ao Satélite*, as relações anteciparam dois critérios de noticiabilidade que hoje são fundamentais na imprensa na hora de avaliar quais



fatos merecem ser transformados em matéria jornalística - a imprevisibilidade e o apelo, mas elas não eram distribuídas periodicamente.

O jornalista e professor tcheco Vladimir Hudec (1980) afirma que as tentativas de fazer recuar a origem histórica do jornalismo num período anterior ao desses primeiros jornais, quando a atividade jornalística finalmente se mostrou “uma necessidade social irrecusável”, constituem “erros grosseiros”.

São desmentidas pelo fato de que os jornais de publicação periódica que abordavam assuntos de atualidade e se destinava ao grande público leitor surgiram num período muito específico e historicamente concreto nos países em que a sociedade alcançara um certo estágio de desenvolvimento econômico. Isso de fato não se verificou antes e é o que as referidas tentativas tentam ocultar. (HUDEC, 1978, p.21)

Ciro Marcondes Filho, jornalista, sociólogo e professor da Universidade de São Paulo, ao analisar as fases do jornalismo no mundo, no livro *A saga dos cães perdidos*, é ainda mais rigoroso que Hudec ao delimitar o período a ser considerado como marco inicial do jornalismo. Ele classifica como “Pré-História do Jornalismo” o período que vai de 1631 a 1789, quando os jornais apresentavam uma produção artesanal, com economia elementar. “Nessa época não há efetivamente jornalismo, no sentido que conhecemos hoje. A empresa era como o correio e o homem que fazia o jornal, seu carteiro: o intermediário entre aquele que vê, que toma conhecimento, e aquele a quem interessa essa informação” (MARCONDES FILHO, 2000, p. 16).

As folhas noticiosas publicadas em 1605 pelo gravador de litografia e impressor Abraham Verhoeven, na Antuérpia (Bélgica), intituladas *Nieuwe Tijdinghe*, são consideradas uma das primeiras iniciativas de jornal que se tem registro. Verhoeven recebeu o direito de fazer a impressão desse impresso dos duques Alberto e Isabel, com a proibição de criticar a política espanhola, a igreja católica e mesmo as cortes reais estrangeiras. Embora ainda não diárias, elas tinham periodicidade semanal e traziam fatos atuais. (MUSEU DA IMPRENSA, online)<sup>62</sup>

Independentemente da origem exata da imprensa, o fato é que, desde o surgimento dos primeiros jornais e sua influência, pesquisadores, jornalistas, sociólogos e filósofos têm se dedicado a estudar o papel do jornalismo na sociedade. A tese de doutorado do alemão Tobias Peucer, apresentada em 1690 à Universidade de Leipzig, na Alemanha, já reflete sobre os

---

<sup>62</sup> Disponível em: < <http://www.museudaimprensa.pt/museuvirtpress/port/mbelgica.html> > Acesso em: 28 ago. 2018.

critérios que levam um fato a ser transformado em notícia e sobre como o jornalismo agenda determinados assuntos que se tornaram centrais nos debates feitos pela população. Peucer destaca (cap. XV-XVI), por exemplo, que o jornalismo procura noticiar, dentre outros acontecimentos, “factos históricos mais importantes” e “temas de interesse cívico” (de interesse da sociedade).

Diversas teorias e pensamentos que debatem a função da imprensa foram surgindo ao longo da história, refletindo as mudanças ocorridas no jornalismo e na comunicação em geral.

### 2.1.1 Teoria autoritária

Inicialmente o jornalismo foi usado como ferramenta política dos monarcas e dos senhores feudais. Para editar um jornal, era necessário ter a autorização dessas classes e respeitar suas regras, ou seja, o exercício da atividade jornalística era possível apenas para um pequeno grupo de notáveis que tinha o privilégio concedido para ser o “guardião da verdade”. Uma verdade que, obviamente, interessava ao sistema absolutista.

A concessão desses privilégios implicava certas condições e instruções que os impressos ou editor do periódico tinham de respeitar. A circulação de material impresso sem aprovação ou sem observância das instruções era severamente julgada e punida. Documentos de arquivos mencionam castigos que consistiam no corte de uma mão ou da língua, ou em penas humilhantes, como advertência para outros. Isso prova que, já no início do jornalismo, as classes feudais dominantes tinham plena consciência da sua influência ideológica e política junto do público, da sua importância como arma nos conflitos sociais. (HUDEC, 1980, p.16)

Por conta desse extremo controle, Vladimir Hudec (1980) destaca que os primeiros jornais evitavam falar da vida política, já que os editores temiam retaliações. Eram mais compilações de notícias que, na opinião dos editores, eram importantes e úteis para a sociedade da época, como fatos acerca de negócios, catástrofes naturais, cerimônias da corte e epidemias. Quando tratavam de política, os jornais se limitavam a noticiar aquilo que os monarcas permitiam. “Até 1789, são célebres nessa imprensa os altos feitos militares e os gestos mais cotidianos do rei e de sua corte” (FEYEL, 1993, p. 965 apud MARCONDES FILHO, 2000, p.16).

Foi exatamente dessa filosofia estatal do Absolutismo que, de acordo com os pesquisadores Fred Siebert, Theodore Peterson e Wilbur Schramm (apud KUNCZIK, 2001), autores do influente *Quatro Teorias da Imprensa* (1956), surgiu o primeiro marco teórico a avaliar o papel da imprensa: a “teoria autoritária”. Essa teoria defendia que o jornalismo deveria promover a política do governo e servir ao Estado. Marcada por uma comunicação

unidirecional, de cima para baixo, “ela estabeleceu o modelo para a maioria dos sistemas de imprensa do mundo e ainda persiste” (SIEBERT et al, 1956, p. 3 apud KUNCZIK, p.74).

O princípio orientador fundamental dessa teoria, de acordo com o professor inglês Denis McQuail, influente pesquisador nos estudos sobre o papel da mídia e as políticas de comunicação, no livro *Teorias da Comunicação de Massa*, foi resumido no século XVIII pelo escritor e crítico literário inglês Samuel Johnson, quando defendeu, em seus escritos que: “Toda sociedade tem o direito de preservar a paz e ordem públicas, e, portanto, proibir a propagação de opiniões que tenham uma tendência perigosa” (SIEBERT et al., 1956, p.36 apud MCQUAIL, 2013, p. 168).

O professor de jornalismo da Universidade Columbia e professor Emérito da Universidade da Califórnia, Michael Schudson, um dos principais estudiosos da história da imprensa norte-americana, ao relatar a história do jornalismo impresso nos EUA, no livro *Descobrimo a notícia – Uma história social dos jornais nos EUA* (2010), destaca que também naquele território, embora num contexto político e social diferente, os primeiros jornais eram bastante controlados politicamente.

Editar um jornal era uma questão intensamente pessoal. Os primeiros jornais foram operações de pequeno vulto. Uma só pessoa geralmente trabalhava como editor, repórter (se é que existia alguma reportagem em todo o jornal), gerente e impressor. Mas o caráter pessoal desses primeiros jornais não deve ser mal interpretado. Muitos editores eram subordinados a seus mestres políticos e, ao mesmo tempo, bastante limitados em sua visão sobre o que era aceitável publicar. (SCHUDSON, 2010, p. 27).

### 2.1.2 Teoria liberal da imprensa

Aos poucos a burguesia aparece como classe em ascensão contra o Absolutismo e o cenário jornalístico muda sensivelmente. Esse novo ator social precisava de um instrumento capaz de aumentar sua influência e impor seu poderio. Os jornais serão essa ferramenta valiosa.

A diferença reside no facto de que a burguesia – enquanto se esforçava por alcançar o poder político, na sua luta contra os senhores feudais – tinha necessidade de criar um meio de informação e influência social de massas eficiente e contínuo que a ajudasse a ganhar apoio entre as mais vastas camadas de potenciais aliados. Isto decorria das necessidades econômicas, políticas e ideológicas completamente novas da burguesia, as quais não existiam (HUDEC, 1978, p. 21)

De um conteúdo que passava pelo aval do monarca e dos senhores feudais, com uma estrutura comercial precária e uma edição de notícias amadora, organizadas com temas que os

editores julgavam ser interessantes ao público, os jornais passaram a ser palco de diferentes ideais, defensores de posicionamentos políticos. Surge o “jornalismo romântico” que, ainda sem pretensões de lucro, visa conscientizar a sociedade. O sociólogo Jürgen Habermas (2014) define essa fase como a de um “jornalismo de escritores”.

No continente europeu ela [essa fase] começou com os “jornais eruditos” e, na Inglaterra, com os semanários morais e as revistas políticas, assim que diversos escritores começam a usar o novo instrumento da imprensa periódica para obter eficácia publicística em sua discussão mediante razões, conduzida com intenção pedagógica. (...) Agora a finalidade de obter ganho econômico com esse empreendimento passa quase completamente a segundo plano, indo contra todas as regras de rentabilidade e sendo muitas vezes um negócio deficitário de início. (HABERMAS, 2014, p. 397).

Começam a aparecer pelo mundo movimentos reivindicatórios da liberdade de imprensa. A Suécia foi o primeiro país a implementar a Liberdade de Imprensa através de uma lei criada no ano de 1766. Por intermédio dessa legislação, foi garantido que os profissionais de jornalismo e os jornais daquele país poderiam publicar qualquer tipo de notícia, desde que ela fosse real e que não houvesse difamação.

De um impulso inicialmente pedagógico, os jornais partem para um objetivo político. A Revolução Francesa, ocorrida em 1789, foi um marco histórico propulsor desse jornalismo de ideais que, para Ciro Marcondes Filho, caracteriza o verdadeiro surgimento da imprensa.

O jornalismo é filho legítimo da Revolução Francesa (...). Ele expande-se a partir da luta pelos Direitos Humanos nesta que foi a “revolução símbolo” da destituição da aristocracia, do fim das monarquias e de todo o sistema absolutista herdado da Idade Média, assim como da afirmação do espírito burguês. O aparecimento do jornalismo está associado também à “desconstrução” do poder instituído em torno da Igreja e da Universalidade. (...) O saber se espalha e começa a arruinar as bases da unidade religiosa. (...) E a Revolução Francesa, símbolo da queda de regimes monárquicos e do poder aristocrático, foi também, ao mesmo tempo, a conquista do direito à informação. Além de decapitar nobres, tratava-se agora de abrir os diques de seus segredos. (...) Surge daí uma prática eminentemente sua, o mito da transparência, filho direto da ideologia das Luzes. (MARCONDES FILHO, 2000, p. 10).

É exatamente nessa fase que, de acordo Habermas (2014), surge, de fato, o que ele classifica como “esfera pública”, um espaço virtual que oferece uma arena autônoma e aberta para o debate público. Esse espaço faz a mediação entre o privado (base da sociedade, a vida dos cidadãos) e o público (o topo da sociedade, simbolizado, por exemplo, nas instituições políticas). O acesso a questões políticas, econômicas e sociais, explicitadas de forma opinativa nos jornais, faz a população participar de discussões abertas sobre essas questões em praças, cafés, saraus, auditórios e aulas. Claro que uma fatia privilegiada da população, que era letrada e tinha acesso à informação.

Agora, os jornais tinham sua liberdade editorial assegurada, sem interferências do sistema político.

(...) Uma imprensa que se desenvolvia a partir da discussão mediante razões empreendida pelo público, a qual ela apenas prolongava, continuou a ser inteiramente uma instituição desse próprio público: agia como uma espécie de mediador e amplificador, e não mais apenas como mero órgão de transporte de informações (...) A imprensa de opinião, como uma instituição do público que discute, está ocupada primeiramente em afirmar essa função crítica (HABERMAS, 2014, p. 399)

Tem-se, no período, o advento do Iluminismo e o crescimento das liberdades políticas, religiosas e econômicas. Nesse contexto, nasce a chamada “teoria liberal da imprensa”. Tendo seu auge durante o século XIX, nos EUA, essa teoria prega que o jornalismo dever ser um agente controlador do governo, em prol da sociedade. “As pessoas eram consideradas seres racionais, capazes de distinguir entre a verdade e a mentira. A imprensa deveria ser, digamos assim, um sócio na busca da verdade, e não um instrumento do governo” (KUNCZIK, 2001, p. 74).

O jornalismo passa a ser considerado como o “quarto poder”; uma força livre da ação governamental, de controles externos e que deve, na busca da verdade, dar espaço a todas as ideias, como forma de garantir a democracia. A teoria liberal da imprensa foi sustentada por vários pensadores liberais, como Thomas Paine, John Stuart Mill e Alex de Tocqueville. De acordo com Denis McQuail (2013, p. 161), a expressão “quarto poder” teria sido criada no século XVIII, pelo político inglês Edmund Burke, membro do partido whig (de linha liberal), na Câmara dos Comuns, na Inglaterra, para se referir ao poder político que a imprensa possuía, comparável aos três poderes do reino britânico: os Lordes, a Igreja e a própria Câmara dos Comuns.

O poder da imprensa surgiu a partir de sua capacidade de dar ou retirar publicidade e da sua capacidade informativa. A primeira liberdade fundamental foi relatar e comentar as deliberações, assembleias e atos de governos, e esta foi a pedra angular da democracia representativa e do progresso. Todos os movimentos revolucionários reformistas do século XVIII em diante inscreveram a liberdade de imprensa em seus estandartes e a usaram na prática para promover suas causas (HARDT, 2003 apud MCQUAIL, 2013, p.161).

Nesse período, chamado por Ciro Marcondes Filho de “Primeiro Jornalismo”, passa a ser veementemente combatida a cultura dos segredos. “A época burguesa inverte o processo: agora tudo deve ser exposto, superexposto, ostensivamente mostrado. (...) É a época da ebulição do jornalismo político-literário, em que as páginas impressas funcionam como caixa acústica de ressonância de todas as ideias” (MARCONDES FILHO, 2000. p.11).

Aprovada em 1798, o texto da Primeira Emenda da Constituição dos EUA sintetiza os fundamentos da teoria liberal. Ele reserva quatro funções à imprensa: a) proporcionar um fórum para a discussão de ideias muitas vezes contraditórias; b) dar voz à opinião pública; c) ser os olhos e os ouvidos dos cidadãos para avaliar a cena política e o desempenho dos políticos; e d) agir como “vigilante” que avisa quando detecta sinais de mau comportamento, corrupção e abuso nos corredores do poder. (BLUMLER e GUREVITC, 1995 apud FERREIRA, 2011, p. 81).

### 2.1.3 Teoria da responsabilidade social da imprensa

Com a consolidação do Estado de direito burguês e da esfera pública, agora politicamente ativa e legalizada, as lutas sociais ganharam as ruas em diversos países. Os ideais nacionalistas, socialistas e liberalistas passaram a disputar as preferências políticas das massas, que lotavam os grandes centros urbanos, como resultado do acelerado processo de urbanização e industrialização. Partidos políticos de diferentes tendências buscaram nos jornais uma forma de expressão de seus ideais e de convencimento. Os representantes da classe operária também lançaram impressos voltados aos interesses da esfera pública proletária, denunciando as más condições de trabalho e a exploração dentro das indústrias.

James Curran e Jean Seaton (apud CHOMSKY; HERMAN, 2003), em sua análise da evolução da mídia na Grã-Bretanha na primeira metade do século XIX, descrevem o surgimento dessa imprensa de cunho crítico, que alcançou um público de classe em nível nacional.

Essa imprensa alternativa foi eficaz no reforço de uma consciência de classe; uniu os trabalhadores porque incentivou um sistema e uma estrutura alternativos de valores para a observação do mundo e porque promoveu uma maior confiança coletiva ao enfatizar repetidamente o poder potencial dos trabalhadores para realizar uma mudança social através da força da combinação e da ação organizada, o que foi considerada uma grande ameaça pelas elites dominantes. (CHOMSKY; HERMAN, 2003, p. 63).

Falaremos mais à frente especificamente sobre os teóricos que discutiram o papel dessa imprensa.

Enquanto esse jornalismo popular estimulava as lutas em favor do trabalhador, os donos de grandes jornais começavam a ver seus impressos não mais como porta-vozes de convicções e ideais, mas como “empresas”, já em um pujante sistema capitalista. As redações aumentam sua estrutura, avançam tecnologicamente, os anúncios chegam como forma de sustentação financeira e a notícia passa a ser vista como “mercadoria”. Em 1814, o *Times*, de Londres, já é impresso em novas prensas rotativas que substituíram a prensa de madeira de Gutenberg.

Na Inglaterra, França e Estados Unidos, esse desenvolvimento de uma imprensa de convicções para uma imprensa comercial ocorre mais ou menos no mesmo período dos anos 1830. O negócio de anúncios permite uma nova base de cálculos: com preços muito mais baixos e com um número muito mais diversificado de compradores, o dono do jornal podia esperar vender uma parte proporcionalmente crescente do espaço do jornal para anúncios. (HABERMAS, 2014, p. 400)

As empresas jornalísticas vão crescendo, ampliando sua base de capital para contarem cada vez mais com inovações tecnológicas capazes de aumentar as tiragens e, conseqüentemente, as vendas. O aumento na escala de produção dos jornais, por conta do maquinário avançado, leva ao aumento dos custos. As empresas jornalísticas ficam com cada vez mais jeito de indústrias. Em 1867, o custo inicial de um jornal diário em Londres era de 50 mil libras. Em 1918, o *Sunday Express* era lançado ao custo de mais de dois milhões de libras. O custo das máquinas de impressão, mesmo para os jornais pequenos, foi por muitas décadas da ordem de centenas de milhares de dólares. Isso fez com que a imprensa operária fosse, aos poucos, minguando. (CHOMSKY; HERMAN, 2003, p. 64).

A atividade dos profissionais na redação foi se tornando cada vez mais especializada. Saber redigir, revisar e difundir o mais rapidamente possível uma notícia torna-se mais importante do que escrever textos bem argumentados, carregados de ideologia.

Embora ainda persistam diversos jornais políticos, nascem uma série de impressos populares, com temática sensacionalista, marcados por tiragens-monstro (com milhares de exemplares) e preços ínfimos. Essa imprensa, conhecida nos EUA como *penny press*, por ser formada por jornais vendidos ao valor de 1 penny (que equivalia a um centavo), sintonizava-se com a classe média em ascensão.

A fundação dos penny papers é uma evidência do novo tipo de empresário e do novo tipo de imprensa que os de 1830 apoiaram. As qualidades contemporâneas admiradas ou detestadas nesses jornais – relativa independência partidária, preço baixo, intensa circulação, ênfase sobre a notícia, atualidade e sensacionalismo – têm a ver com o surgimento de uma classe média urbana. (SCHUDSON, 2010, p. 64).

O *New York Sun*, cuja primeira edição data de 3 de setembro de 1833, foi pioneiro dentre os *penny papers* americanos. Em janeiro de 1834, poucos meses depois de ser lançado, alcançou a circulação de 5 mil exemplares. Dois anos mais tarde vendia 15 mil cópias diárias. Logo depois do *Sun* surgiram outros dois concorrentes em Nova York: o *Evening Transcript* e o *New York Herald*, de James Gordon Bennett. Em junho de 1835, a circulação desses três impressos somava 44 mil exemplares. (SCHUDSON, 2010).

Com a invenção do telégrafo, em 1844, e do telefone, em 1876, as redações tornaram-se ainda mais ágeis, possibilitando a criação de uma rede de notícias, capaz de difundir fácil e agilmente os fatos para diferentes locais do mundo. Para ser mais atrativo ao leitor e, conseqüentemente, mais vendável, o jornal vai tendo seu conteúdo e sua estética moldados. Criam-se as manchetes, as reportagens e investe-se na estética da capa. Conforme aponta o pesquisador português Nelson Traquina (2005), respeitado estudioso da imprensa, o jornalismo transformou-se num negócio com um número crescente de proprietários que publicavam jornais com o objetivo de obter lucro, para expandirem ainda mais o seu empreendimento capitalista. Os jornais passam a ter uma independência econômica em relação aos subsídios políticos. As novas formas de sustentação financeira e as receitas de publicidade permitiram a despolitização da imprensa, que deixou de ser usada como porta-voz de opiniões para ser divulgadora de informações atrativas para o público.

Em finais do século XIX o jornal tornou-se cada vez mais importante como veículo para a publicidade, principalmente no momento em que a publicidade em si tornou-se mais central numa economia em expansão. A partir de 1880, os armazéns, em conjunto com os medicamentos, eram a base de sustento das colunas de publicidade dos jornais. Os pequenos anúncios ganharam importância. Produtos de “marca”, promovidos a nível nacional, como sabonetes, fermentos e outros, começaram a aparecer nas colunas dos jornais. O número de pessoas empregadas na indústria de produção das notícias aumentou também. (TRAQUINA, 2005, p.36-37).

Em sua classificação, Ciro Marcondes Filho chama esse período de Segundo Jornalismo (de 1830 a 1900), quando todo romantismo da primeira fase é deixado de lado em prol do lucro.

O segundo jornalismo, o do jornal como empresa capitalista, surge a partir da inovação tecnológica da metade do século XIX nos processos de produção do jornal. A transformação tecnológica irá exigir da empresa jornalística a capacidade financeira de autossustentação, pesados pagamentos periódicos para amortizar a modernização de suas máquinas; irá transformar uma atividade praticamente livre de pensar e de fazer política em uma operação que precisará vender muito para se autofinanciar. A fase romântica em que o valor pedagógico era financiado pela falência do jornal [Habermas] cede o passo à imprensa moderna e sintonizada com as exigências do capital. Um texto da época, segundo Jaenick, diz que “grande quantidade de escritores é puramente rebaixada a servidores, criados, ‘ajudantes de mercado’ (MARCONDES FILHO, 2000, p. 13).

A mudança estrutural na imprensa passa a acompanhar a mudança estrutural ocorrida nas demais indústrias da ordem capitalista: a concentração e centralização. No final do século XIX, formam-se os primeiros conglomerados jornalísticos, como o grupo Hearst, do empresário norte-americano William Randolph Hearst, com uma grande rede de jornais, dentre eles o *The New York Journal*, e o grupo *Northcliffe*, do empresário inglês Alfred Charles William Harmsworth, conhecido como Lord Northcliffe, fundador do *Daily Mail* e do *Daily Mirror*, na



Inglaterra. Esses conglomerados passam a praticar um jornalismo de “vale tudo” pelo lucro, chegando até mesmo a inventar fatos. Conforme apontamos no Capítulo 1, os excessos de William Randolph Hearst inspiraram o cineasta Orson Welles a fazer o filme 'Cidadão Kane', de 1942, um clássico na cinematografia que aborda o jornalismo.

Aos poucos o jornalismo deixa de ser “os olhos e os ouvidos dos cidadãos” e passa a se corromper, ficando refém dos interesses do capital. “A dupla função dos meios de comunicação da empresa privada, a de produzir utilidades e servir aos seus anunciantes versus a de servir ao público foi cumprida inicialmente só de um lado” (KUNCIZIK, 2001, p. 75). As redações passam a priorizar redatores que trabalham orientados para os interesses privados da empresa jornalística. A autonomia do redator é sensivelmente restringida mesmo no tipo de imprensa que não se dobra às leis do mercado, mas serve prioritariamente a fins políticos, como no caso de alguns jornais controlados por organizações políticas, presentes na Inglaterra, França e na Alemanha. Nesses impressos, em vez de estar subordinado ao diretor da empresa jornalística, o redator é inspecionado por uma comissão fiscalizadora, e precisa igualmente respeitar certas diretrizes. (HABERMAS, 2014).

Aumenta o volume publicitário e enfraquece-se a posição dos editores e redatores. O redator perde autonomia e o tratamento e a elaboração de notícias se sobrepõem à “linha editorial”. A partir de 1870, a escolha dos títulos e a distribuição de matérias no jornal saem das mãos do redator e vão tornar-se funções do editor (MARCONDES FILHO, 2000, p. 24-25).

Habermas aponta um dilema oriundo da expansão dos jornais. Se por um lado a esfera pública se expandiu com a grande capacidade de abrangência de público, por outro a imprensa foi cada vez mais deslocada da esfera pública e reassumida pela antiga esfera privada, tendo que ficar subordinada aos seus interesses. “Quanto maior é a eficácia do ponto de vista publicístico, tanto mais susceptíveis se tornam à pressão e determinados interesses privados, sejam individuais, sejam coletivos” (HABERMAS, 2014, p. 407).

Nas primeiras décadas do século XX, no período classificado por Ciro Marcondes Filho de “Terceiro Jornalismo”, o jornal impresso passa a concorrer com outros meios de comunicação. Surgem o rádio e a TV (falamos aqui em termos mundiais), mídias com alta influência sobre as massas. “Sem dúvida, a necessidade de capital pareceu tão significativa, e o poder publicístico tão ameaçador, que, em certos países, como é sabido, a orientação desses

meios de comunicação<sup>63</sup> foi colocada, desde o começo, no interior da regência estatal ou sob controle estatal” (HABERMAS, 2014, p. 405).

É nesse contexto de uma imprensa que estaria a serviço do capital, com coberturas sensacionalistas, estética atrativa e grande influência, que os poderes irrestritos do jornalismo começam a ser questionados.

No início do século XX, ficou claro para muitos reformadores que a liberdade de imprensa, no sentido econômico e expressa em termos puramente negativos, de rejeição à interferência do governo, foi deixando de representar o sentido pleno da liberdade de expressão, que inclui alguma noção de oportunidade realista de acesso a canais de divulgação. Em vez de ser um veículo para o avanço da liberdade e da democracia, a imprensa estava se tornando (principalmente na pátria anglo-americana dessas ideias) cada vez mais um meio de ganhar dinheiro e fazer propaganda para as novas e poderosas classes capitalistas e, principalmente, para os “barões da imprensa”. (MCQUAIL, 2013, p. 162).

Em um texto de 1910, intitulado *Sociologia da imprensa: um programa de pesquisa*, o economista e sociólogo Max Weber analisa o crescimento do jornalismo como atividade capitalista regida pela ação racional com relação a fins. Weber observa como a racionalidade e a lógica do capitalismo se impuseram até mesmo sobre uma atividade cuja mercadoria é a informação. Ele aponta a imprensa como uma empresa capitalista e privada que ocupa uma posição peculiar, porque, ao contrário de outras empresas, tem dois tipos de cliente, os leitores e os anunciantes, sendo que estes últimos têm um peso muito maior nas decisões do veículo jornalístico. “Comparando, em nível internacional, o grau e o tipo de relação existente entre a imprensa, que deseja instruir e informar objetivamente o público no que se refere à política e outros âmbitos, e o coletivo dos anunciantes que expressam as necessidades de propaganda do mundo dos negócios, observam-se enormes diferenças”. (WEBER, 1910, p. 17).

As discussões sobre a função do jornalismo são ampliadas para os meios de comunicação em geral, incluindo rádio e TV. Em 1942, o fundador da revista *Time*, Henry Luce pediu ao reitor da Universidade de Chicago, Robert M. Hutchins, para criar uma comissão, financiada por ele, com o objetivo de pesquisar e discutir o papel e os deveres dos grandes meios de comunicação de massa. Conhecida como Comissão Hutchins ou Comissão sobre a Liberdade de Imprensa, esse grupo, formado por 13 personalidades dos mundos empresarial e acadêmico, criou em 1947 o relatório *A Free and Responsible Press (Uma Imprensa Livre e Responsável)*, que propunha uma nova agenda para a imprensa, incluindo os veículos de rádio e TV. Surge a “teoria da responsabilidade social da imprensa”, que continua a defender uma

---

<sup>63</sup> O rádio e a TV.

imprensa livre, mas desde que seus atos sejam socialmente responsáveis. Ou seja, a liberdade de imprensa está condicionada, depende de certas obrigações que os veículos jornalísticos precisam ter com a sociedade. Para Theodore Peterson, um dos 13 formuladores da teoria da responsabilidade social da imprensa, a teoria libertária, baseada no “livre mercado de ideias” e que tinha como missão fiscalizar o governo, mostrava-se insuficiente para assegurar uma atuação responsável por parte das instituições de comunicação (SCHMUHL, 1984, p. 52).

Além da liberdade editorial frente aos poderes, o relatório da Comissão Hutchins defendia que os órgãos jornalísticos deveriam “proporcionar um relato verdadeiro, completo e inteligente dos acontecimentos diários dentro de um contexto que lhes dê significado” e “assim como uma ferrovia não pode se recusar a transportar qualquer passageiro que tenha comprado um bilhete, um jornal também não pode recusar espaço em seu noticiário para divulgar as ações ou pontos de vista de grupos ou indivíduos, que tenham sido criticados”. Ainda de acordo com o texto, o jornalismo teria como dever apresentar “um quadro representativo dos principais grupos que formam a sociedade” (SCHMUHL, 1984, p. 53). Percebe-se, já nesse momento, uma preocupação com o pluralismo, princípios que norteiam hoje manuais de redação de diversos veículos jornalísticos pelo mundo.

Essa teoria claramente não foi bem recebida por parte dos empresários de mídia e outros setores defensores da liberdade de imprensa irrestrita. McQuail (2013) observa que a tradição de cobrar responsabilidade social da imprensa acabou sendo muito mais colocada em prática em países da Europa Ocidental, que nos EUA, onde a teoria surgiu. O desejo de recomeço, após a II Guerra Mundial, o crescimento de políticas progressistas e uma onda de concentração na propriedade da mídia instigavam a prática dessa teoria.

O estudioso americano Robert G. Picard, considerado pai dos estudos de economia da mídia, cunhou em 1985 a expressão “teoria da imprensa democrático-socialista” para descrever o modelo de “bem-estar social” europeu dos meios de comunicação nesse período.

Em vários países (principalmente Grã-Bretanha e Suécia) foram realizadas investigações públicas sobre o estado da mídia (ver, por exemplo, a *Royal Commission on the Press*, de 1977), que examinavam a diversidade e a concentração da imprensa, e alguns deles introduziram subsídios para manter uma série de jornais concorrentes e, principalmente, o apoio a publicações em dificuldades e de minorias. O objetivo central era certamente a saúde da democracia. O interesse público foi interpretado como justificativa de várias formas de intervenção do Estado naquilo que fora um mercado livre, embora a intervenção real tenha sido mantida no mínimo. (MCQUAIL, 2013, p. 164-165).

Ainda como consequências da teoria da responsabilidade social da imprensa, são formados em diversos países diferentes conselhos de imprensa, são criados princípios de boas práticas e códigos de ética e de conduta. Os conselhos de imprensa são órgãos não-governamentais que fazem a mediação entre o público e a mídia; sua função é julgar queixas apresentadas por qualquer parte afetada pelos veículos jornalísticos, principalmente a mídia impressa, já que a radiodifusão tem suas próprias formas de conselho). Já o código de ética jornalística é um conjunto de princípios de conduta profissional que são aprovados e controlados pelos próprios jornalistas. “O fenômeno reflete o processo geral de profissionalização do jornalismo, mas também o desejo da indústria de mídia de se proteger de críticas e, principalmente, da ameaça de intervenção externa e redução de autonomia” (MCQUAIL, 2013, p. 165).

#### 2.1.4 Imprensa como “cão de guarda” e seu papel nos regimes democráticos

Mas a pressão pela liberdade de imprensa continuava, inclusive no campo acadêmico. Em 1977, o professor Vincent Blasi, nos Estados Unidos, lançou a teoria da imprensa como “cão de guarda” da sociedade, retomando a necessidade de autonomia da imprensa. Nesse papel o jornalismo deveria descobrir e disseminar ações de corrupção e de incompetência dos governantes, em defesa dos cidadãos, e, para isso, precisaria ser livre.

Vincent Blasi argued that empowering the press to keep a watchfull eye on the government is the main reason for valuing freedom of speech. He calls it “checking function” Abuses by the government are “an especial serious evil”, Blasi argued, more serious than abuses by large corporations or other power agentes. Governmente, after all, is unique in its “capacity to employ legitimized violence” – we give the police, not corporate CEOs, the right to use guns against us (SIEGEL, 2008, p.54)

Paralelamente à discussão sobre impor limites à imprensa ou empoderá-la, começa a ser discutido o papel que o jornalismo deve ter em regimes democráticos. Em 2008, no livro *Por que as Democracias precisam de uma imprensa desagradável*, Michael Schudson afirmou que numa sociedade em que há democracia o jornalismo deve atuar em seu favor, assumindo funções voltadas a aprofundá-la e estabilizá-la. Tomando como base a proposta de Schudson, o pesquisador português Gil Baptista Ferreira, no artigo *Qual o papel do jornalismo nas democracias contemporâneas? Jornalismo público e deliberação política*, destaca sete funções que o jornalismo pode apresentar em uma sociedade democrática. A primeira seria o papel vital de informar o público através da notícia. A segunda seria a de investigar a ação de diversos agentes do poder. A terceira seria a função da análise, através da qual os jornalistas fornecem quadros de interpretação para que a sociedade possa compreender melhor fatos complexos. A

quarta, nomeada por Schudson como “empatia social”, seria a de divulgar histórias de interesse humano, oriundas da diversidade de pontos de vista e modo de vida que compõem a sociedade. A quinta função entende a imprensa como geradora de espaço público, a sexta como um agente de mobilização, advogando a favor de determinadas perspectivas ou programas políticos e, finalmente, a sétima como uma ferramenta de divulgação da própria democracia – mais concretamente da democracia representativa (SCHUDSON, 2008, p-11-26 apud FERREIRA, 2011, p. 82-83).

Schudson, portanto, coloca o atendimento ao pluralismo e a defesa da democracia como tarefas importantes da imprensa, tão relevantes quanto atuar como cão de guarda da sociedade, fiscalizando as ações do governo e de seus agentes.

#### 2.1.5 A imprensa como instrumento de luta contra a exploração: as teorias de Marx, Lênin e Gramsci

Nesse momento pedimos licença ao leitor para voltarmos um pouco no tempo. É preciso que, nesse resgate histórico das teorias sobre o papel do jornalismo, discutamos o pensamento de teóricos que viram na imprensa uma ferramenta ideológica, que deve servir para mudar as estruturas opressoras do poder. Destacaremos o ideário de três jornalistas militantes. Três intelectuais que não apenas exerceram o jornalismo em diferentes redações como teorizaram sobre o papel da imprensa. Marx, Lenin e Gramsci, nessa sequência, atuaram e pensaram o jornalismo no contexto de uma industrialização acelerada, que acirrava a exploração sobre as classes operárias, de disputas geopolíticas por território entre potências e blocos aliados e de emergência de uma nova fase do capitalismo (o imperialismo), marcada por características tecnológicas, econômicas e políticas que renovavam esse sistema, propiciando seu predomínio como modo de produção no mundo. (HOBSBAWM, 1979).

Conforme destaca Dênis de Moraes, em uma análise que faz das teorias de imprensa desses três intelectuais, no livro *Crítica da Mídia & Hegemonia Cultural* (2016), os escritos de Marx sobre o jornalismo são altamente influenciados por sua produção teórica. O filósofo e sociólogo nascido em Tréveris, Alemanha, em 5 de maio de 1818, começou a trabalhar como jornalista depois que finalizou sua tese de doutorado na Universidade de Jena, em 15 de abril de 1841. Sua família enfrentava dificuldades financeiras por conta da morte do pai (Heinrich) e, sem chance de atuar no mundo acadêmico (com a ascensão de Frederico Guilherme IV ao trono da Prússia os intelectuais hegelianos foram afastados da universidade), viu no jornalismo

uma alternativa profissional interessante, já que poderia, através dela, expor seus pensamentos políticos.

Marx teve a oportunidade de trabalhar não só em jornais totalmente voltados ao operariado, mas na imprensa burguesa, mantida por acionistas capitalistas (isso no início da sua carreira, quando atuou na *Gazeta Renana*<sup>64</sup>). Seus primeiros escritos sobre jornalismo possuem um viés ainda “suave”, no sentido de limitar o papel da imprensa à realização de críticas consistentes sobre os problemas sociais e à denúncia de atos de censura proferidos pelo Estado-feudal burocrático prussiano (que seguia o Absolutismo Monárquico). À medida que sofre a radicalidade da censura na própria pele, tendo que se exilar, e que deixa o idealismo hegeliano partindo para o materialismo dialético, começa a ver no jornalismo um instrumento revolucionário, que deveria ter como primeiro dever “minar todas as bases do sistema político existente”.

(...) de uma vez por todas, é o dever da imprensa tomar a palavra em favor dos oprimidos à sua volta. E também, cavalheiros, a casa de servidão tem seus próprios alicerces nas autoridades políticas e sociais subordinadas, que confrontam diretamente a vida privada da pessoa, o indivíduo vivo. Não basta combater as condições gerais e as altas autoridades. A imprensa precisa decidir entrar na liça contra este policial em particular, este procurador, este administrador municipal (...). O primeiro dever da imprensa, portanto, é minar todas as bases do sistema político existente. (MARX, 2006, p. 106-107).

Marx também denunciava a hipocrisia da maioria dos jornais tradicionais que pregavam a liberdade de imprensa, mas desde que essa liberdade não afetasse os interesses da burguesia. Atacou os defensores burgueses da liberdade de imprensa, afirmando que eles queriam somente “três oitavos de liberdade”. (MORAES, 2016, p. 43). Para Marx, o jornalismo e seus meios se apresentam como instrumento de luta de classes, por isso era preciso usar a imprensa para conscientizar o operariado da sua situação de exploração e motivá-lo a agir.

A partir das reflexões de Marx, o líder revolucionário Vladimir Lênin, nascido em 22 de abril de 1870, em Simbirsk (atual Ulyanovsk), na Rússia, teorizou sobre o papel estratégico da imprensa na divulgação das ações das organizações de esquerda e dos partidos comunistas. Para Lênin, seria impossível conduzir a luta revolucionária sem o jornalismo. “A criação do partido, se ele não for representado convenientemente por um órgão determinado, permanecerá

---

<sup>64</sup> O jornal, que ficava na Renânia, região mais desenvolvida da Prússia, reunia a burguesia liberal (que se fortalecia com a expansão da indústria e cobrava um Estado unitário, capaz de atender seus interesses econômicos) e a intelectualidade hegeliana de esquerda (com jovens como Marx) que não conseguia debater suas ideias no campo acadêmico em função da censura. Esses dois grupos tinham como interesse comum combater o Estado prussiano burocrático-feudal e os privilégios do Absolutismo monárquico, que afetavam a liberdade de imprensa, de organização e de comercialização.

em grande medida letra morta” (LÊNIN apud WORONTSOV, 1977, p. 43). Em sua visão, o jornal, necessariamente político, poderia “fazer progredir sem cessar” a organização revolucionária, poderia “despertar nos elementos um pouco conscientes da população a paixão das revelações políticas (...), levar a cabo a nossa tarefa: concentrar todos os elementos de descontentamento e de protesto políticos, para fecundar o movimento revolucionário do proletariado” (ibid., p. 60, 70).

No artigo *Lênin e a imprensa revolucionária*<sup>65</sup>, publicado em 29 de novembro de 2018, no blog da editora Boitempo, Dênis de Moraes aponta que Lênin se aproxima do jornalismo após passar um período de pouco mais de um ano na prisão por conspirar contra o tsarismo<sup>66</sup>.

Em 1897 fora banido para a Sibéria. No exílio, em meio às leituras e à avaliação das futuras alternativas de ação, vislumbrou como urgente a criação de um jornal partidário capaz de estabelecer vínculos regulares com grupos e células ativistas, com o propósito de entrosá-los em torno de diretrizes e planos para a luta de classes, ao lado do proletariado e demais trabalhadores contra o regime imperial. Tal jornal seria o Rabótchaia Gazeta (Gazeta Operária), designado órgão oficial do Partido Operário Social Democrata Russo (POS DR) no congresso de fundação realizado em março de 1898, em Minsk. Mas o jornal, editado em Kiev, foi interdito pelo governo tsarista no segundo número e os artigos de Lênin acabaram arquivados. (MORAES, 2018, online).

Deportado e proibido de viver na Rússia por sua oposição ao regime tsarista, em 29 julho de 1900 exilou-se em Genebra, na Suíça, tendo como objetivo organizar um partido unitário e centralizado, inspirado pelo marxismo revolucionário. Seis meses depois, criou na Alemanha o jornal *Iskra* (*Centelha*).

O título inspirou-se em um verso do poeta Aleksandr Odoiëvski, exilado na Sibéria: “Da centelha nascerá a chama!” Centenas de exemplares foram distribuídos [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10] por uma rede clandestina de militantes, através das fronteiras alemã, austríaca e turca. Lênin era o redator-chefe e pontificavam na equipe Gueórgui Plekhánov, Pável Akselrod, Vera Zassúlitch, Yuliy MártoV e Aleksandr Potriéssov. (MORAES, 2018, online)

Uma das metas do *Iskra*, segundo Moraes, era levar os leitores-militantes à participação política imediata. Com a colaboração ativa de Lênin, o grupo do *Iskra* elaborou o projeto de programa do Partido Operário Social Democrata Russo, publicado no número 21 do jornal. O *Iskra* já era reconhecido como publicação influente entre os revolucionários russos. Ele foi formalizado como órgão central, “a voz do partido que deve repercutir o essencial de suas teses” (LÊNIN apud MORAES online).

<sup>65</sup> Disponível em: < <https://blogdaboitempo.com.br/2018/11/29/lenin-e-a-imprensa-revolucionaria/> > Acesso em: 14 jun. 2020.

<sup>66</sup> Regime político dos czares que vigorou na Rússia até a revolução bolchevista, comandada por Lênin, em 1917.

Lênin definiu três princípios básicos da imprensa comunista: educar as massas para elevar o nível de consciência política; organizar os setores mais combativos da classe operária em torno do partido; propagar a linha programática. Também estabeleceu quatro quesitos que precisavam ser cumpridos para a jornal partidário conquistar credibilidade junto aos leitores:

a) a seriedade da informação, o que significa “ir ao local, escolher os documentos, organizar fichários, fazer estatísticas, não omitir data ou nome”; b) a interpretação marxista dos fatos sociais; c) o vigor da expressão”; d) boas reportagens devem basear-se em “documentação nova, múltipla, recolhida e elaborada por homens competentes”, recrutados entre os quadros mais preparados para a tarefa. (LÊNIN apud MORAES online)

Dênis de Moraes lembra que Lênin também teorizou sobre o jornalismo no período pós-revolução. Ele defendeu o “monopólio estatal sobre os anúncios privados na imprensa” para acabar com o domínio dos veículos jornalísticos burgueses:

O poder estatal na forma dos soviets toma *todas* as gráficas e *todos* os jornais e os distribui *equitativamente*: o Estado deveria vir primeiro – em benefício dos interesses da maioria das pessoas, a maioria dos pobres, particularmente a maioria dos camponeses, que por séculos foram atormentados, esmagados e embrutecidos pelos proprietários de terras e pelos capitalistas. (LENIN apud MORAES, online).

Para Moraes (2016, p. 58), a teoria do jornalismo, na formulação leninista, pode ser definida como “o estudo da inserção na vida partidária”. Ou seja, o jornalismo está totalmente vinculado aos objetivos do partido.

Nascido em Ales, na Sardenha (Itália), em 22 de janeiro de 1891, o filósofo marxista italiano Antonio Gramsci também teve no jornalismo uma de suas principais atividades e pensou teoricamente a imprensa. Sua atuação como jornalista, com passagem por diferentes periódicos progressistas de cunho revolucionário, relaciona-se à sua militância como intelectual e líder comunista. Tal como Marx e Lênin, bebendo nas formulações teóricas de ambos, via o jornalismo na centralidade das lutas ideológicas e de classe.

Seu primeiro texto jornalístico foi publicado em 26 de julho de 1910 no jornal *L'Unione Sarda*, impresso bastante popular na Sardenha por fazer oposição ao governo nacional. Escreveu em outros jornais que defendiam a causa operária como *Il Grido del Popolo* e *Avanti!* Em 1919, rompeu com o Partido Socialista, formando um grupo político a partir de sua ala esquerda e criando, para projeção do ideário desse grupo, o jornal *Ordine Nuovo*. Com ele, organizou o movimento dos conselhos de fábrica de Turim, embrião do futuro Partido Comunista italiano. Comandou a greve geral dos trabalhadores de Turim em 1910 e, em 1924, lançou o diário *L'Unità*, órgão central do Partido Comunista da Itália. Em 1926 foi condenado a 20 anos de prisão por um tribunal do fascismo. Até ser preso, escreveu 1.700 artigos. No



longo período em que ficou detido voltou a escrever e teorizar sobre a imprensa nos seus *Cadernos do Cárcere*<sup>67</sup>, publicados posteriormente. (MORAES, 2016, p. 62-63).

Na perspectiva gramsciana, a imprensa é um agente histórico essencial para ajudar as classes que disputam o poder a modelarem a opinião pública a seu favor. Conforme destaca Moraes (p. 91), Gramsci “percebe que, em momentos de crise do sistema representativo tradicional, a imprensa às vezes extrapola sua função habitual de informar e tem um peso desproporcional na vida pública, inclusive interferindo nos processos de escolha de governantes e pressionando governos politicamente vulneráveis”.

Em seus *Cadernos do Cárcere*, Gramsci faz análise da imprensa de seu país no início do século XX. Equipara os jornais a partidos políticos, na medida em que difundem concepções de vida que acabam por influir na definição de juízos e valores. (MORAES, 2016).

Será necessária a ação política (em sentido estrito) para que se possa falar de “partido político”? Pode-se observar que no mundo moderno, em muitos países, os partidos orgânicos e fundamentais, por necessidade de luta ou por alguma outra razão, dividiram-se em frações, cada uma das quais assume o nome de partido e, inclusive, de partido independente. Por isso, muitas vezes o Estado Maior intelectual do partido orgânico não pertence a nenhuma dessas frações, mas opera como se fosse uma força dirigente em si mesma superior aos partidos e às vezes reconhecida como tal pelo público. Esta função pode ser estudada com maior precisão se se parte do ponto de vista de que um jornal (ou um grupo de jornais), uma revista (ou um grupo de revistas) são também “partidos”, “frações de partido” ou “funções de determinados partidos”. Veja-se a função do *Times*, na Inglaterra, a que teve o *Corriere de la Sera*, na Itália, e também a função da chamada “imprensa de informação”, supostamente apolítica, e até a função da imprensa esportiva e da imprensa técnica. (GRAMSCI, 2002, p. 349-359).

No caso da imprensa burguesa, seu papel é promover pontos de vista alinhados às classes dominantes e desqualificar ideias que são contrárias aos interesses dessas classes, inclusive descreditar os jornais das classes exploradas. A imprensa burguesa, na visão do filósofo italiano, desempenha um papel de Estado-maior ideológico das classes dominantes e seus sustentáculos nos meios políticos, empresariais e financeiros.

É preciso fazer compreender, é preciso insistir para fazer compreender que o proletariado hoje não tem contra si apenas uma associação privada, mas todo o aparelho estatal, com sua polícia, seus tribunais, seus jornais que manipulam a opinião segundo o arbítrio do governo e dos capitalistas. (GRAMSCI, 2004, p. 75).

---

<sup>67</sup> Conjunto de 29 cadernos escritos por Antonio Gramsci no período em que esteve preso, entre 1926 e 1937. Os Cadernos (*Quaderni del carcere*) começaram a ser redigidos em fevereiro de 1929, no cárcere de Turi, depois que Gramsci obteve autorização para estudar e escrever.

Antes de ser condenado à prisão, em um texto de 1916, Gramsci chamou a atenção para a mercantilização dos jornais burgueses, à medida que a publicidade se tornava preponderante nos planos mercadológicos.

É a época da publicidade para as assinaturas. Os diretores e os administradores dos jornais burgueses arrumam as suas vitrines, passam uma mão de tinta pela tabuleta e chamam a atenção do passante (isto é, do leitor) para a sua mercadoria. A mercadoria é aquela folha de quatro ou seis páginas que todas as manhãs ou todas as tardes vai injetar no espírito do leitor os modos de sentir e de julgar os fatos da atualidade política que mais convém aos produtores e vendedores de papel impresso. (GRAMSCI, 1916 apud MARXISTS INTERNET ARCHIVE, online <sup>68</sup>).

No mesmo texto ele conclamava os trabalhadores a não assinarem aquele tipo de jornal. “Se os operários se persuadirem desta elementaríssima verdade, aprenderiam a boicotar a imprensa burguesa, em bloco e com a mesma disciplina com que a burguesia boicota os jornais dos operários, isto é, a imprensa socialista.” (GRAMSCI, 1916 apud MARXISTS INTERNET ARCHIVE, online).

Voltando à análise que Gramsci faz da imprensa de sua época, o filósofo italiano aponta uma distinção entre o que chama de “jornais de informação” e “jornais de opinião”. Os primeiros, sem tomar partido de forma explícita e pregando uma suposta isenção, ordenam conteúdos para um público amplo e heterogêneo, noticiando fatos corriqueiros e sensacionalistas, que buscam aumentar as vendas e manter os leitores alheios aos problemas que os atingem e às contradições da sociedade. Com poucos elementos de contextualização e interpretação, nesses periódicos, de acordo com Gramsci, o leitor ficaria impossibilitado de formar juízos que não sejam os existentes no senso comum. “Com isso, tende-se a reforçar o conformismo diante da realidade – um conformismo que Gramsci não hesita em classificar de induzido, com vistas à conservação da mentalidade capitalista” (MORAES, 2016, p. 97). No caso dos jornais de opinião, onde estaria a atuação da imprensa não comercial – a de partidos e outras organizações, o público é restrito e a intenção do conteúdo não é obter lucro e sim enfatizar posicionamentos ou mostrar suas contradições. “Dada a natureza predominantemente ideológica de tais jornais, prevalece a argumentação moral, política e intelectual. Sem deixar de abordar tópicos do cotidiano, procuram fixar posições sobre temas da atualidade” (Ibid., p. 97).

---

<sup>68</sup> Disponível em: < <https://www.marxists.org/portugues/gramsci/1916/mes/jornais.htm> > Acesso em: 10 jun. 2020.

Moraes (Ibid., p.97) lembra que ainda no período em que esteve preso Gramsci redigiu uma espécie de Manual com conceitos e técnicas jornalísticas, descrevendo tipos de publicação que poderiam auxiliar no trabalho cultural junto à classe operária. Ele destaca três classes de revista para a elevação da consciência dos trabalhadores: “a teórica, a crítico-histórico-bibliográfica e a cultura geral, indicando suas especificidades de público, linguagem e propósito”.

### 2.1.6 Hegemonia, contra-hegemonia e o papel da imprensa

Ainda sobre Antonio Gramsci, cabe discutirmos o modo como esse teórico enxergava a imprensa dentro de sua teoria política, especialmente quando discorre sobre os conceitos de sociedade civil e hegemonia.

Começemos pelo que Gramsci entende como hegemonia. E cabe dizer primeiramente que, como bem coloca Carlos Nelson Coutinho, ele cria esse conceito a partir de um enriquecimento das análises feitas por Lênin sobre como deveria ser a conquista do poder pelas classes exploradas fora da Rússia. Gramsci defende que esse processo seria mais dificultoso nas sociedades capitalistas avançadas do mundo Ocidental e que, portanto, seria necessário pensar em estratégias específicas para essa outra realidade, que muito se diferenciava do cenário em que ocorre a Revolução Russa de 1917. Em uma carta escrita ao Comitê Central do Partido Comunista em 1924, ele observa:

(...) na Europa Central e Ocidental o desenvolvimento do capitalismo não apenas determinou a formação de amplos estratos proletários, mas também, e em consequência, criou o estrato superior, a aristocracia operária, com seus anexos de burocracia sindical e de grupos social-democratas. A determinação que na Rússia era direta e lançava as massas às ruas para o assalto revolucionário, complica-se na Europa Central e Ocidental por causa de todas essas superestruturas políticas, criadas pelo maior desenvolvimento do capitalismo; elas fazem com que a ação das massas seja mais lenta e mais prudente (...) (GRAMSCI, 1924 apud COUTINHO, 1992, p. 36).

Gramsci assevera que as estruturas do Estado nas sociedades capitalistas desenvolvidas do mundo ocidental eram fortalecidas por estarem conjugadas com um estágio denso e diversificado da sociedade civil, baseado em outras formas de organização social, direitos civis e representação de interesses, como o sufrágio universal, os parlamentos, as associações profissionais, entidades vinculadas a setores econômicos, religiosos, entre outros.

Diferentemente do Estado czarista na Rússia que se apoiava nos aparelhos coercitivos e repressivos e excluía a participação política de amplos segmentos sociais, no Ocidente o poder do Estado se sustenta, em larga medida, nas camadas médias da sociedade e no fortalecimento das relações capitalistas de produção. (MORAES, 2016, p. 24).

Portanto, para Gramsci, o partido revolucionário precisaria de uma tática bem mais complexa e de longo alcance nos países ocidentais do que a implementada na revolução bolchevique. No lugar do assalto ao poder, era preciso uma “guerra de posições” de largo fôlego organizativo, com o objetivo de desarticular as trincheiras inimigas e os esquemas dominantes, conquistando a hegemonia, ou seja, a liderança ideológica e cultural sobre as outras classes. Essa liderança, nas nações ocidentais de capitalismo avançado, é disputada dentro da sociedade civil e não na sociedade política, que era típica de Estados que obtinham a hegemonia através dos aparelhos coercitivos, usando o autoritarismo e a violência. Na sociedade civil o consenso é conquistado por intermédio do que Gramsci chama de “aparelhos privados de hegemonia” (organismos relativamente autônomos em relação ao Estado). A imprensa seria um desses aparelhos, ao lado da Igreja, dos partidos políticos, sindicatos, associações, escola, entre outros. Esses aparelhos seriam os portadores materiais das ideologias e tentam a todo momento sedimentar apoios dentro da sociedade civil, funcionando como caixas de ressonância de ideias. Seu objetivo é obter “consensos” para suas posições. Conquista-se a hegemonia, quando a maioria dos integrantes da sociedade civil “compra” essas posições.

Considerando os conceitos de infraestrutura e superestrutura do materialismo histórico marxista, os “aparelhos privados de hegemonia”, como a imprensa, encontram-se na superestrutura. E uma vez obtida a hegemonia, por intermédio desses aparelhos privados, ela será usada para manter as relações econômicas da classe vencedora. Lembrando que, de acordo com Marx e Friederich Engels é na superestrutura que se encontram a cultura, a religião, a política e a ideologia, enquanto na infraestrutura estão o conjunto de relações de produção. (COUTINHO, 1992, p.76-77).

Dênis de Moraes destaca que nem sempre esses aparelhos de hegemonia podem ser encarados como independentes, pois, em situações concretas, orbitam em torno do Estado, como seus sustentáculos, difundindo o senso comum fixado pelo bloco de classes que ocupa o poder. Portanto, eles são “privados” no sentido que promovem uma visão “particular” de mundo, que pode ser, inclusive, a das classes que apoiam o Estado. É o caso dos grandes meios de comunicação “atores políticos diferenciados, tendo em vista seu raio de alcance massivo, a capacidade persuasiva e a interferência desmedida na conformação do imaginário coletivo” (MORAES, 2016, p. 20). Podemos entender aqui o que se costuma chamar de “meios de comunicação hegemônicos”, ou “mídia hegemônica”. Seriam veículos que, embora sejam privados e vendam-se como independentes, oferecem sustentação para as ideias das classes que dominam o sistema capitalista.

É importante salientar que a hegemonia não é perene. Uma vez conquistada, precisa ser mantida, pois pode ser abalada por outra corrente ideológica. Gramsci destaca o caráter dinâmico das condições de hegemonia. Ela nunca é aceita de forma passiva. Está sempre sujeita à confrontação de outras classes que disputam o consenso dentro da sociedade civil. Ou seja, não existe uma hegemonia que contemple 100% das ideias de uma sociedade. No livro *O conceito de hegemonia em Gramsci*, Luciano Gruppi chama a atenção para esse ponto:

A hegemonia é isso: a capacidade de unificar através da ideologia e de conservar unido um bloco social que não é homogêneo, mas sim marcado por profundas contradições de classe. Uma classe é hegemônica, dirigente e dominante, até o momento em que – através de sua ação política, ideológica, cultural – consegue manter articulado um grupo de forças heterogêneas, consegue impedir que o contraste existente entre tais forças exploda, provocando assim uma crise na ideologia dominante, que leve à recusa de tal ideologia, fato que irá coincidir com a crise política das forças que estão no poder (GRUPPI, 1978, p. 70).

Portanto, as classes que não entraram em consenso estarão prontas a disputar a hegemonia, tentando tirar do poder a classe dominante. “A batalha das ideias – o diálogo e o confronto cultural – assume uma importância decisiva na luta pela hegemonia” (COUTINHO, 1992, p. 42). E é dessas classes opositoras, que estão sempre buscando rachaduras no dique das classes que conquistaram temporariamente o consenso, que nasce o conceito de contra-hegemonia, proposto pelo sociólogo Raymond Williams, a partir da teoria gramsciana.

[a hegemonia] deve ser continuamente renovada, recriada e redefinida. Da mesma forma, é continuamente resistida, limitada, alterada e desafiada, por pressões que de forma alguma são suas. Temos então de acrescentar ao conceito de hegemonia o conceito de contra hegemonia e hegemonia alternativa, que são elementos reais e persistentes da prática [...]. A realidade de qualquer hegemonia, no sentido político e cultural ampliado, é de que, embora por definição seja sempre dominante, jamais será total ou exclusiva. A qualquer momento, formas de política e cultura alternativas, ou diretamente opostas, existem como elementos significativos na sociedade. (WILLIAMS, 1979, p. 115-116).

Conforme destaca Dênis de Moraes (p. 22), as ações contra-hegemônicas apresentam pensamentos e concepções de mundo alternativas para combater as “racionalidades hegemônicas, vislumbrando o presente como passível de ser alterado”. Podemos situar aqui as iniciativas de imprensa não comercial, como a imprensa partidária e operária em que atuou Marx, Lênin e o próprio Gramsci, e as iniciativas de comunicação digital alternativa vistas no século XXI, que abordamos nos Capítulos 4 e 5 desta tese. Chamamos essas iniciativas de “mídia contra-hegemônica” ou veículos contra-hegemônicos. São alternativas comunicacionais que trabalham dando preferência às narrativas dos grupos historicamente oprimidos e mostrando as falhas e nocividades dos discursos encampados pelos grandes veículos hegemônicos.

Raymond Willians analisa a ênfase que Gramsci dá à criação de uma hegemonia alternativa, pela conexão de diversas formas de luta.

A ênfase de Gramsci na criação de uma hegemonia alternativa, pela conexão prática de muitas formas diferentes de luta, inclusive as que não são facilmente identificáveis como “políticas” e “econômicas”, e na verdade não o são primordialmente, leva assim a um senso muito mais profundo e ativo da atividade revolucionária numa sociedade altamente desenvolvida do que os modelos persistentes abstratos, derivados de situações históricas muito diferentes. As fontes de qualquer hegemonia alternativa são, na verdade, difíceis de definir. Para Gramsci, elas nascem da classe trabalhadora, mas não essa classe como uma construção ideal ou abstrata. O que ele vê é antes uma classe trabalhadora que tem, precisamente, de se tornar uma classe, e uma classe potencialmente hegemônica, contra as pressões e limites de uma hegemonia existente e perigosa. (...) A qualquer momento, formas de política e cultura alternativa, ou diretamente opostas, existem como elementos significativos da sociedade (WILLIANS, 1979, p.114-116).

Outro ponto da teoria gramsciana que merece ser realçado diz respeito à reação das classes hegemônicas quando sentem que suas estruturas de domínio estão sendo ameaçadas pelas forças alternativas. Nesse caso, essas classes recorrem a “instrumentos de resistência para conservar as posições políticas adquiridas, não como forças renovadoras de desenvolvimento”. (GRAMSCI, 1999, p. 102).

É preciso que as forças alternativas que disputam o consenso dentro da sociedade civil estejam sempre atentas à conjuntura, para perceber o momento ideal de avançar com suas ações, reforçando que, conforme defende Gramsci, o processo pela disputa da hegemonia é longo, exaustivo e astuto.

Outra questão ainda se refere à forma como a hegemonia deve ser conquistada pelo proletariado, que, na visão de Gramsci, é diferente da maneira como ela é obtida pelas elites. No livro *Gramsci e a Sociedade Civil – Cultura e Educação para Democracia*, Giovanni Semeraro salienta esse ponto.

(...) esta [a hegemonia burguesa], para não alterar as relações de desigualdade social e de exploração econômica, estabelece uma hegemonia que, ocultando as condições estruturais e conciliando interesses opostos, se apoia sobre um consenso manipulado e uma articulação forçada. A hegemonia das classes trabalhadoras, ao contrário, “não é instrumento de governo de grupos dominantes que procuram o consenso e impõem a hegemonia sobre as classes subalternas”, mas é uma relação pedagógica entre grupos que “querem educar a si próprios para a arte do governo e têm interesse em conhecer todas as verdades, inclusive as desagradáveis”<sup>69</sup>. No processo da nova hegemonia, portanto, deve ser posta, como base, a transparência (SEMERARO, 1999, p.81).

---

<sup>69</sup> Trechos usados por Giovanni Semeraro do Caderno de número 10 dos Cadernos do Cárcere de Gramsci (página 1320).

Em síntese, a imprensa ocupa lugar importante no seio do pensamento gramsciano, por ser uma ferramenta valiosa, dentro da superestrutura, para convencer diferentes classes a apoiar determinada ideologia. As iniciativas de comunicação voltadas a libertar os setores sociais explorados da subjugação imposta pelo sistema capitalista podem ser situadas no campo contra-hegemônico. A todo momento elas tentam desconstruir os argumentos e as narrativas dos grandes grupos de comunicação (que são alinhados às classes que detêm o poder) e conscientizar pedagogicamente grupos sociais de interesse diverso da importância de abraçar uma causa mais equitativa, plural e solidária.

### 2.1.7 Aportes teóricos contemporâneos

Além das teorias anteriormente discutidas, é preciso destacar que existem aportes teóricos contemporâneos que se diferenciam das visões sobre a imprensa até aqui apresentadas. Por exemplo a possibilidade emancipadora do jornalismo, defendida pelo jornalista e professor gaúcho Adelmo Genro Filho, que destoa tanto da visão de uma imprensa ideológica, instrumentalizada por partidos e organizações, assim como da visão taxativa de um jornalismo que, por ter nascido no bojo do sistema capitalista, está necessariamente a serviço dele. Esse aporte vê no jornalismo uma forma de conhecimento que, se aplicada de forma crítica e dialética, contribui com a reflexão dos cidadãos, para que eles possam se libertar do sistema de opressão.

Em “O Segredo da Pirâmide – para uma teoria marxista do jornalismo”, Genro Filho discute o papel do jornalismo na construção de uma sociedade emancipada. Partindo de uma concepção marxista, entende o jornalismo como práxis e o jornalista como sujeito crítico dos fenômenos com os quais trabalha. O autor destaca que, embora o jornalismo tenha nascido no capitalismo e se desenvolvido historicamente no bojo deste sistema, ele “é dotado de potencialidades que ultrapassam a mera funcionalidade a esse modo de produção”. (GENRO FILHO, 2012, p.118). Seu funcionamento pode sustentar o capitalismo, como temos visto na maioria das vezes, mas pode também questioná-lo, quando encarado como um processo dialético que leva à criticidade.

O pesquisador Felipe Simão Pontes, da Universidade Estadual de Ponta Grossa, no artigo “Adelmo Genro Filho e a Teoria do Jornalismo: 30 anos de O Segredo da Pirâmide”<sup>70</sup>, ressalta o significado de práxis, para que se possa compreender a defesa feita por Adelmo.

---

<sup>70</sup> Publicado pela Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPjor) em 2017. Disponível: <<https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/viewFile/960/898>> Acesso em: 28 jul. 2020.

(...) a práxis é uma atividade de intervenção no mundo com sentido [teleologia, finalidade], produto e causa de um processo reflexivo sobre o fazer e o ser dessa atividade, bem como das mediações que ela estabelece com a complexidade social. Com base na práxis, entende-se o homem como um sujeito que pensa o mundo e também é parte desse mundo. (PONTES, 2017, p.170).

Para Adelmo Genro Filho, o jornalismo é capaz de “apanhar a realidade pelo movimento”, reproduz a “imediatez do mundo”, compartilhando-a, mediando a relação entre o indivíduo e a sociedade. Assim o indivíduo pode se integrar à realidade, ajudando a construí-la. Para isso, o jornalista precisa ter uma postura crítica, entendendo o mundo e a dinâmica social de onde os fatos são pinçados para serem noticiados. Inspirando-se nos aportes filosóficos do alemão Friedrich Hegel e do húngaro György Lukács, Adelmo trabalha com as categorias do “universal”, “singular” e “particular” e caracteriza o jornalismo como uma forma de conhecimento centrada no ‘singular’. E é justamente por trabalhar com o singular (o acontecimento), que o jornalismo pode permitir, em um processo dialético, que o sujeito conecte o seu fazer cotidiano com o contexto, conseguindo se ver como partícipe de um processo histórico. (GENRO FILHO, 2012).

Para o entendimento correto da cristalização da informação jornalística no singular, é preciso estabelecer as relações desse conceito com os demais que a ele estão indissolúvelmente ligados. Existe (...) uma relação dialética entre singularidade, particularidade e universalidade, categorias lógicas que representam aspectos objetivos da realidade. Cada um desses conceitos é uma expressão das diferentes dimensões que compõem a realidade e, ao mesmo tempo, compreende em si os demais. São formas de existência da natureza e da sociedade que se contêm reciprocamente e se expressam através dessas categorias e de suas relações lógicas. No universal, estão contidos e dissolvidos os diversos fenômenos singulares e os grupos de fenômenos particulares que o constituem. No singular, através da identidade real, estão presentes o particular e o universal dos quais ele é parte integrante e ativamente relacionada. O particular é um ponto intermediário entre os extremos, sendo também uma realidade dinâmica e efetiva. Podemos exemplificar isso da seguinte forma: em cada homem singularmente considerado estão presentes aspectos universais do gênero humano que dão conta da sua identidade com todos os demais; na ideia universal de gênero humano, por outro lado, estão presentes - como se "dissolvidos" - todos os indivíduos singulares que o constituem; o particular, então, pode ser a família, um grupo, uma classe social ou a nação à qual o indivíduo pertença. O particular é mais amplo que o singular, mas não chega ao universal. Podemos dizer que ele mantém algo dos extremos, mas fica situado logicamente a meio caminho entre eles. Nos fatos jornalísticos, como em qualquer outro fenômeno, coexistem essas três dimensões da realidade articuladas no contexto de uma determinada lógica.(...) (GENRO FILHO, 2012, p. 170-171).

Além do aporte de Adelmo Genro Filho, consideramos importante destacar a corrente teórica que alerta para o processo de transformação das empresas jornalísticas em empresas midiáticas integrantes de uma indústria de entretenimento oligopolizada e concentrada, que une, na mesma direção, informação, lazer e divulgação publicitária. Como aponta Muniz Sodré (2006), na obra “Antropológica do Espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede”, essa



indústria, muito calcada na imagem e na estética, trabalha mais com mecanismos de sensibilização e sedução (com construção de imagens e modelos de comportamento de consumo, por exemplo) do que com mecanismos racionais. Dennis de Oliveira (2017), que é professor do Programa Integração da América Latina (Prolam), da Escola de Comunicações e Artes (ECA) e coordenador do Centro de Estudos Latino Americanos de Cultura (CELACC), todos da Universidade de São Paulo (USP), destaca que, nesse processo, a política é esvaziada e o poder de mediação do jornalismo, na construção de uma esfera pública<sup>71</sup>, é interdito. Em seu conceito de “modernidade líquida”, o sociólogo e filósofo polonês Zygmunt Bauman (2007) já havia mostrado que nos tempos atuais a política encontra-se separada do poder e as principais instituições mediadoras do mundo moderno perdem sua legitimidade. Por conta desse fenômeno, o papel do jornalismo de produzir uma reflexão crítica, como defende Adelmo, fica prejudicado.

Em seu conceito de “Ação Direta do Capital”, Dennis mostra que a transformação da empresa jornalística em empresa midiática se dá numa conjuntura de desintermediação e desregulação, voltada a deixar o Capital livre para agir. Nesse sentido, a monopólica indústria midiática se articula, em um tripé, ao lado dos monopólios do dinheiro (com livre fluxo do capital) e do monopólio das armas (a concentração na indústria bélica é usada como elemento de dissuasão de qualquer foco de rebeldia). O papel do Estado e da autoridade são enfraquecidos. (OLIVEIRA, 2017).

Sai de cena a autoridade da fala do conhecimento (e, por tabela, do intelectual, mesmo o orgânico da classe dominante) e entra a celebridade, cuja autoridade de fala é dada tautologicamente pela mídia – está na mídia porque é famoso e é famoso, porque está na mídia. A informação passa a ser subsumida pela lógica do entretenimento e do consumo (o que gerou a estranha categoria midiática do infotainment, o infotenimento), consolidando o esvaziamento da política enquanto espaço de poder. A esfera política vira, assim, mero território cênico, onde imagens de celebridades desfilam falas, narrativas visuais, sentimentos e projeções de sensações articulando a organicidade social pelas “sensibilidades”. (OLIVEIRA, 2017, p. 91).

Dennis cita, como exemplo, o caso do escândalo do Mensalão<sup>72</sup>, em que o debate político e uma discussão aprofundada (inclusive no aspecto técnico e jurídico) foram

<sup>71</sup> Ainda que não uma esfera pública burguesa, no caso latino-americano, já que as particularidades da Modernidade nas nações do continente precisam ser consideradas, como colocaremos a seguir.

<sup>72</sup> Esquema denunciado à mídia em 2005, no final do primeiro mandato do governo Lula, pelo deputado federal opositor Roberto Jefferson. Segundo o deputado, o PT teria pago a vários deputados 30 mil reais por mês para que esses parlamentares votassem a favor do partido. Os fundos supostamente vieram dos orçamentos de publicidade das empresas estatais, canalizados através de uma agência de publicidade de propriedade de Marcos Valério. O caso foi julgado no Supremo Tribunal Federal, com ampla cobertura dos grandes grupos de mídia. Os principais envolvidos foram condenados e presos.

prejudicados em prol de um conjunto de sensibilidades e verossimilhanças trabalhadas pela mídia na dimensão do Poder Judiciário, que levou a uma mobilização da sociedade, instigada pelo desejo de punição, “num jogo de mocinhos e vilões”.

A síntese apresentada pelos telejornais da Rede Globo de Televisão no dia 23 de outubro desse mesmo ano é esclarecedora a respeito: cenas entrecortadas dos debates, uma montagem com frases de efeito pinçadas dos discursos dos ministros do supremo, as imagens frequentes de falas do relator do caso sempre em pé, indignado, de cara amarrada, como um inquisidor, contrastada com o revisor do caso (que sempre tinha uma postura divergente do relator), falando sentado, sereno, expressando uma postura defensiva ante o “inquisidor”. Pouco se esclareceu sobre o percurso do caso, sobre os argumentos de cada parte, sobre quais as teorias jurídicas em jogo, etc. (OLIVEIRA, 2017, p. 91).

De acerta forma vemos a repetição desse quadro no processo que levou à prisão, em abril de 2018, do então líder nas pesquisas de intenção de voto à Presidência, o ex-presidente Lula. Sérgio Moro, um juiz federal de primeira instância responsável pela operação Lava Jato<sup>73</sup>, em Curitiba (PR), foi transformado em um “herói nacional”, uma celebridade inquisidora, que tinha a sua imagem protegida, quando cometia atos parciais e até ilegais, juridicamente falando. Grampeou, de maneira irregular, conversas da presidenta Dilma com Lula, em 16 de março de 2016, e vazou seletivamente essas conversas para a *Rede Globo*, maior conglomerado de mídia do país. Toda a sua atuação foi direcionada para tirar Lula do cenário eleitoral, o que levou à condenação do petista, sem provas, a nove anos e meio de prisão pelos crimes de corrupção e lavagem de dinheiro. Esse cenário deixou o caminho livre para Jair Messias Bolsonaro, do então PSL (Partido Social Liberal), um candidato que, além de não ter experiência administrativa, era dono de uma carreira pífia na política, afora ser defensor da tortura, atacar a democracia, o meio ambiente e ter atitudes racistas, misóginas e homofóbicas. Bolsonaro estava longe de inspirar confiança no quesito combate à corrupção, haja vista que, de acordo com as declarações de bens apresentadas ao TSE (Tribunal Superior Eleitoral) naquele ano, ele e seus dois filhos candidatos (Eduardo e Flávio Bolsonaro), tinham apresentado um aumento vultoso em seu patrimônio. Jair Bolsonaro ampliou seus bens em 168% desde 2006; Eduardo, 432% desde 2014, e Flávio, 55% desde 2010. Além disso, havia sido comprovado que Bolsonaro tinha usado verba da Câmara dos Deputados, em Brasília, para empregar uma funcionária fantasma (uma vizinha dele que reside e trabalha em uma atividade de comércio de Açaí em um distrito a 50 km do centro de Angra dos Reis). Esses fatos não foram aprofundados pela imprensa, tampouco questionou-se

---

<sup>73</sup> Conjunto de investigações promovidas pela Polícia Federal do Brasil, com o objetivo de apurar um esquema de lavagem de dinheiro que teria movimentado bilhões de reais em propina. A operação teve início em 17 de março de 2014 e conta com mais de 70 fases operacionais autorizadas, entre outros, pelo então juiz Sérgio Moro. A operação tem sido contestada, por sua seletividade e ações controversas, como as que apontamos.

Moro, o “herói nacional” na luta contra a corrupção, pelo fato dele estar alinhado a Bolsonaro (que carregava todos esses “senões”) e por ter se transformado em ministro da Justiça (após a vitória do presidenciável do PSL), mesmo tendo dito anteriormente que jamais entraria na política.

Em 9 de junho de 2019, uma série de reportagens do *The Intercept Brasil*, intitulada como “Vaza Jato”, comprovou que Moro fez uso político de seu cargo para prejudicar Lula. O texto trouxe provas que mostravam que em 2016 o então juiz recebeu pelo celular uma manifestação inacabada do Ministério Público Federal. O procurador Deltan Dallagnol, após ser cobrado por Moro, enviou a peça sem revisão para que a sentença contra Lula pudesse ser adiantada. A matéria mostrou que Moro chegou a dar ordens aos membros do MP. Ele determinou, por exemplo, o dia de operações e quais provas deveriam ser apresentadas.

Em 20 de abril de 2020 Moro deixou o governo Bolsonaro, acusando-os de interferência na Polícia Federal. A imagem do juiz continuou sendo protegida pela mídia hegemônica, como se ele tivesse sido uma vítima bem intencionada dentro de um governo que se mostrou um dos mais obscuros no que se refere ao combate à corrupção. Como mostrou a reportagem do *Brasil247*<sup>74</sup>, o “Jornal Nacional pintou Moro como herói”, um homem de bem que estava disposto a lutar contra aquele estado de coisas.

Mais adiante, neste e em outros capítulos, trataremos do golpe de 2016 contra a presidenta Dilma Rosseff, e veremos como, mais uma vez, a espetacularização se fez presente, na tríade Mídia-Justiça-Parlamento.

Portanto, hoje, em função da Ação Direta do Capital, a imediaticidade do mundo que o jornalismo é capaz de compartilhar (como defende Genro Filho), levando o indivíduo a refletir criticamente sobre os sistemas que o oprimem, tem sido minada. Mas Dennis de Oliveira não é fatalista com relação a isso. Em seu conceito de “jornalismo emancipatório”, que descreveremos melhor no Capítulo 4 e que defendemos como caminho para a comunicação contra-hegemônica no século XXI, ele mostra de que maneira essa mediação pode voltar a ser garantida.

## **2.2. A imprensa e a realidade latino-americana**

---

<sup>74</sup> Intitulada “JN pinta Moro como herói e Bolsonaro como criminoso que tentou controlar a Polícia Federal”, a reportagem foi publicada em 24 de abril de 2020. Disponível em: < <https://www.brasil247.com/midia/jornal-nacional-vai-mostrar-provas-de-moro-contrabolsonaro> > Acesso em: 22 jun. 2020.

A imprensa na América Latina (conforme visto no Capítulo 1) nasce com condições bastante diversas das encontradas na Europa nos séculos XVII e XVIII. Portanto, muitas das teorias da imprensa e concepções sobre o papel do jornalismo anteriormente discutidas não podem ser implementadas em nosso contexto ou, ao menos, precisam ser repensadas para a nossa realidade.

Enquanto os jornais da Revolução Francesa funcionavam como “caixa de ressonância de diferentes ideias”, enfrentando o poder do Estado, os poucos jornais latino-americanos desse período, e mesmo os que surgiram no século XIX (o Brasil só teve imprensa de fato, a partir daí), distanciavam-se muito do modelo de jornalismo como “quarto poder”, sendo marcados, em sua maioria, pelo oficialismo. Basta lembrar que o *Correio Braziliense* (criado em 1º de junho de 1808 por Hipólito José da Costa), primeiro jornal a destoar das ideias defendidas pela Coroa Portuguesa, teve de ser distribuído em Londres por ser censurado. Além disso, se na Europa do século XVIII o universo de leitores era reduzido, nas terras coloniais do “novo mundo”, quando do surgimento da imprensa, as condições eram muito piores, já que os colonizadores encaravam a região como um mero “quintal” a serviço do oferecimento de matérias-primas. Instituições essenciais da Modernidade, contributivas na formação do conhecimento, como a universidade e a própria imprensa, só chegaram no Brasil em 1808, com a vinda da família real portuguesa, fugindo da invasão do imperador francês Napoleão Bonaparte.

A análise do papel do jornalismo na América Latina, portanto, precisa ser vista sob uma perspectiva que considere as marcas deixadas pela colonização espanhola e portuguesa nas estruturas econômicas de poder, no acesso à cultura e ao conhecimento, dentre outros pontos.

O sociólogo brasileiro Florestan Fernandes mostra os efeitos da implantação tardia do capitalismo em nossa sociedade e fala em uma “Modernidade peculiar”. Segundo Florestan (1975)<sup>75</sup>, embora a Independência de 1822, acontecimento-chave para o processo modernizador do país, tenha quebrado, pelo menos do ponto de vista contratual, a relação Colônia-Metrópole que há mais de 300 anos era mantida, não conseguiu substituir a economia colonial pela economia competitiva capitalista. Ao mesmo tempo que novas funções e características do capitalismo, vistas nos países europeus, iam sendo incorporadas, a ordem social servil-escravocrata da economia colonial e todos os privilégios a ela legados foram mantidos. Ele vê uma articulação de aspectos modernos com arcaicos e uma Revolução Burguesa “sabotada”,

---

<sup>75</sup> No livro “A revolução burguesa no Brasil: Ensaio de interpretação sociológica”, de 1975.

que não gerou um verdadeiro processo disruptivo. A competição econômica na nova ordem social ficou restrita à minoria branca, enquanto os segmentos sociais africanos, indígenas e mestiços permaneceram alijados.

Os pesquisadores latino-americanos José Joaquín Brunner (1994) e Néstor García Canclini (2006) salientam que as nações latino-americanas não passaram por fatos históricos fundamentais, como a reforma religiosa e as revoluções burguesas, para a transição para a Modernidade e para formação de uma democracia plena. Eles defendem que nas sociedades da região a Modernidade aconteceu tardiamente, a partir da hibridação de formas culturais tradicionais reminiscentes com formas oriundas do processo de urbanização e da fragmentação de identidades preexistentes com a busca da Modernidade pelos públicos de posição privilegiada.

A burguesia, classe essencial para o pensamento de uma imprensa livre e representantes de todas as ideias, não foi formada aqui da mesma maneira que nas nações hegemônicas:

(...) a América Latina logo teve suas constituições burguesas, muito enraizadas de liberalismo, mas não teve, em compensação, uma burguesia criadora, no estilo europeu ou norte-americano, que se preocupasse à missão histórica do desenvolvimento de um capitalismo nacional pujante. As burguesias dessas terras nasceram como simples instrumento do capitalismo internacional, prósperas peças da engrenagem mundial que sangrava as colônias e semicolônias (GALEANO, 1982, p.82).

Portanto, podemos dizer que nos territórios da América Latina, transformados em nações após os processos de Independência, aquela esfera pública europeia e o jornalismo funcionando como “olhos e ouvidos dos cidadãos” não foram observados. Canclini (1990) defende que os meios de comunicação de massa nas sociedades latino-americanas ocuparam desde o princípio o lugar das mediações sociais.

No artigo “Repensando a esfera pública: uma contribuição para a crítica da democracia existente de fato”, a teórica crítica norte-americana Nancy Fraser (1990) discorda da ideia de uma esfera pública nacional, única e abrangente, defendida por Habermas. Ela analisa as relações assimétricas de poder que marcam, historicamente, os processos de constituição das esferas públicas contemporâneas. Fraser chama a atenção para a seletividade que acontece nos processos de formação da esfera pública. Para ela (1992 apud AVRITZER; COSTA, p. 712), a esfera pública apresenta mecanismos de escolha que acabam por definir previamente os atores que serão efetivamente ouvidos e os temas que efetivamente serão tratados como públicos. Assim grupos considerados “inferiores” ou minoritários são excluídos da esfera pública ou são incluídos nela, mas num local desprestigiado.

Ainda que tenhamos ao longo dos anos a formação de uma esfera pública nas sociedades latino-americanas esse espaço foi sendo construído sem a participação ou com uma participação ínfima dos povos indígenas e da população negra, ironicamente os que mais deviam ser ouvidos nessa arena de ideias, já que no primeiro caso são os verdadeiros donos desse território e, no caso dos negros, a maioria da nossa população. Segundo a Pnad (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios) Contínua do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), divulgada em 2019, 56,10% dos 209,2 milhões de habitantes do país são negros e pardos.

No artigo “Teoria Crítica, Democracia e Esfera Pública: Concepções e Usos na América Latina”<sup>76</sup>, os pesquisadores Leonardo Avritzer e Sérgio Costa fazem uma análise sobre a aplicação do conceito de esfera pública na América Latina, mostrando a sua evolução (com revisões feitas pelo próprio Habermas), críticas e complementações feitas por outros pesquisadores como Nancy Fraser, Jean Cohen e Andrew Arato. Esses estudiosos vão destacar que, apesar do alijamento de determinados setores sociais da esfera pública, em prol dos segmentos dominantes, os públicos ignorados passam a se posicionar cada vez mais, na contemporaneidade, para terem participação na arena de debates nacional, denunciando seu caráter de exclusão e pressionando o Estado a ouvir suas demandas. A nosso ver, podemos encaixar a impulsão dos veículos de imprensa contra-hegemônicos produzidos por grupos específicos que lutam pelos direitos das mulheres, da população periférica, da população negra, da comunidade LGBTQIA+, dentre outros (o surgimento e atuação desses meios serão discutidos nos Capítulos 4 e 5 dessa pesquisa), como fruto desse processo. Esses veículos representam diferentes segmentos sociais, que sempre ficaram de fora da arena de debates, reivindicando que suas pautas sejam ouvidas. São veículos que promovem a amplificação dessas pautas e denunciam a exclusão histórica a que esses segmentos sociais são submetidos.

Mesmo assim, o estrago ocasionado na região por um jornalismo hegemônico que ao longo dos séculos foi moldado para dar espaço às ideias dos grupos que sempre detiveram o poder (e que, conforme colocado anteriormente, trabalha para manter a hegemonia da Ação Direta do Capital), é enorme, com efeitos em diversas áreas, como será mostrado a seguir:

### 2.2.1 Uma mídia que reproduz o racismo estrutural

No livro *A Colonialidade do Poder, Eurocentrismo e América Latina*, o sociólogo peruano Aníbal Quijano, um dos principais pensadores latino-americanos, destaca que a ideia

---

<sup>76</sup> Publicado na Revista de Ciências Sociais, Rio de Janeiro, Vol. 47, no 4, 2004, pp. 703 a 728. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/dados/v47n4/a03v47n4.pdf>> Acesso em: 12 abril 2020.

de raça sempre foi utilizada como instrumento de dominação na região. Ele explica que a ideia de raça, em seu sentido moderno, só começa a ser conhecida a partir do descobrimento da América e que ela é configurada a partir de diferenças biológicas diferenciais entre conquistadores e conquistados. Todas as relações sociais foram pautadas na região com base em identidades sociais novas, como os índios, os negros e os mestiços, sendo os espanhóis, portugueses e outros conquistadores da região definidos como “europeus”.

Com o tempo, os colonizadores codificaram como cor os traços fenotípicos dos colonizados e a assumiram [a cor branca] como a característica emblemática da categoria racial. Essa codificação foi inicialmente estabelecida, provavelmente, na área britânico-americana. Os negros eram ali não apenas os explorados mais importantes, já que a parte principal da economia dependia de seu trabalho. Eram, sobretudo, a raça colonizada mais importante, já que os índios não formavam parte dessa sociedade colonial. Em consequência, os dominantes chamaram a si mesmos de brancos (QUIJANO, 2005, p. 117).

As hierarquias foram conformadas na lógica fenotípica, estabelecendo um padrão de dominação. A ideia de raça foi uma maneira de legitimar a colonização e exploração do continente e o trabalho escravo, mesmo religiosamente falando, afinal os brancos “superiores” estavam aqui para trazer o progresso para um povo inferior, que precisava evoluir.

Historicamente, isso significou uma nova maneira de legitimar as já antigas ideias e práticas de relações de superioridade/inferioridade entre dominantes e dominados. Desde então demonstrou ser o mais eficaz e durável instrumento de dominação social universal, pois dele passou a depender outro igualmente universal, no entanto mais antigo, o intersexual ou de gênero: os povos conquistados e dominados foram postos numa situação natural de inferioridade, e consequentemente também seus traços fenotípicos, bem como suas descobertas mentais e culturais. Desse modo, raça converteu-se no primeiro critério fundamental para a distribuição da população mundial nos níveis, lugares e papéis na estrutura de poder da nova sociedade. Em outras palavras, no modo básico de classificação social universal da população mundial. (QUIJANO, 2005, p.118).

O sociólogo peruano destaca que a colonialidade do poder baseada na imposição da ideia de raça como instrumento de dominação foi sempre responsável por boa parte dos problemas enfrentados na América Latina.

(...) sempre um fator limitante destes processos de construção do Estado-nação baseados no modelo eurocêntrico, seja em menor medida como no caso estadunidense ou de modo decisivo como na América Latina. O grau atual de limitação depende, como foi demonstrado, da proporção das raças colonizadas dentro da população total e da densidade de suas instituições sociais e culturais (QUIJANO, 2005, p. 136).

Por conta desse processo histórico, até hoje a população negra e os povos originários do continente (os indígenas) são os mais prejudicados nas diferentes instituições dos estados latino-americanos. No que diz respeito ao Brasil, os pretos e pardos (que compõem a população negra do país) são maioria entre trabalhadores desocupados (64,2%) ou subutilizados (66,1%),

segundo o informativo Desigualdades Sociais por Cor ou Raça no Brasil, divulgado em 13 de novembro de 2019 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)<sup>77</sup>. O estudo reúne dados de diversas pesquisas, como a Síntese dos Indicadores Sociais, o Censo e, principalmente, a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio - Contínua (Pnad Contínua) de 2018. No que se refere à ocupação de cargos gerenciais, os negros são a minoria (29,9%). Pela divisão de trabalhadores por níveis de rendimento, apenas 11,9% dos maiores salários gerenciais são pagos a trabalhadores pretos e pardos, enquanto essa população ocupa 45,3% dos postos com menor remuneração. No caso das mulheres pretas, a situação é ainda pior. Elas recebem, em média, apenas 44% dos rendimentos dos homens brancos. O que acontece no mercado de trabalho é reproduzido nas diferentes esferas da política e em diferentes instituições, como as universidades.

No que se refere aos povos originários, a situação também é desanimadora. O relatório do Banco Mundial<sup>78</sup> divulgado em 2016 mostrou que a pobreza afeta 43% dos indígenas da América Latina, mais que o dobro da proporção de não indígenas. Além disso, 24% dos ameríndios vivem em extrema pobreza, percentual 2,7 vezes maior que o encontrado no restante da população.

O jornalismo, que deveria ser um meio importante para elevar a voz desses segmentos sociais, dando destaque as suas demandas, acaba reproduzindo o racismo estrutural e o preconceito racial, fatores centrais na condição de desigualdade social que atinge os países da região e um impedimento para que haja democracia, de fato, no continente. O professor e jornalista Muniz Sodré, no livro *Claros e Escuros – Identidade, Povo, Mídia e Cotas no Brasil*, defende que a mídia brasileira funciona como um gênero discursivo capaz de catalisar as expressões políticas e institucionais das elites, acerca das relações inter-raciais. Essas expressões acabam por legitimar a desigualdade social pela cor da pele.

A palavra “elitista” não é aqui casual. Sabe-se efetivamente que da influência interativa entre elites de diferentes ordens - grupos de alta renda, ministérios, organizações de trabalho, intelectuais e meios de comunicação de massa – resultam os padrões cognitivos e políticos que orientam os componentes da ação social e do julgamento ético presentes no comportamento racista (SODRÉ, 2015, p. 276).

---

<sup>77</sup> Divulgado pela Agência Brasil. Disponível em: < <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2019-11/negros-sao-maioria-entre-desocupados-e-trabalhadores-informais-no-pais>> Acesso em: 12 dez. 2019.

<sup>78</sup> Disponível em: < <https://nacoesunidas.org/banco-mundial-indigenas-se-beneficiaram-menos-do-crescimento-economico-na-america-latina/>> Acesso em: 2 set. 2018.



Muniz Sodré aponta a mídia como “intelectual coletivo” do poder das elites, que procura classificar o povo como “público”, sem se comprometer com causas verdadeiramente públicas, como a diversidade da nossa população. Como parte do sistema midiático, ele considera não só os veículos jornalísticos, mas a publicidade, as editoras e os programas de entretenimento. Segundo Sodré (2015, p, 278), “editorialistas, articulistas, editores, columnistas, âncoras de TV, criadores publicitários artistas e jornalistas especiais funcionam como filtro e síntese de variadas formas de ação e cognição presentes nas elites econômicas, políticas e culturais coexistentes num contexto social”.

No caso do Brasil, essa mídia abraça o mito da democracia racial, bastante presente no seio da nossa sociedade, como se pelo fato de sermos um povo miscigenado os conflitos e diferenças entre brancos, negros e índios não existissem. Coloca o racismo como algo superado e, quando o noticia, aponta fatos isolados, mostrando-os como fruto de desvios de comportamento, de atitudes individuais, e não como um problema estrutural da nossa sociedade.

Para a professora e pedagoga Nilma Lino Gomes<sup>79</sup>, no artigo *Alguns termos e conceitos presentes no debate sobre relações raciais no Brasil: uma breve discussão* (2005)<sup>80</sup>, deve-se tomar cuidado para não considerar a discriminação racial como fruto direto do preconceito, atribuindo a culpa pela discriminação a um ato individual, em um país que não teria conflitos raciais. Fazendo referência à dissertação de mestrado da pesquisadora da PUC-SP (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo) Maria Aparecida Silva Bento Teixeira, Nilma afirma:

(...) a discriminação racial pode ser originada de outros processos sociais, políticos e psicológicos que vão além do preconceito desenvolvido pelo indivíduo. Estamos, então, diante da distinção entre a discriminação provocada por interesse. Essa última tem a noção de privilégio como foco principal, ou seja, a continuidade e a conquista de privilégios de determinado grupo sobre o outro seriam as responsáveis pela sua perpetuação, “independentemente do fato de ser intencional ou apoiada em preconceito” (TEIXEIRA, 1992, p. 22 apud GOMES, 2005, p.55).

O sociólogo Gilberto Freyre, autor do clássico *Casa Grande e Senzala* (2005), é considerado um dos principais defensores da ideia de que no Brasil brancos e negros mantêm relações pacíficas e harmoniosas. Na extensa análise que fez da sociedade patriarcal brasileira, enfatizou as relações supostamente próximas entre senhores e escravos antes da abolição da

<sup>79</sup> Nilma foi ministra de Estado Chefe da Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial da Presidência da República. Essa secretaria foi extinta pela MP 768/17, do governo do presidente Michel Temer (PMDB)

<sup>80</sup> Disponível em: < [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_nlinks&ref=000355&pid=S2175-6236201300040000800011&lng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=000355&pid=S2175-6236201300040000800011&lng=pt)> Acesso em: 5 set. 2018.

escravidão, e o caráter “benigno” do imperialismo português, que teria impedido o surgimento de divisões raciais rígidas no Brasil.

Para o professor Abdias do Nascimento<sup>81</sup>, político e ativista dos direitos civis e humanos das populações negras, embora o Brasil se venda como a única democracia racial do mundo, “um exame de seu desenvolvimento histórico revela a verdadeira natureza de sua estrutura social, cultural e política: é essencialmente racista e vitalmente ameaçadora para os negros”. Abdias desmascara o mito da democracia racial, quando lembra dos sofrimentos suportados pela mulher negra, desde o processo de colonização.

O Brasil herdou a estrutura de família patriarcal de Portugal; e o preço dessa herança foi pago pela mulher negra, e não só durante a escravidão. Mesmo hoje, a mulher negra, por causa de sua pobreza e falta de status social, é presa fácil e vulnerável da agressão do homem branco. Fato este que foi corajosamente denunciado no manifesto das mulheres negras brasileiras, unidas em um congresso nacional na Associação Brasileira de Imprensa, Rio de Janeiro, 1975. Esta realidade social é diametralmente oposta ao mito prevalente que promove o desenvolvimento social do Brasil como um processo fácil de integração. Os homens portugueses, de acordo com este mito, não tinham preconceito de raça, ao contrário, sua falta de preconceito lhes permitiu manter uma interação sexual sadia com a mulher negra. Entretanto, um velho dito deste país, tão popular hoje como há um século atrás, desmente este mito, denunciando-o como uma falsa concepção estabelecida pela classe dominante. (NASCIMENTO, 2009, online)

No livro “A luta contra o racismo no Brasil” (2017), Dennis de Oliveira ressalta que, em face desse mito, boa parte da energia do movimento negro do país se direciona para a denúncia de práticas racistas e não para a exigência de políticas públicas de enfrentamento da desigualdade racial. Infelizmente, um caminho seguido pelos meios de comunicação nas pautas raciais.

Muniz Sodré sistematiza alguns fatores que demonstram o racismo midiático: a negação (a mídia tende a negar a existência do racismo, considerando-o como uma situação anacrônica; aqui vale lembrar do livro “Não Somos Racistas: Uma Reação aos que Querem nos Transformar Numa Nação Bicolor” (2006), publicado por Ali Kamel, diretor de Jornalismo da *Rede Globo*); o recalçamento (em seus diferentes modos de produção, a mídia tende a ignorar a rica contribuição dos negros na nossa cultura, evitando noticiar sobre expoentes desses povos na literatura, na música e em outras áreas do conhecimento); a estigmatização (a forma como o negro é noticiado de forma estereotipada, gerando mais preconceitos); e a indiferença profissional (que diz respeito não só ao fato de a mídia privilegiar em sua cobertura pautas

---

<sup>81</sup> No artigo Democracia racial: mito ou realidade?, publicado no portal Geledes em 2009. Disponível em:<<https://www.geledes.org.br/democracia-racial-mito-ou-realidade/>>. Acesso em: 3 set. 2018.

ligadas aos seus interesses comerciais, deixando de produzir matérias aprofundadas sobre racismo, como se refere à baixa presença de profissionais negros na nossa mídia) (SODRÉ, 2015, p. 278-280).

Uma pesquisa<sup>82</sup> feita em 2016 pelo Intervezes – Coletivo Brasil de Comunicação Social fez um monitoramento dos principais grupos de mídia no Brasil. Dos 26 analisados, todos têm como donos homens, ricos e brancos, com exceção da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), empresa pública. Os dados de 2019 do Media Ownership Monitor mantêm esse quadro. Conforme destaca o relações-públicas Alex Hercog, que é membro do Intervezes, no artigo “Muito além do cidadão Waack: o racismo estrutural na mídia brasileira”<sup>83</sup>, “são esses homens, ricos e brancos, que controlam ou financiam a mídia no País e, assim, constroem os discursos e narrativas racistas; levam ao ar programas e personagens preconceituosos; e garantem empregos de jornalistas como William Waack [referindo-se ao ato racista do apresentador de TV da *Globo*<sup>84</sup>, que culminou no seu afastamento da emissora. No entanto, o jornalista conseguiu ser recolocado rapidamente no mercado, apesar do crime cometido]”.

Em sua dissertação de mestrado (“Racismo em Pauta – A pluralidade confrontada no noticiário da Folha de S.Paulo na década de 2000”<sup>85</sup>), apresentada ao programa de Pós-Graduação, da Faculdade de Comunicação, da Universidade de Brasília (UnB), em 2011, a jornalista e pesquisadora Isabel Cristina Clavelin da Rosa desmascara, por meio da análise de conteúdo, o pluralismo que o jornal *Folha de S.Paulo* diz (em seu Manual de Redação) garantir. Isabel mostra que em 266 notícias publicadas pela versão *online* da *Folha* em datas anteriores e posteriores a efemérides que tratam da questão racial (21 de março - Dia Internacional pela Eliminação da Discriminação Racial, 13 de maio - Dia da Abolição da Escravatura e 20 de novembro - Dia da Consciência Negra) poucas vozes representantes do movimento negro e do movimento das mulheres negras, fontes que têm real respaldo para falar sobre a temática, foram ouvidas.

No que se refere à cobertura de questões relacionadas ao povo indígena, outra população que até hoje sente os impactos do processo de colonização e exploração, os grandes veículos de

<sup>82</sup> Disponível em: <<https://brazil.mom-rsf.org/br/>>. Acesso em: 10 jun. 2018.

<sup>83</sup> Publicado em 13 de novembro de 2017, na versão online da revista CartaCapital. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervezes/muito-alem-do-cidadao-waack-o-racismo-estrutural-na-midia-brasileira>>. Acesso em: 10 jun. 2018.

<sup>84</sup> Em vídeo publicado no Twitter em 8 de novembro de 2017 o apresentador aparece no intervalo de um noticiário da TV Globo, ao lado de um comentarista, sem saber que está sendo filmado, e, ao ouvir um carro que buzinava insistentemente, disse “É coisa de preto”.

<sup>85</sup> Disponível em: <[http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/9353/1/2011\\_IsabelCristinaClavelindaRosa.pdf](http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/9353/1/2011_IsabelCristinaClavelindaRosa.pdf)>. Acesso em: 10 jun. 2018.

comunicação também deixam a desejar. No artigo “A mídia brasileira e a questão indígena: representações sociais do caso Marãiwatsédé”<sup>86</sup>, os pesquisadores Diego Airoso da Motta e Natália Araújo de Oliveira, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRS), ao analisarem as notícias de jornais brasileiros, como *O Estado de S.Paulo*, acerca da decisão judicial em favor dos índios Xavante, de retirada de fazendeiros e posseiros da terra indígena Marãiwatsédé, no estado de Mato Grosso, demonstram que, em geral, as representações da mídia são desfavoráveis aos indígenas, questionando sua legitimidade e colocando-os como obstáculos ao desenvolvimento.

Os dados de 2019 do Media Ownership Monitor referentes à América Latina<sup>87</sup> mostram a ausência de indígenas nas redações, o que impacta nessa cobertura. No México, onde cerca de 12 milhões de mexicanos se identificam como indígenas (o que corresponde a 11% da população), a mídia é totalmente controlada por homens brancos.

Aspectos importantes da cobertura racista e preconceituosa da grande mídia latino-americana também são destacados pela estudiosa argentina Cecilia Melella, doutora em Ciências Sociais, professora de Ensino de Mídia e Ciências da Comunicação na Universidade de Buenos Aires, cuja pesquisa está focada nas iniciativas de comunicação da comunidade imigrante sul-americana presente na Argentina e na forma como os grandes meios de comunicação noticiam essa comunidade. No livro “Migrantes de países andinos em la Argentina – Prensa gráfica, redes virtuales y construcción identitaria” (2016), resultante de sua tese de doutorado “Migración y tecnologías de la información y la comunicación (TIC)”, ao fazer um panorama de como os imigrantes vêm sendo tratados pelo governo argentino e pela mídia ao longo dos tempos, Cecilia ressalta, a partir de diversas análises de notícias publicadas na mídia hegemônica daquele país, que os imigrantes ou residentes de países sul-americanos na Argentina, em especial aqueles com fenótipo próximo ao dos indígenas (os bolivianos, paraguaios e peruanos), diferentemente do que ocorre com os imigrantes europeus, vêm sendo retratados a partir de discursos estigmatizantes. Essa situação foi intensificada a partir da década de 90, com a crise no sistema econômico e o aumento da pobreza e do desemprego.

(...) En torno a la política migratoria, los gobiernos de Carlos Menem (1989-1995 y 1995-1999) fueron restrictivos respecto del ingreso de las migraciones provenientes de países limítrofes. Los discursos políticos y mediáticos han presentado la migración regional como la causa de la crisis social, económica y política que vivía la Argentina. (...) Durante ese período, se construye al

---

<sup>86</sup> Disponível em:< *A mídia brasileira e a questão indígena: representações sociais do caso Marãiwatsédé*> Acesso em: 10 jun. 2018.

<sup>87</sup> Disponível em:< [Latin America | Media Ownership Monitor \(mom-rsf.org\)](https://www.mediaownershipmonitor.org/)>. Acesso em: 10 jul. 2020.

inmigrante latino-americano como una amenaza para la sociedad argentina; esta amenaza se erige sobre un bloque semântico basado en três componentes: inimigración-inseguridad-desempleo. (...) Asimismo, se circunscribe la inmigración a la ilegalidade, instalando la temática de la “inimigración ilegal” como la única variable de la inimigración latino-americana (...) El término “inmigrante” se asocia a tópicos como detenciones por indocumentación, deportaciones, casas tomadas y otras asociaciones vinculadas al desvío de la norma jurídica. Esto general a siguiente ecuación: inimigrante (sudamericano) = indocumentado = delincuente. En este sentido, la prensa se conforma como un centro de producción de los contenidos ideológicos de las estructuras de poder. Como grafican contundentemente Oteiza, Novick y Aruj (2000)<sup>88</sup>, estos discursos estigmatizantes fueron utilizados por el Estado argentino durante la década de 90 para el mantenimiento de un status quo. (MELELLA, 2016, p. 88)

A pesquisadora salienta que, embora esse quadro tenha sido suavizado a partir no início dos anos 2000 com o início de uma “retórica de inclusão”, por parte do governo, especialmente a partir de 17 de abril de 2006, no governo do presidente Néstor Kirchner, com a nova Lei de Imigrações e o programa de regularização de imigrantes chamado de “Patria Grande”, os imigrantes sul-americanos segue sendo tratados com preconceito pela mídia argentina, fato que é ressaltado pelos jornalistas da imprensa contra-hegemônica daquele país, entrevistados para esta pesquisa, conforme se verá no Capítulo 5 desta tese.

Enquanto os imigrantes dos países que fazem fronteira com a Argentina são muitas vezes relacionados à delinquência, irregularidade e como causa do desemprego e da propagação de doenças infectocontagiosas, os filhos, netos e bisnetos de imigrantes europeus são idealizados. “La contracara de estos discursos xenófobos para los sudamericanos es la idealización de las virtudes de una identidade europeizante que se sostiene sobre la superioridade étnica y cultural de los descendientes de los inmigrantes transatlânticos” (MELELLA, 2016, p. 90).

### 2.2.2 Submissão ao conhecimento estrangeiro

Além da questão étnico-racial, enfatizada aqui por ser um dos principais entraves na luta por uma democracia, de fato, nas nações da América Latina, é preciso discutir o destaque que os veículos jornalísticos latino-americanos dão a ideias eurocentristas e norte-americanas, em diversos campos do conhecimento, em detrimento das formulações teóricas originalmente pensadas nos países da região e/ou que se desalinham dos preceitos conservadores e procuram valorizar nossa cultura e história. A linha editorial consonante a pensamentos hegemônicos é reflexo de uma cultura imposta no processo de colonização do continente. Conforme destaca o sociólogo Aníbal Quijano,

---

<sup>88</sup> No livro “Inmigración y discriminación. Políticas y discursos”.

(...) a incorporação de tão diversas e heterogêneas histórias culturais a um único mundo dominado pela Europa significou, para esse mundo, uma configuração cultural, em suma, intersubjetiva, equivalente à articulação de todas as formas de controle do trabalho em torno do capital, para estabelecer o capitalismo mundial. Com efeito, todas as experiências, histórias, recursos e produtos culturais terminaram também articulados em uma só ordem cultural, global em torno da hegemonia europeia ou ocidental. Em outros termos, como parte do novo padrão de poder mundial, a Europa também concentrou abaixo de sua hegemonia o controle de todas as formas de controle da subjetividade, da cultura, e, em especial, do conhecimento, da produção do conhecimento. (QUIJANO, 20, p.209, tradução nossa)

O sociólogo Boaventura de Sousa Santos<sup>89</sup> e a professora Maria Paula Meneses<sup>90</sup>, em “Epistemologias do Sul”, também falam sobre a marginalização do pensamento, oriunda do processo de colonização: “(...) para além de todas as dominações já conhecidas, houve também uma dominação epistemológica, uma relação extremamente desigual de saber-poder que conduziu à supressão de muitas formas de saber próprias dos povos e/ou nações colonizados.” (SANTOS; MENESES, 2010, p. 19).

A valorização das teorias europeias e, posteriormente, norte-americanas, com o processo de imperialismo liderado pelos EUA, ainda está bastante arraigada à Academia e tem reflexos na imprensa. O professor Dennis de Oliveira<sup>91</sup> ressalta que é comum que pensadores brasileiros que se oponham aos conceitos teóricos defendidos na Europa e nos EUA, como o cientista social Ruy Mauro Marini, que formulou uma teoria marxista da dependência (mostrando como a América Latina desempenhou papel essencial no processo de acumulação do capitalismo mundial) sejam negligenciados, mesmo por setores progressistas da nossa Academia. Dennis chega a defender que existe uma “divisão internacional do trabalho intelectual”:

Existem sistemas de poderes dentro do universo acadêmico. O que a gente observa é que intelectuais brasileiros que não ficam apenas reproduzindo acriticamente conceitos do pensamento europeu, inclusive do pensamento marxiano, e procuram construir categorias próprias, a partir da análise profunda das singularidades brasileiras e latino-americanas, tendem a ser negligenciados. (OLIVEIRA, 2017)

Ele cita o exemplo do professor Clóvis Moura, militante do PCB (Partido Comunista Brasileiro), mas divergente das posições do partido em relação à questão racial. Nos anos 1950 e 1960, havia certo controle das editoras de livros acadêmicos por parte de intelectuais do PCB.

<sup>89</sup> Professor Catedrático Jubilado da Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra e Distinguished Legal Scholar da Faculdade de Direito da Universidade de Wisconsin-Madison e Global Legal Scholar da Universidade de Warwick.

<sup>90</sup> Investigadora coordenadora do Centro de Estudos Sociais (CES) da Universidade de Coimbra, integrando o núcleo de estudos sobre Democracia, Cidadania e Direito (DECIDE). Leciona em vários programas de doutoramento do CES, sendo co-coordenadora do programa de doutoramento em “Pós-colonialismos e cidadania global”.

<sup>91</sup> Em entrevista concedida a esta pesquisadora por e-mail em 28 de dezembro de 2017.

Moura teve todas as suas obras publicadas por pequenas editoras, por conta do veto desses intelectuais. “Isso acabou comprometendo a sua visibilidade em detrimento de outros pensadores que trataram do mesmo tema”, salienta Dennis.

Na dissertação “A solidão da América Latina na Grande Imprensa”, o jornalista e professor da Universidade de São Paulo, Alexandre Barbosa, mostra o pouco espaço quantitativo e qualitativo que é dado às nações latino-americanas nos grandes meios de comunicação, que acabam por dar preferência ao que ele chama de “uma América Latina Oficial”, ou seja, prevalece nos veículos a forma como somos vistos pelas nações hegemônicas, em contraposição aos interesses, pensamentos e culturas do povo latino-americano, que ele chama de “América Latina Popular”.

O sociólogo brasileiro Octavio Ianni, no livro “O labirinto latino-americano”, já havia chamado a atenção para a existência de várias Américas:

Há várias nações na nação latino-americana. Elas se mesclam e diferenciam, convivem e antagonizam, conforme a época, os jogos das forças sociais. Uma é a nação burguesa oficial, dominante, que profere o discurso do poder, mercado, desenvolvimento, progresso, produtividade, racionalidade, modernização. Outra é a popular, camponesa e operária, dispersa na sociedade e na geografia, revelando-se alternativa diferente, sociedade e comunidade qualitativa. Mas há, em certos casos, a nação quéchua, aimará, guarani, asteca, maia, negra ou outra, de permeio às diversidades sociais, econômicas, políticas, que mantêm e generalizam hierarquias, preconceitos, racismos. Às vezes todas essas realidades aglutinam-se em distintas regiões, no âmbito do espaço nacional, de tal modo que pode haver uma nação costeira e outra serrana. Nesses casos a diversidades organizam-se de tal maneira que as regiões digladiam-se como poderosas estruturas aparentemente autônomas; ou articulam-se sob o mando de uma nação mais poderosa. Assim se forma uma espécie de colonialismo interno. (IANNI, 1993, p.35).

Claramente, nossos grandes meios de comunicação dão preferência aos pensamentos da América que representa os interesses do mercado e das nações que sempre nos exploraram, desconsiderando a complexidade social, as diversidades e as demandas da outra América, a popular.

A mídia hegemônica também insiste em retratar a América Latina como um lugar de atraso, que deveria seguir no campo político e econômico as receitas das nações do chamado “primeiro mundo”. Ignoram que se estamos numa posição desprestigiada no planeta, isso ocorre justamente porque essas nações tidas como modelo nos colocaram nessa condição. Como bem destacou o escritor uruguaio Eduardo Galeano, no prefácio que fez à edição brasileira do livro “As Veias Abertas da América Latina”:

Para os que concebem a História como uma disputa, o atraso e a miséria da América Latina são o resultado de seu fracasso. Perdemos; outros ganharam. Mas acontece que aqueles que ganharam, ganharam graças ao que nós perdemos: a história do subdesenvolvimento da América Latina inteira, como já se disse, a história do desenvolvimento do capitalismo mundial. Nossa derrota esteve sempre implícita na vitória dos outros. Nossa riqueza sempre gerou pobreza por nutrir a prosperidade alheia: os impérios e seus beaguins nativos. Na alquimia colonial e neocolonial o ouro se transfigura em sucata, os alimentos em veneno. Potosí, Zacatecas e Ouro Preto caíram de ponta-cabeça da grimpada de esplendores dos metais preciosos no fundo buraco dos socavões vazios, e a ruína foi o destino do pampa chileno do salitre e da floresta amazônica da borracha; o nordeste açucareiro do Brasil, as matas argentinas de quebrachos ou certos povoados petrolíferos do lago de Maracaibo têm dolorosas razões para acreditar na mortalidade das fortunas que a natureza dá e o imperialismo toma. A chuva que irriga os centros do poder imperialista afoga os vastos subúrbios do sistema. Do mesmo modo, e simetricamente, o bem-estar de nossas classes dominantes – dominantes para dentro, dominadas de fora – é a maldição de nossas multidões, condenadas a uma vida de bestas de carga. (GALEANO, 1982, p.14)

### 2.2.3 O vínculo com o poder contra a soberania do continente e seus povos

A imprensa hegemônica latino-americana também constrói consensos na opinião pública, que interessam a grandes grupos políticos e econômicos.

Precusores nos estudos sobre *agenda-setting*, os pesquisadores Maxwell McCombs e Donald Shaw mostraram em 1979 que a mídia tem a capacidade de influenciar a sociedade, estabelecendo um cenário fabricado. Esse ambiente montado é obtido por meio do destaque dado a determinados fatos em detrimento de outros que podem até mesmo ser excluídos do noticiário.

(...) As pessoas têm tendência para incluir ou excluir de seus próprios conhecimentos aquilo que os mass media incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelos mass media aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas. (SHAW apud WOLF, 2001, p. 144).

Noam Chomsky, linguista, filósofo, ativista político e crítico da mídia (ao lado de Edward S. Herman, no livro *A manipulação do público – Política e poder econômico no uso da mídia*), ao analisar os efeitos da política e do poder econômico no uso dos meios de comunicação, destaca que a imprensa possui um modelo de propaganda voltado a manipular a opinião pública. Esse modelo “traça rotas pelas quais o dinheiro e o poder são capazes de filtrar as notícias adequadas para serem impressas, marginaliza as opiniões contrárias e permite que o governo e interesses privados dominantes transmitam suas mensagens ao público” (CHOMSKY; HERMAN, 2003, p. 62).



Os pensamentos McCombs, Shaw, Chomsky e Herman alinham-se ao de Gramsci, no que se refere ao *modus operandi* das forças hegemônicas para obter consenso e manter seu poder na sociedade.

Nas últimas décadas, cabe ressaltar a grande integração das empresas de mídia ao mercado. Desta forma, essas empresas, tais como as da área financeira, sofrem pressões fortíssimas de acionistas, diretores e banqueiros para se focarem em lucros.

Essas pressões intensificaram-se nos últimos anos à medida que as ações das empresas de mídia se tornaram favoritas do mercado e os atuais ou potenciais donos de jornais e redes de televisão descobriram ser possível capitalizar maiores audiências e receitas de propaganda em valores multiplicados das franquias de mídia – e grandes fortunas. Isso incentivou a entrada de especuladores e aumentou a pressão e a tentação de o foco ser mais voltado à lucratividade. (...) Essa tendência a uma maior integração da mídia ao sistema de mercado tem sido acelerada pelo afrouxamento das regulamentações que limitam a concentração da mídia, as participações cruzadas e o controle por empresas fora do setor. (CHOMSKY; HERMAN, 2003, p. 66).

Muitas vezes as grandes empresas de mídia atuam como “partidos políticos”, como já colocado por Gramsci e reforçado pelo sociólogo e jornalista brasileiro Perseu Abramo em 2004, no livro “Padrões de Manipulação da Grande Imprensa”, com objetivo de fazer as elites se perpetuarem no poder. Numa análise do jornalismo brasileiro, Abramo compara os veículos jornalísticos a agremiações políticas, que recriam a realidade por meio de padrões de manipulação da notícia, para exercerem poder na sociedade onde atuam. Nesse sentido, segundo o autor (2004, p. 45), “os órgãos de comunicação também procuram conduzir a sociedade, em parte ou no todo, na direção da conservação ou da mudança das instituições sociais; têm, portanto, um projeto histórico relacionado com o poder”.

Assim, embora muitos veículos jornalísticos vendam-se como apartidários e pluralistas, deixando esses princípios expressos em seus projetos editoriais (como é o caso da *Folha de S.Paulo*<sup>92</sup>, no Brasil, e do *Clarín*, na Argentina), eles atuam como defensores do pensamento político da classe dominante. Abramo desmascara a auto-proclamada “objetividade” da imprensa comercial-burguesa, mostrando que uma das características marcantes do jornalismo praticado hoje é a manipulação.

(...) a maior parte do material que a imprensa oferece ao público tem algum tipo de relação com a realidade. Mas essa relação é indireta. É uma referência indireta à realidade, mas que distorce a realidade. Tudo se passa como se a imprensa se

---

<sup>92</sup> PROJETO Editorial da Folha. Folha de S.Paulo. 30 Maio 2017. Disponível em:< <http://temas.folha.uol.com.br/projeto-editorial-da-folha/projeto-editorial-folha-de-s-paulo/principios-editoriais.shtml>> Acesso em: 8 dez. 2017.

referisse à realidade apenas para apresentar outra realidade, irreal, que é a contrafação da realidade real. É uma realidade artificial, não-real, irreal, criada e desenvolvida pela imprensa e apresentada no lugar da realidade real. A relação que existe entre a imprensa e a realidade é parecida com a que existe entre um espelho deformado e um objeto que ele aparentemente reflete: a imagem do espelho tem algo a ver com o objeto, mas não só não é o objeto como também não é a sua imagem: é a imagem de outro objeto que não corresponde ao objeto real. (ABRAMO, 2016, p.37-38)

A imprensa hegemônica das nações latino-americanas agenda parte significativa da sociedade a aceitar medidas que são altamente prejudiciais a elas mesmas. Basta lembrar da cobertura que os principais veículos jornalísticos do Brasil e da Argentina fizeram de algumas reformas neoliberais, aprovadas nos últimos anos. Dois episódios merecem destaque: a greve geral de 28 de abril de 2017 no Brasil contra as reformas trabalhista e da Previdência, promovidas pelo governo do presidente Michel Temer, e o primeiro dia de greve geral contra as políticas neoliberais do presidente Mauricio Macri, em 6 de abril de 2017, na Argentina (dentre essas políticas a reforma da Previdência).

No caso da greve geral no Brasil, a parcialidade da imprensa em favor das reformas ficou explícita. Paula Cesarino Costa, *ombudsman* do jornal *Folha de S.Paulo*, em sua coluna semanal, publicada em 30 de abril<sup>93</sup>, chegou a dizer que “o bom jornalismo aderiu à greve geral”. Fazendo uma avaliação bastante sensata sobre a postura da mídia nesta cobertura, questionou:

Quase em uníssono, os três principais jornais destacaram nas manchetes de suas edições impressas o efeito no transporte e a violência com que terminaram manifestações em São Paulo e no Rio. Será que o vandalismo em pontos isolados do Rio e de São Paulo era notícia a destacar em enunciado de manchete, se a própria Folha escreveu que a calmaria reinou durante quase todo o dia? Por que valorizar as cenas de confronto, em vez de imagens que pudessem, por exemplo, mostrar o que diziam as faixas levadas às manifestações.

Comportamento semelhante teve a imprensa tradicional argentina na cobertura do primeiro dia de greve geral contra as políticas macristas. Conforme observado na capa abaixo, do jornal *Ámbito Financiero*, manifestantes são chamados de “violentos”, angulados como se fossem terroristas:

---

<sup>93</sup> Intitulada *A imprensa e a greve geral*. Disponível em: < <http://www1.folha.uol.com.br/colunas/paula-cesarino-costa-ombudsman/2017/04/1879871-a-imprensa-e-a-greve-geral.shtml>>. Acesso em: 05 jun. 2017.



Figura 3 - Capa do jornal *Ámbito Financiero* com chamada que relaciona os atos de grevistas à violência

No livro “O consenso forjado - A grande imprensa e a formação da agenda ultraliberal no Brasil”, o sociólogo e cientista político Francisco Fonseca mostra como os veículos da mídia hegemônica brasileira atuaram desde 1985 para construir um consenso em torno da importância do neoliberalismo e suas pautas, para que toda uma agenda de privatizações, desregulamentação, medidas pró-mercado e reformas econômicas prejudiciais à classe trabalhadora pudesse ser implementada, com o aval da sociedade. Detendo-se mais especificamente à mídia impressa, Fonseca analisou (o livro é fruto de sua tese de doutorado) editoriais, reportagens e artigos de diários como o *Jornal do Brasil*, *O Globo*, *Folha de São Paulo* e *O Estado de São Paulo*, no período de 1985 a 1992, quando o país retomava seu sistema democrático e assistia ao desmonte do modelo econômico desenvolvimentista e nacionalista de Getúlio Vargas. Inspirado em Gramsci, ao encarar os jornais como aparelhos privados de hegemonia, ele mostra como esses grandes impressos foram usados para legitimar o modelo econômico representante dos interesses das classes dominantes, com o propósito de mantê-las no poder. Nesse sentido, “simplificaram problemas extremamente complexos, vulgarizando-os ao público leitor de forma dicotômica e destituída de vozes alternativas” (FONSECA, 2005, p. 442). Outra manipulação comum, para forjar esse consenso, foi desqualificar fontes e grupos

políticos que defendiam outro modelo econômico, procurando mostrar que as visões deles eram falhas ou ultrapassadas. Fonseca (2005, p. 444) também ressalta as críticas feitas pela mídia hegemônica à mobilização da classe trabalhadora, frente às reformas e outros golpes da agenda neoliberal. Os jornais atuaram com “unanimidade quanto à rejeição radical às greves e a todas as expressões de conflito social”.

### **\*Contra a emancipação e a integração do continente**

Os principais grupos de comunicação latino-americanos também têm se posicionado contra os governos progressistas da região. Conforme destaca Renata Mielli:

Com o explícito objetivo de derrotar governos na América Latina – eleitos com base em plataformas de combate ao neoliberalismo, inclusão social e desenvolvimento nacional-, a mídia tem adotado um discurso cada vez mais uniforme, aprofundando o seu caráter ideológico e assumindo papel de liderança e de organizadora da oposição de direita com viés conservador (MIELLI, 2015, p. 16).

Dênis de Moraes (2016), a partir da análise do jornalista espanhol e crítico da mídia Pascual Serrano, também discute essa situação, lembrando do tratamento benevolente oferecido (na cobertura jornalística dos oligopólios latino-americanos) aos governos de direita e de esquerda moderada, que respeitam os critérios e proposições do mercado.

Nesse caso incluem-se Peru, Colômbia, México, Chile (durante o mandato de Sebastian Piñera, de 2010 a 2014) e Argentina (no governo de Mauricio Macri). Já em relação aos governos que se opõem ao ideário econômico neoliberal e agem contra os interesses monopólicos, a cobertura informativa é constantemente desfavorável. As manobras editoriais podem ser atestadas em manchetes, títulos, reportagens e entrevistas, com tratamentos e enfoques tendenciosos; omissão deliberada das iniciativas dos governos progressistas; concessão de amplos espaços a partidos, grupos e lideranças das oposições conservadoras ou aos porta-vozes da SIP; editoriais sistematicamente agressivos; e artigos que deturpam o sentido das medidas legais e políticas governamentais. (MORAES, 2016, p. 156).

Dênis chama a atenção para a enorme capacidade de articulação dos grupos midiáticos latino-americanos na defesa dos seus interesses. “Uma mesma matéria hostil pode ser publicada simultaneamente pelos principais jornais da região, do mesmo modo que agressivos editoriais costumam ser republicados ou citados em diários de vários países” (MORAES, 2016, p. 156).

No artigo “A mídia brasileira e a resignificação do discurso colonizador: o caso da reeleição de Evo Morales”<sup>94</sup>, a pesquisadora Patrícia Paixão de Oliveira Leite, doutora em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), apresenta os resultados de

---

<sup>94</sup> Apresentado no XVI Congresso Internacional FoMerco de 27 a 29 de setembro de 2017, em Salvador (BA). Disponível em: <[http://www.congresso2017.fomerco.com.br/resources/anais/8/1504139763\\_ARQUIVO\\_ARTIGOPATRICIAPAIXAODEO.LEITE.pdf](http://www.congresso2017.fomerco.com.br/resources/anais/8/1504139763_ARQUIVO_ARTIGOPATRICIAPAIXAODEO.LEITE.pdf)> Acesso em: 18 ago. 2018.

uma pesquisa de análise do discurso que ela produziu a partir da cobertura que o jornal *Folha de S.Paulo* e a revista *Veja* fizeram das eleições presidenciais da Bolívia, realizadas em 6 de dezembro de 2009. Evo, do MAS (Movimento ao Socialismo), foi reeleito, vencendo o candidato conservador Manfred Reyes Villa, do Plano Progresso Convergência Nacional. De acordo com Patrícia (2017, p.8), o jornal e a revista “reforçaram o lugar de fala da mídia brasileira: vinculação às narrativas hegemônicas e demonização e desvalorização do líder progressista latino-americano, que adota um discurso antineoliberal”.

Nos dois veículos aqui estudados – a Revista *Veja* e a *Folha de S. Paulo* –, observa-se a reificação dos discursos que circularam na era das colonizações na América Latina, promovendo um apagamento das identidades dos povos nativos, com o reforço da supremacia do “branco” europeu ou do “branco” estadunidense. A proposta político-ideológica de Evo Morales é ignorada pelos veículos, quando silenciam sobre a postura de um presidente de origem indígena que defende a inversão dos paradigmas colonizadores, sobretudo, a superação da relação desigual branco-índio. (OLIVEIRA LEITE, 2017, p.14).

Ao avaliar o comportamento da grande mídia latino-americana, Patrícia destaca:

Estabelecendo filiações com as elites econômicas, religiosas e políticas oligárquicas, não é raro observar veículos da comunicação comercial – sobretudo de países como Brasil, Bolívia, Argentina e Venezuela – utilizando estratégias discursivas para “demonizar” ou “desqualificar” os líderes latino-americanos progressistas, que adotam um discurso contra-hegemônico. Esse procedimento midiático fica mais claro durante a cobertura dos momentos eleitorais nesses países. (OLIVEIRA LEITE, 2017, p.2).

Em 2014, Evo foi novamente reeleito, com uma expressiva vitória, e de novo venceu as eleições presidenciais em 20 de outubro de 2019, com vantagem acima de 10% sobre o segundo colocado, o direitista Carlos Mesa, o que anulou a possibilidade de um segundo turno (seguindo a legislação eleitoral da Bolívia). Rapidamente Mesa e outros oponentes conservadores levantaram a acusação de fraude nas eleições. Um relatório da OEA (Organização dos Estados Americanos), publicado em 10 de novembro, informava que foram detectadas irregularidades no processo eleitoral e que, portanto, não era possível atestar o resultado do pleito. Um dia depois, sob ameaças das Forças Armadas, Morales embarcou para o México, onde recebeu asilo. A Presidência do país foi ocupada interinamente pela senadora Janine Áñez, de tendência direita cristã, oriunda da região do país onde se concentra a elite minoritária de ascendência europeia. Em pouco tempo no governo, Janine promoveu ações violentas contra manifestantes indígenas, dando imunidade aos militares que cometeram os atos.

Em reportagem de 9 de junho no *The Intercept Brasil*<sup>95</sup>, o jornalista Glenn Greenwald denunciou a falta de legitimidade do relatório da OEA. Ele alertou os leitores do *Intercept* para um texto publicado no dia 7 do mesmo mês no jornal *The New York Times* que apontou uma série de irregularidades no relatório que legitimou o golpe contra Morales. O texto do *NYT* diz: “Um exame atento dos dados eleitorais sugere que a análise inicial da OEA que levantou dúvidas sobre fraude eleitoral – e contribuiu para a deposição de um presidente – foi falha”.

Greenwald ressalta que o relatório foi prontamente chancelado pela grande mídia hegemônica que sempre se posicionou de forma contundente contra o primeiro presidente boliviano oriundo das populações indígenas.

Ativista na luta pela democratização da mídia na América Latina, Dolores Arce, que foi chefe das Rádios dos Povos Originários (RPOs) do Ministério da Comunicação do governo Morales, denunciou em entrevista ao jornalista Leonardo Severo, do *ComunicaSul* (republicada no site do jornal Brasil de Fato)<sup>96</sup>, o papel insuflador que os grandes meios de comunicação tiveram no golpe. Segundo ela, “a mídia foi um dos pilares do golpe (...) e fez um despejo desinformativo, promovendo o motim da polícia e garantindo impunidade para que o Exército assassinasse manifestantes que lutavam por seus direitos”. Dolores ainda complementa: “os canais de televisão começaram a ir ao conjunto das regiões para assediar os comandos militares, incendiando o país com mentiras”.

Altamiro Borges<sup>97</sup> lembra do papel crucial que a imprensa hegemônica latino-americana vem tendo nos processos de golpe contra governos progressistas da região. Ele destaca que muitos especialistas do tema mídia e política têm classificado o processo que culminou na deposição da presidenta Dilma Rousseff em 2016 de “golpe judicial-parlamentar-midiático”, do qual já haviam sido vítimas os governos de Manuel Zelaya<sup>98</sup>, em 2009, em Honduras, e Fernando Lugo<sup>99</sup>, em 2012, no Paraguai.

<sup>95</sup> Disponível em:< <https://theintercept.com/2020/06/09/midia-americana-oea-eleicao-bolivia/>> Acesso em: 10 jun. 2020.

<sup>96</sup> Disponível em:< <https://www.brasildefatopr.com.br/2019/12/16/midia-incendiou-bolivia-com-mentiras-no-golpe-contra-evo-afirma-comunicadora>> Acesso em: 10 jun. 2020.

<sup>97</sup> Em entrevista presencial concedida a esta pesquisa em 17 de julho de 2017.

<sup>98</sup> José Manuel Zelaya Rosales foi presidente eleito de Honduras, de 27 de janeiro de 2006 a 28 de junho de 2009, quando sofreu um golpe militar. Zelaya foi retirado de sua casa e, com escolta militar, foi levado ao aeroporto, onde embarcou para a Costa Rica. O Congresso indicou Roberto Micheletti, que presidia o legislativo, como novo chefe de Estado até 2010 - medida fortemente criticada pela comunidade internacional.

<sup>99</sup> Fernando Armindo Lugo de Méndez foi presidente do Paraguai de 15 de agosto de 2008 a 22 de junho de 2012. Deixou o poder após sofrer um processo de *impeachment*, engendrado pelas forças conservadoras do poder paraguaio. O vice-presidente, Federico Franco, que rompeu politicamente com Lugo, assumiu o poder pouco depois.

Eu acho essa definição de golpe judicial-parlamentar-midiático boa. Eu só tenho um reparo a fazer: é que eu acho que nesse trio o mais importante é a mídia. Ela foi protagonista do golpe. Se não fosse a mídia, Sérgio Moro<sup>100</sup> seria um juiz em primeira instância numa cidade do interior, no Paraná. Quem o projetou, dando capas da Veja, dando prêmios da Globo? Quem o transformou num herói, inclusive sem levar em conta observações críticas que juristas faziam aos métodos aplicados ele? Foi a mídia. Então, é um golpe judicial, evidente! Porque o papel da operação Lava Jato foi decisivo na desestabilização do governo, na própria economia. A mesma coisa aconteceu com o parlamento. Sem a mídia, nós não teríamos o parlamento que temos hoje. Quem elege esse parlamento é a mídia. Você só entende por que a bancada da bala triplicou e por que a bancada dos evangélicos pulou para 90 deputados, se eu perceber o que é a televisão no Brasil, com seus problemas policialescos e com as suas 5 horas de programação religiosa diária.

A grande mídia latino-americana também não costuma valorizar as iniciativas voltadas à integração dos países da região, que são essenciais para destacar a América Latina na geopolítica mundial. No Brasil, segundo o jornalista Altamiro Borges<sup>101</sup>, coordenador do *Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé*, esse posicionamento se mostra bem aparente, com reflexos na sociedade:

A elite empresarial brasileira é uma elite com complexo de vira-lata. Nelson Rodrigues definiu isso para o futebol, mas isso serve pra tudo. Ela é uma elite que foi durante muito tempo subalterna à Europa e na sequência submeteu-se aos EUA. É só ver as constituições das nossas universidades e o tipo do padrão de cultura, só ver o que foi a Semana de Arte Moderna, se contrapondo exatamente a isso. O que é bom para os EUA é bom para o Brasil. Assim eles pensam. Então a elite brasileira não tem um sentimento de pertencimento à América Latina. Isso é transmitido via mídia no seu sentido mais amplo, inclusive na cultura, no entretenimento. E o que acontece é que o povo acaba também não tendo esse sentimento. O povo é capaz de se sentir mais estadunidense sem falar inglês, do que latino-americano. A visão da elite brasileira sobre a ideia de nos ligarmos aos países da América Latina é que se nos unirmos a países frágeis isso irá nos prejudicar. É uma visão que os anos de governo Lula procurou mudar. A política externa de Lula foi muito boa exatamente por lutar por essa integração. (BORGES, 2017).

A partir dos dados anteriormente apontados, percebe-se que os grupos jornalísticos hegemônicos dos países latino-americanos não vêm levantando os anseios e problemáticas das múltiplas vozes sociais do continente, condição importante para a democracia, tampouco valorizam o conhecimento, a soberania, o desenvolvimento e a solidariedade entre as nações da região. As grandes empresas de comunicação em diversas pátrias-irmãs, com honrosas

---

<sup>100</sup> Juiz federal, responsável pela operação Lava Jato em primeira instância. A Lava Jato é um conjunto de investigações em andamento pela Polícia Federal do Brasil que apuram um esquema bilionário de desvio e lavagem de dinheiro envolvendo a Petrobras (empresa petrolífera brasileira, uma estatal de capital misto), empreiteiras e políticos.

<sup>101</sup> Em entrevista presencial concedida a esta pesquisa em 17 de julho de 2017.

exceções de algumas coberturas, servem a diferentes interesses, que não os dos povos do continente.



## **CAPÍTULO 3 O DIREITO À COMUNICAÇÃO, A REGULAÇÃO DA MÍDIA E AS POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO NO BRASIL E NA ARGENTINA**

### **3.1 – Breve histórico do direito à comunicação**

Reforçam-se, perante o preocupante cenário discutido nos Capítulos 1 e 2, os debates que defendem o direito à comunicação e a regulação e democratização dos meios de comunicação, como forma de garantir a pluralidade de vozes presentes na intercultural sociedade latino-americana, uma vez que a visão uníssona divulgada pelos grandes conglomerados jornalísticos da região destoa dessa diversidade e comumente ameaça os Direitos Humanos e as possibilidades de integração e emancipação das nações do continente.

Os primeiros debates sobre a importância da existência de um direito à comunicação surgiram há mais de 50 anos. Em 1969, o diretor de Serviços Audiovisuais e de Rádio do Departamento de Informações Públicas das Nações Unidas, o francês Jean D'Arcy, já escrevia sobre a necessidade de a Declaração Universal dos Direitos Humanos (promulgada em 1948 pela ONU) abarcar um direito mais amplo que o direito à informação, estabelecido no Artigo 19 (da Declaração): “Trata-se do direito do homem de se comunicar”, ressaltava D'Arcy (LIMA, 2011, p. 239).

Conforme salienta o professor Venício Artur de Lima, a proposta de D'Arcy encara a comunicação sob uma perspectiva dialógica, que já havia sido abordada pelo educador Paulo Freire, quando este esteve exilado no Chile após o golpe de 1964, que instaurou a ditadura militar no Brasil. No ensaio “Extensão ou comunicação?”, escrito em 1968 e publicado aqui em 1971, Freire discute a raiz semântica da palavra comunicação e inclui, nela, a dimensão política da igualdade e, portanto, da ausência de dominação por parte de um dos lados do ato de comunicar. Para Freire, a comunicação deve envolver uma possibilidade igualitária de troca entre sujeitos, excluindo desse ato qualquer tipo de relação de poder. Portanto, o indivíduo mais do que ter o direito de receber informação, precisa ter, no mesmo patamar de igualdade que o emissor da mensagem, o direito de se comunicar.

A defesa de Freire torna-se essencial num mundo onde os fluxos de comunicação são desiguais, não só por conta da oligopolização da mídia, mas pelas disparidades nas trocas de informações entre os países do hemisfério Norte e Sul e do Ocidente e do Oriente, no processo de globalização, com o Norte e o Ocidente tendo um privilégio na imposição de seus valores e visões.

A disputa em torno do direito à comunicação e do controle dos fluxos internacionais de informação foi intensificada a partir do final dos anos 1960 dentro de organismos multilaterais, em especial na Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura). Dessa batalha, surge a proposta de uma Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação (NOMIC), para evitar a comunicação em um único sentido. Em 1977, foi criada uma comissão internacional composta por membros de 16 países (incluindo os latino-americanos Gabriel García Márquez e Juan Somavia) para estudar o assunto. O “Relatório McBride – Um mundo de muitas vozes”, lançado em 1980 e publicado no Brasil pela Fundação Getúlio Vargas em 1983, nasce desses debates. O documento apresentava possíveis estratégias para reverter a desigualdade no fluxo de informações no mundo e reconhecia o direito à comunicação. O relatório acabou impulsionando uma série de conferências regionais sobre políticas culturais e políticas nacionais de comunicação, inclusive na América Latina. Apesar de ter um significado importante, por ter sido o primeiro documento oficial da ONU a discutir essa problemática e propor alternativas, a resistência dos países hegemônicos e dos grandes conglomerados de mídia internacionais, mandantes nos fluxos de informação, foi mais forte e as propostas do relatório acabaram não sendo implementadas.

No auge da onda neoliberal, em clima de “Guerra Fria” e sob a liderança de Ronald Reagan e Margaret Thatcher, foi lançada uma ofensiva mundial a favor do “livre fluxo de informação”, que, ao lado da chamada “liberdade de imprensa”, constitui a eterna bandeira excludente utilizada pelos grupos dominantes de mídia. A batalha foi “vencida” quando tanto os Estados Unidos (1984) com a Inglaterra (1985), alegando a politização do debate, desligaram-se da Unesco (a Inglaterra voltou a fazer parte da Unesco em 1997 e os EUA em 2003). A partir daí o apoio da própria Unesco à NOMIC foi minguando progressivamente e a discussão institucionalizada do desequilíbrio no fluxo de informações Norte-Sul foi sendo oficialmente deslocada para o âmbito do GATT (Tratado Geral sobre Tarifas Aduaneiras e Comércio), mais tarde transformado em OMC (Organização Mundial do Comércio). (LIMA, 2011, p. 242).

Ainda assim, o relatório McBride e os debates em torno dele levaram à realização da Cúpula Mundial sobre a Sociedade da Informação (CMSI), ocorrida em duas etapas (em Genebra em 2003 e em Túnis em 2005), mantendo viva a discussão sobre o direito à comunicação. Até hoje o relatório continua inspirando debates em torno desse direito pelo mundo.

As discussões geradas a partir do relatório também contribuíram, de acordo com Lima (2011), para o reconhecimento da natureza particular de bens e serviços culturais. Em 2004, surgiu a Convenção sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais, substituindo o conceito de “exceção cultural” pelo de “diversidade cultural”, implementada pela Unesco em 2005.

Diz o texto da convenção<sup>102</sup>:

(...) Convencida de que as atividades, bens e serviços culturais possuem dupla natureza, tanto econômica quanto cultural, uma vez que são portadores de identidades, valores e significados, não devendo, portanto, ser tratados como se tivessem valor meramente comercial (...) Constatando que os processos de globalização, facilitado pela rápida evolução das tecnologias de comunicação e informação, apesar de proporcionarem condições inéditas para que se intensifique a interação entre culturas, constituem também um desafio para a diversidade cultural, especialmente no que diz respeito aos riscos de desequilíbrios entre países ricos e pobres. (UNESCO, 2005).

No Brasil, a convenção foi subscrita por intermédio do Decreto Legislativo 485/2006<sup>103</sup>. Esse reconhecimento foi essencial para forçar a criação de políticas públicas voltadas a proteger as culturas locais, regionais e nacionais e estimulá-las, além da inclusão (nas legislações referentes à comunicação) de dispositivos que estimulem a produção e distribuição de conteúdos locais, regionais e nacionais.

### 3.2 Regular a mídia: uma tarefa do Estado

Uma vez que o direito à comunicação não pode ser garantido à sociedade por conta do quadro de oligopolização midiática discutido no Capítulo 1, cabe ao Estado estabelecer mecanismos legais que atuem contra a concentração da propriedade dos veículos de informação e entretenimento e oportunizem a democratização da comunicação. Conforme destaca Altamiro Borges<sup>104</sup>, em diversos países, inclusive naqueles tidos como “modelo” pela elite econômica latino-americana, existem leis, mecanismos e órgãos de regulação da comunicação.

A lei nos EUA diz que é proibido monopólio e oligopólio e criou uma regulamentação que proíbe mesmo. No EUA as empresas não podem ter ao mesmo tempo TV aberta, TV fechada, rádio AM, rádio FM, internet, jornal, revista. Isso é proibido. Aplique-se essas medidas aqui (...) Aplique-se a lei que está em Portugal. Lá os movimentos sociais têm o chamado “direito de antena”. Eles têm espaço na televisão em horário nobre. Então na véspera do dia 1º de maio [Dia do Trabalhador], a Central Sindical Portuguesa vai para a televisão convocar um ato (...). Aplique-se aqui o que tem na Europa toda. Você tem conselhos de comunicação, que não só discutem a questão econômica de monopólio, oligopólio, mas o conteúdo que os veículos divulgam. A mídia brasileira fez um grande escarcéu quando o [Hugo] Chávez caçou a outorga da RCTV [Radio Caracas Televisión]. A FCC [Federal Communications Commission], que é o órgão de fiscalização do EUA, já cassou mais de 100 outorgas! No Reino Unido tem isso e eles vão além. Porque lá já não está mais só na questão das concessões públicas. Diante do abuso do jornalismo sensacionalista, pautado em escândalos, eles aprovaram recentemente uma lei duríssima contra imprensa impressa, que

<sup>102</sup> Disponível em: < <http://www.ibermuseum.org/wp-content/uploads/2014/07/convencao-sobre-a-diversidade-das-expressoes-culturais-unesco-2005.pdf>>. Acesso em: 2 abril 2020.

<sup>103</sup> Disponível em: < <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decleg/2006/decretolegislativo-485-20-dezembro-2006-548645-norma-pl.html>> Acesso em: 10 abril 2020.

<sup>104</sup> Em entrevista presencial concedida a esta pesquisa em 17 de julho de 2017.

não é concessão pública. E não me consta que a rainha Elizabeth seja comunista, nem bolivariana. Um jornal não pode fazer como a *Folha de São Paulo*, que colocou uma ficha policial falsa da Dilma na capa. Isso no Reino Unido dá uma multa milionária, não é merreca não... E te obriga a dar o mesmo destaque, o mesmo espaço para resposta, imediatamente. (BORGES, 2017).

Organismos internacionais, como a ONU e a OEA (Organização dos Estados Americanos), alertam que o monopólio dos meios de comunicação atenta contra a liberdade de expressão e, conseqüentemente, a democracia, e que cabe ao Estado tomar uma atitude para combater esse quadro. No estudo “Indicadores de Desenvolvimento da Mídia Unesco – Marco para avaliação do desenvolvimento dos meios de comunicação”<sup>105</sup>, publicado em 2010, a Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) recomenda

a intervenção estatal no sentido de promover um ambiente de mídia caracterizado pela liberdade de expressão, pelo pluralismo e pela diversidade, com a definição pormenorizada de leis de restrição da liberdade da mídia, limitadas àquelas necessárias a uma democracia, e com dispositivos legais que assegurem igualdade de condições no plano econômico (UNESCO, 2010, p.14)

A garantia da democracia no setor de comunicação não passa apenas pela regulação da grande mídia, mas pelo incentivo e apoio financeiro e infraestrutural às iniciativas de comunicação contra-hegemônicas, como jornais, tevês, rádios e sites de sindicatos, associações, movimentos sociais e outras entidades representativas da sociedade. Os recursos do Estado não devem ser direcionados só aos veículos grandes, mas aos pequenos. “Na Itália, por exemplo, 20% da verba publicitária do governo deve ir para a mídia alternativa”, destaca o jornalista Altamiro Borges (apud Mielli, 2015, p. 37).

Na América Latina muitos países, como Argentina, Uruguai, Equador, Bolívia e Venezuela, construíram legislações voltadas a garantir a democratização da mídia. Apesar dessas leis terem sido traçadas em pleno respeito aos princípios democráticos expressos nas Constituições desses países e em debate com diferentes entidades e setores da sociedade civil e movimentos sociais, elas receberam fortes ataques dos oligopólios de comunicação da região, sendo qualificadas como “ataques contra a liberdade de imprensa”. Como ressalta Renata Mielli

Irmanados pelos mesmos objetivos e interesses, os grupos privados de comunicação se alinham contra qualquer tentativa que a sociedade desenvolva, com ou sem apoio do Estado, para criar ambientes que permitam um mínimo de diversidade e pluralidade na mídia. Adotam um discurso bloqueado contra a regulação (MIELLI, 2015, p. 21).

Dênis de Moraes (2016) lembra que os grandes grupos midiáticos da região, alegando que desempenham uma função social específica (informar a coletividade), defendem que devem

<sup>105</sup> Disponível em: < <https://pt.calameo.com/read/000604324976262c52906> > Acesso em: 10 jun. 2020.

se colocar fora do alcance da regulação e induzem a opinião pública a ver no controle de seus conteúdos e de sua propriedade um ataque à sociedade.

Para isso, todos os recursos editoriais, ideológicos e políticos têm sido mobilizados. As caixas de ressonância extrapolam os limites nacionais e formam, na verdade, um circuito continental que intenta criar atmosferas adversas à democratização da radiodifusão, seja neutralizando o debate, seja direcionando a opinião pública para juízos contrários e modificações substantivas nos sistemas de comunicação. (MORAES, 2016, p. 156).

Resgatando o conceito de hegemonia de Gramsci (abordado no Capítulo anterior), vemos, nesse caso, o movimento de resistência dos grupos da elite quando percebem que seu poder predatório pode ser ameaçado, com a possibilidade da entrada de novos atores em jogo, que podem convencer a opinião pública a tomar um caminho mais plural e justo, que destoa da lógica do Capital.

### 3.3 - Caso Argentino

Apesar de ser um marco nas políticas de regulação da mídia na Argentina (sendo também referência para outros países da América Latina, como veremos), a Ley nº 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, popularmente conhecida como “Ley de Medios”<sup>106</sup>, não representa a primeira iniciativa de política de comunicação naquele país. A Argentina já contava com legislações nesse campo antes de 2009 (ano em que a lei foi sancionada), ainda que elas sejam resultado de acordos velados entre o Estado e os proprietários dos grandes meios de comunicação, com pouca transparência e pouca efetividade no combate à concentração. De acordo com Guillermo Mastrini e Martín Becerra (2017)<sup>107</sup>, estudiosos que são referência em pesquisas sobre a regulação da mídia na Argentina, para a imprensa escrita a regulação foi baseada nos mandamentos constitucionais que garantem a liberdade de expressão e de imprensa. O setor de radiodifusão se ancorou em leis ou regulamentações voltadas a outorgar licenças ao setor privado comercial, para operação de emissoras de rádio e televisão. Já no setor das telecomunicações, o Estado, até a década de 1990, atuava como operador monopólico, procurando desenvolver políticas de serviço universal e alcançar a maior parte da população, embora, conforme apontam Mastrini e Becerra, nem sempre tenha encontrado êxito nessa tarefa. A partir da década de 1990, esse setor foi conformado por um oligopólio privado.

---

<sup>106</sup> Disponível em: < <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm> > Acesso em: 13 fev. 2020.

<sup>107</sup> No livro “Medios en Guerra – Balance, crítica y desguace de las políticas de comunicación 2003-2016”, da editora Biblos.

Quatro processos marcam o sistema de comunicação argentino desde 1983, a partir do o colapso da última ditadura militar instalada no país em 1976:

Primero, el destierro de la censura directa; segundo, la concentración de la propiedad de las empresas en pocos pero grandes grupos; tercero, la convergencia tecnológica (audiovisual, informática y de telecomunicaciones) y, por último, la centralización geográfica de la producción de contenidos (MASTRINI; BECERRA, 2017, p. 13).

No campo da radiodifusão, vigorava no país, até a implementação da Lei nº 26.522, a Ley de Radiodifusión nº 22.285, promulgada em 1980 pelo regime encabeçado por Jorge Rafael Videla, uma legislação repleta de vícios autoritários e que não comportava as mudanças ocorridas desde então no setor, como a implementação da TV a cabo, a rádio FM e as mudanças demográficas do país. Na obra intitulada “Wikimedialeaks – La relación entre gobiernos de América Latina bajo el prisma de los cables de WikiLeaks”<sup>108</sup> (2012), Becerra e o jornalista e pesquisador Sebastián Lacunza ressaltam que, embora nenhum ator da mídia ou do governo tivesse a coragem de defender de forma pública essa legislação, todos a consentiam e, a partir de 1989, distintos governos constitucionais a pioraram, permitindo um sistema de meios com níveis de concentração da propriedade e centralização geográfica da produção e do lucro que estavam ausentes no texto de Videla.

Restaurada la democracia, el gobierno de Raúl Alfonsín (1983-1989) y sus sucesores hasta 2008, habilitaron por acción o omisión la concentración de medios, un campo del que se valió, por sobre otros, el Grupo Clarín. También los breves períodos de Fernando de la Rúa (1999-2001) y Eduardo Duhalde (2001-2003) resultaron beneficiosos para el principal multimédios de Argentina. (BECERRA; LACUNZA, 2012, p. 45).

Segundo Becerra e Lacunza, o governo mais conivente com a concentração do grupo *Clarín* (vista no Capítulo 1) foi, curiosamente (em contradição com seu viés progressista), o do presidente Néstor Kirchner, que exerceu o primeiro período presidencial kirchnerista (de 25 de maio de 2003 a 10 de dezembro de 2007), antes de sua esposa Cristina Fernández de Kirchner. Ao analisarem os documentos obtidos pelo *Wikileaks* sobre a Argentina, provenientes da embaixada dos EUA naquele país (esses documentos são detalhados no livro “ArgenLeaks – Los cables de Wikileaks sobre la Argentina de la A a la Z”, do jornalista Santiago O’Donnel), Becerra e Lacunza mostram que são mencionados benefícios obtidos por diferentes grupos de mídia, principalmente o *Clarín*.

<sup>108</sup> No livro, os autores analisam os documentos obtidos pelo Wikileaks sobre a América Latina, provenientes das embaixadas dos EUA em diferentes países da região. Esses documentos divulgados a partir de dezembro de 2010 para veículos jornalísticos de diferentes nações latino-americanas, incluindo o Brasil (que conseguiu acesso pioneiro a eles, por intermédio de uma parceria feita por Julian Assange com a jornalista Natália Viana, da Agência Pública), mostram grande promiscuidade entre nomes importantes da mídia da região e a diplomacia dos EUA.

La mención a los beneficios obtenidos por diferentes grupos mediáticos, especialmente el de Clarín, de manos de la presidente de Néstor Kirchner fue moneda corriente en los informes de la Embajada. Cada favor de ida y vuelta mereció un memorándum a Washington con ejemplos pormenorizados, como un relato sobre un acuerdo gestado en las máximas esferas para coordinar una tapa del diario de más ventas de Argentina” (BECERRA; LACUNZA, 2012, p. 43-44).

Esse panorama começou a mudar a partir de 2007, no final do governo Néstor, a partir do momento em que o *Grupo Clarín* conseguiu sanar suas finanças. Quando Néstor chegou à Presidência (em 2003), o sistema de meios de comunicação argentino, embora bastante modernizado, estava prestes a quebrar. A crise de 2001 havia causado uma importante retração dos mercados da indústria cultural como um todo, reduzindo o investimento publicitário. As empresas de mídia, que em vários casos tinham contraído dívidas em dólares da década anterior, registravam receitas financeiras minguentes e em pesos. Daí a importância de se alinhar ao governo para tentar benefícios capazes de fazê-las reverter essa equação. “La presidencia de Kirchner respaldo la estructura de medios heredada, estimulando su crecimiento. Evitó en los hechos habilitar el acceso a los medios por parte de sectores sociales no lucrativos, concibió un esquema de ayuda estatal a cambio de apoyo editorial” (MASTRINI; BECERRA, 2017, p.23).

Assim que o *Grupo Clarín* solucionou seus problemas financeiros, o “namoro” com Néstor começou a estremecer. Em 7 de maio de 2007, em um encontro com Earl Anthony Wayne, embaixador norte-americano na Argentina, revelado pelo jornalista Santiago O’Donnel, em ArgenLeaks<sup>109</sup>, Héctor Magnetto, CEO do *Clarín*, já fazia críticas severas a Néstor, dentre elas a “falta de compromisso do governo com o diálogo político” e a ausência de coletivas com a imprensa. Esse comportamento do grupo midiático, de apoiar os governos até que eles lhes proporcionem o que o *Clarín* precisa e depois atacá-los, já havia sido ressaltado pelo embaixador Lino Gutiérrez, que também tinha um relacionamento próximo com membros da mídia argentina antes de Wayne.

Como escribió el embajador Gutiérrez en 2006, diversos textos demuestran que la delegación estadounidense compartía la noción bastante expandida de que Clarín, en primera instancia, pacta con los gobiernos no bien asumen, y que una vez cumplidos sus primeros objetivos, se transforma en un crítico tenaz. (BECERRA; LACUNZA, 2012, p. 48).

Conforme apontamos no Capítulo 1 desta tese, Martín Sivak também destaca essa característica do grupo, em seu livro sobre a história do *Clarín*.

---

<sup>109</sup> O encontro é citado na página 93, do livro publicado em 2011 pela editora Sudamericana. A obra mostra profunda promiscuidade entre representantes da grande mídia argentina e a embaixada dos EUA no país.

Cabe aqui abrir parênteses. Embora tenha tido uma relação de troca de favores com o *Clarín* e outros grupos da mídia hegemônica argentina, o governo Néstor investiu na área de comunicação, com algumas medidas que beneficiaram a sociedade. Criou, por exemplo, um canal de TV focado em cultura, ligado ao Ministério da Educação, chamado *TV Encuentro*, que se tornou um marco na história da televisão estatal argentina, pela extrema qualidade das produções e por ter cultivado uma programação nutrida por produtoras de pequeno e médios porte, com perfil educativo e cultural e conteúdos que retratavam mais a produção audiovisual do interior do país, apresentando uma TV menos arraigada a Buenos Aires e seus arredores.

Também vale destacar que Néstor abrigou na administração estatal (ainda que no segundo escalão) funcionários que integravam grupos importantes da sociedade civil, que defendiam a democratização da comunicação. Esses grupos, ligados a sindicatos, ONGs, acadêmicos e meios comunitários, com o incentivo desses funcionários, criaram a “Coalición por una Radiodifusión Democrática”, um movimento que em 2004 lançou um documento com 21 pontos para uma radiodifusão democrática. De acordo com Mastrini e Becerra, esses pontos foram, mais tarde, essenciais na base conceitual da Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Portanto, podemos dizer que a “Ley de Medios” teve seus primeiros debates incentivados por aquele governo.

Mesmo assim, no último dia de seu mandato, Néstor autorizou a fusão entre a *Cablevisión* (que, além de serviços de TV a cabo, oferece conexão à internet por intermédio da *Fibertel*) e o *Multicanal* (do Grupo *Clarín*), aumentando ainda mais o poder do grupo de Magnosto. Guillermo Mastrini e Santiago Marino (2010, p. 182 apud BECERRA; MASTRINI, 2017, p. 25) resumem o quadro desolador ao final do primeiro governo kirchnerista:

El mero registro de las principales acciones en materia de políticas de comunicación resulta contundente para calificar la actuación del gobierno en el área: sin voluntad/capacidad para cambiar la ley de la dictadura, extendió el plazo de las licencias de forma legal (renovaciones) y no tanto (decreto 527). La concentración de la propiedad se acrecentó en varios sectores, y varias exclusiones se mantienen. La regulación del sector fue otra vez realizada por decreto, y los medios públicos, aun con una tenue recuperación en su calidad y alcance, siguen estando demasiado vinculados a los intereses del Ejecutivo.

### 3.3.1 A chegada de Cristina Kirchner à Presidência, a crise no campo e a batalha “periodismo independente” x “periodismo militante”

Quando Néstor chegava ao fim de seu mandato e suas relações com o principal grupo de mídia do país começavam a estremecer, despontava no Senado argentino a figura de Cristina



Fernández de Kirchner, sua esposa, como sua sucessora para a Presidência, com posicionamento de destaque nas pesquisas de intenção de voto.

Assim que se apresentou como candidata, a senadora começou a receber ataques da grande mídia, marcados pelo machismo. Em seu livro de memórias lançado em 2019, intitulado “Sinceramente”, a ex-presidenta da Argentina dedica alguns trechos para falar desses ataques:

¿Viste la tapa de Noticias? El que me pregunta es Miguel Núñez, vocero presidencial, que entra a mi despacho con el rostro demudado. Lo recuerdo como si fuera hoy. Era julio del 2007, ya se sabía que iba a ser candidata a presidenta y en ese momento tenía una oficina en la Casa Rosada, atrás de la de Oscar Parrilli, secretario general de la Presidencia. “No, Miguel, no la vi, ¿qué disse? “Que sos bipolar”, me respondió nervioso. “Quedate tranquilo que no soy bipolar, la que sí es bipolar es mi hermana. Pero no te hagas problema que los bipolares son muy inteligentes. Fijaste que Newton y Einstein también lo eran”. (...) No era la primera vez que, ante una decisión trascendente de Néstor o mía, los medios se anticipaban a demonizarnos, o al menos a intentar neutralizarnos. La tapa de la revista Noticias a la que se refería Miguel Núñez se anticipaba a estigmatizar mi posible candidatura a presidenta con el título “El enigma Cristina, transtorno bipolar y nuevo gobierno”, sobre la imagen de un primer plano de mis ojos vidriosos. Antes, en noviembre de 2006, ya habían puesto en duda mi salud mental con otra tapa: “Cristina Kirchner: ¿Está bajo tratamiento psiquiátrico? Las tapas de la revista Noticias condensaron, a partir de 2006, los agravios más violentos y misóginos contra mí. Y en todos los casos comentaban medidas de gobierno que estaban decididos a combatir. (FERNÁNDEZ DE KIRCHNER, 2019, p. 164).

Cristina venceu as eleições em 28 de outubro de 2007, pelo Partido Justicialista, com mais de 45% dos votos, 22 pontos à frente da rival Elisa Carrió, da Coalizão Cívica, assumindo a Presidência em dezembro daquele ano. Uma verdadeira guerra entre o governo e os grupos midiáticos argentinos iria estourar.

Em março de 2008, com apenas três meses à frente da Presidência, Cristina começava a enfrentar os primeiros ataques à sua gestão, na chamada “crise do campo”. Por meio da Resolução nº 125, do Ministério da Economia e Produção, o governo modificou a política impositiva de exportação de grãos, aumentando o imposto sobre as exportações nessa área, especialmente a soja. O objetivo era frear o avanço do cultivo da oleaginosa sobre outras atividades rurais no país. A Argentina é o terceiro maior produtor de soja do mundo e, embora essa *commoditie* seja importante para a economia do país, ela ocupa boa parte dos hectares cultiváveis do território argentino, sem conseguir suprir a necessidade de alimentação da população, já que 95% da produção se destina ao mercado externo. Grãos como o milho e o trigo, estes sim consumidos no mercado interno, têm uma superfície cultivada cada dia menor. Até mesmo as áreas de pasto para a pecuária foram reduzidas pelo avanço do cultivo de soja. Além disso, somente grandes proprietários de terra possuem capacidade de cultivar a

oleaginosa. Portanto, produzir e exportar soja havia se tornado um grande negócio, mas com benefícios destinados a poucos, e não a toda nação argentina, daí a medida tomada pelo governo.

Por conta da elevação do imposto, Cristina começou a enfrentar protestos sistemáticos por parte dos setores ruralistas. Foram 129 dias de conflito com o segmento agropecuário, até que um decreto foi assinado em julho, anulando o aumento. Já no início da crise grandes grupos de mídia, como o *Clarín*, posicionaram-se a favor do setor agrário, destinando vantajoso espaço para a cobertura do tema e instigando a população a ir às ruas, o que de fato aconteceu com diferentes panelaços contra o governo promovidos em bairros de classe média e classe média alta, como a Recoleta e Palermo (em Buenos Aires). Em contrapartida, o governo começou a questionar o posicionamento da imprensa hegemônica, em especial o do *Clarín*, e seu poder no agendamento da opinião pública para um caminho nem sempre condizente com a versão real dos fatos.

Uma guerra entre Cristina e a *holding Clarín* estava instaurada. Foi levantado um acalorado debate sobre o papel do jornalismo e essa discussão ganhou corpo, indo parar no seio da sociedade argentina, de modo que pessoas comuns nos bares, cafés, no trabalho e nos momentos de lazer com a família participavam, dando sua opinião. O campo jornalístico e a sociedade argentina ficaram polarizados entre os que apoiavam o governo e os que defendiam o jornalismo da mídia hegemônica. Foram puxadas para a discussão as figuras do “periodismo independente” (aquele que seria desvinculado de governos e interesses, que o *Clarín* e outros grandes grupos midiáticos diziam fazer) e do “periodismo militante” (identificado com o governo). Nomes de peso do jornalismo argentino se dividiram nessa batalha. Luis Majul, por exemplo, jornalista de destaque do *Grupo América*, no rádio e na TV, afirmou em entrevista ao jornalista Jorge Fontevicchia, no livro “Periodismo y Verdad – Conversaciones con los que mandan en los medios” (2019, p. 82), ao fazer um balanço desse período: “El periodismo militante tuvo en la Argentina un objetivo claro: destruir al periodismo profesional”.

Como destaca a jornalista argentina María O’ Donnell (2017), no prefácio do livro “Medios em Guerra: Balance, crítica y desguace de las políticas de comunicación 2003-2016”, de Mastrini e Becerra:

(...) la discusión sobre el rol del periodismo, los intereses de los dueños de los medios y la circulación de la información nunca fue tan intensa (...). Debates que no solían pasar de ámbitos acotados irrumpieron de pronto, con intensidad y distorsiones, en medios masivos y en las redes sociales, que llegaron para marcar nuevas dinámicas en la relación entre las audiencias.

Nessa polarização, um princípio básico da deontologia do jornalismo foi posto em xeque: a objetividade. O *Clarín* respondia aos ataques do governo, com o discurso de que Cristina ameaçava a liberdade de imprensa. Por outro lado, os grupos oficialistas e boa parte das iniciativas de comunicação contra-hegemônicas questionavam o propalado “periodismo independente” do *Clarín* e da mídia hegemônica, já que o posicionamento parcial desses grupos a favor do setor agrário tinha sido flagrante. No artigo “La disputa entre periodismo independiente y periodismo militante: apuntes para analizar las tensiones en la ética periodística en la Argentina contemporánea”<sup>110</sup>, a pesquisadora Micaela Baldoni, docente e doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade de Buenos Aires, analisa a questão:

Este conflicto encontró ecos a lo largo y ancho del periodismo, donde paulatinamente se fueron configurando apreciaciones y posturas contrapuestas. A grandes rasgos, las acusaciones del gobierno al *Grupo Clarín* fueron concebidas por ciertos sectores como un ataque a libertad de prensa y, por tanto, como un agravio al periodismo en su conjunto; mientras que desde otros costales la supuesta cobertura parcial e interesada que había realizado el multimedio, a lo largo del “conflicto del campo”, ponía en jaque el ideal de “independencia periodística”; ideal sobre el que tanto el Grupo Clarín como otros medios habían consolidado su posición durante los años 90. Así, de manera emergente, en el marco de este conflicto cruzado, la “independencia” de la labor periodística, y su correlativa pretensión de “objetividad”, se irían tornando uno de los tópicos en cuestión dentro del propio ámbito periodístico. (BALDONI, 2012, p.215-216).

O embate entre jornalismo independente e jornalismo militante até hoje gera opiniões bastante diversas na Argentina. Há acadêmicos e jornalistas que consideram que ele foi importante para fazer com o que o papel do jornalismo fosse finalmente discutido pela sociedade em geral, saindo da esfera dos que atuam com este ofício. Outros, como o pesquisador Martín Becerra, consideram que o jornalismo, de uma forma geral, perdeu com o embate, por conta dos posicionamentos apaixonados dos dois lados. Becerra adverte que quem estava do lado do jornalismo militante também pecou ao considerar, de forma automática, que tudo o que vinha do governo era verdadeiro e que nada que vinha do outro lado pudesse ser levado em conta, sem fazer o devido cruzamento de fontes. “Cuando se dividieron las aguas, Clarín y el Gobierno coincidieron en algo. Ambos parecieron apelar a una premisa de George W. Bush: ‘O estás con nosotros, o estás contra nosotros’” (BECERRA; LACUNZA, 2012, p. 52).

Esse embate voltará a ser tratado no Capítulo 5, a partir da análise dos pontos de vistas de jornalistas da mídia contra-hegemônica, entrevistados para esta pesquisa. De qualquer

---

<sup>110</sup> Publicado na revista científica Quórum Académico, Vol. 9, Nº 2, julio-diciembre 2012, Pp. 213-245, da Universidad del Zulia. Disponível em: < <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4117015> > Acesso em: 24 fev. 2020.

forma, ficou clara, nesse caso, a disputa ideológica entre a mídia hegemônica e uma parte considerável das iniciativas de comunicação contra-hegemônicas, para convencer a maioria da sociedade argentina. A partir de uma perspectiva gramsciana, podemos dizer que a imprensa hegemônica tentou manter sua liderança ideológica sobre a sociedade, enquanto a imprensa contra-hegemônica tentou pluralizar opiniões, sem perspectiva, real, de obter a hegemonia. Vale destacar que, em termos de continente, a ideologia da mídia conservadora tem historicamente prevalecido no senso comum. Boa parte da população das nações latino-americanas criticou, à época, a postura da presidenta Cristina Kirchner. Esse quadro se repetiu em outras questões-chave abordadas nesse Capítulo.

### 3.3.2 – Políticas e ações do governo Cristina no campo da comunicação

#### 3.3.2.1 – A Ley nº 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual

A crise do campo e a guerra entre o governo e a grande mídia, em especial o *Clarín*, acabaram por desencadear uma série de políticas de comunicação que colocaram a Argentina como um dos principais atores no caminho da regulação da mídia e do direito à comunicação na América Latina no século XXI.

Desde entonces tuvo lugar una producción de medidas de políticas de comunicación (entendiéndolas como orientadas al sector de los medios pero también de las telecomunicaciones) inédita en la historia argentina por su intensidad y por el protagonismo que, a partir de la iniciativa gubernamental, tuvo en el espacio público. La agenda política estuvo presidida por la controversia entre los dos gobiernos de Cristina Fernández y el Grupo Clarín. (BECERRA; MASTRINI, 2017, p. 26).

As mudanças começaram em abril de 2008. Gabriel Mariotto, um acadêmico da Faculdade de Ciências Sociais da Universidade de Lomas de Zamora, que havia participado da formulação dos 21 pontos da Coalização por uma nova lei de radiodifusão (no governo Néstor), assumiu como titular o Comitê Federal de Radiodifusão, autoridade máxima para tratar da matéria. A nomeação foi entendida pela mídia hegemônica como uma “declaração de guerra”, conforme destacam Becerra e Lacunza (2012).

Em seu livro de memórias, Cristina (2019, p. 242) comenta sobre aquele momento: “En abril de 2008, al inicio del primer período de mi gobierno, en el contexto del conflicto por las retenciones agropecuarias, comenzó a tomar relevancia la regulación de los medios audiovisuales y nos comprometimos a tratar la cuestión”.

Em 18 de março foi apresentado o Projeto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, que viria ser transformado na “Ley de Medios”, respeitando os 21 pontos para

uma radiodifusão democrática que haviam sido pensados durante o governo Néstor, pela Coalizão por uma Radiodifusão Democrática. A diferença é que agora, no cenário de enfrentamento direto entre o governo e a grande mídia e com um integrante na gestão kirchnerista que defendia essa ideia, os 21 pontos entraram na agenda política e como uma questão central, sendo amplamente discutidos com a sociedade. A ex-presidenta ressalta o esforço para tornar o projeto conhecido e debatido por toda a sociedade argentina:

El proyecto de ley fue presentado el 18 de marzo de 2009 en el Teatro Argentino de La Plata y fue fiel a los 21 puntos de la CRD. A partir de ese día se inició un debate que implicó 24 foros en todo el país y 80 charlas, más una decena de audiencias públicas y sesiones de comisiones parlamentarias. (FERNÁNDEZ DE KIRCHNER, 2019, p. 242).

Santiago Marino, no artigo “Los claroscuros de las políticas de comunicación en torno a la ley audiovisual”, presente no livro de Becerra e Mastrini, confirma que a legislação foi criada a partir de uma ampla discussão envolvendo diferentes setores da sociedade argentina, e destaca esse aspecto como positivo.

Parte de lo más relevante generado a partir de la discusión por una nueva regulación en la Argentina radica en que por iniciativa de Poder Ejecutivo Nacional, a partir de la presentación del anteproyecto de ley (...) se generaron un conjunto de espacios de discusión – denominados entonces foros ciudadanos – para que distintos actores, vinculados directa o indirectamente con la cuestión, dieran cuenta de sus posturas y plantearan críticas y apoyos al texto que sería enviado en agosto de 2009 al Congreso Nacional. En total se realizaron veinticuatro foros em todo el país. Junto con los aportes realizados por diferentes vías (cartas y mails recibidos y notificados por el Comité Federal de Radiodifusión, Comfer), generaron más de quince mil opiniones sobre el texto. El resultado fue el añadido de unas cincuenta modificaciones – aunque ninguna medular – al proyecto original. (MARINO, 2017 apud BECERRA; MASTRINI, 2017, p. 62).

Néstor Busso (apud BIANCHI, 2016, p. 89), ex-presidente do Farco (Foro Nacional de Rádios Comunitárias), participou dos debates para a criação da “Ley de Medios”. Ele destaca a legitimidade da proposta formulada. “O resultado deste processo é uma lei com legitimidade, devido à participação popular e aprovação com ampla maioria, e qualidade institucional, por contar com controles e participação popular”.

O projeto ganhou força e foi amplamente aprovado pelo Congresso em setembro de 2009, com 147 votos a favor, quatro contra e uma abstenção. A proposta foi apoiada pelo Partido Justicialista e por várias legendas da oposição, como o Partido Socialista Encuentro Popular y Social, Solidaridad e Igualdad, Partido Nuevo Contra la Corrupción, Partido de la Concertación/FORJA, Frente Cívico por Santiago e Proyecto Sur. Os três votos contrários vieram do Movimiento Popular Neuquino. No Senado, o texto foi aprovado por 44 votos contra

22. Posicionaram-se contra a Coalición Cívica e a Propuesta Republicana. Em 10 de outubro de 2009 o Legislativo argentino sancionou a Lei nº 26.522, em substituição à legislação antiga, da época da ditadura. A “Ley de Medios” representou uma mudança bastante significativa, pois vinculou o conceito de liberdade de expressão aos Direitos Humanos, defendeu o federalismo tanto na produção de conteúdo como na tomada de decisões e estabeleceu limites à concentração da propriedade dos meios de comunicação. O texto também inovou por trazer mecanismos para impedir o governo de controlar totalmente a autoridade de aplicação da lei e os meios de gestão estatal.

Si bien la ley audiovisual argentina tiene rasgos en común con otros cambios regulatorios ocurridos en distintos países latino-americanos a partir de 2004, corresponde subrayar que se distingue de las adoptadas por Venezuela en 2004 y por Ecuador en 2013 ya que es respetuosa, en su letra, de los contenidos y de la libertad de expresión, mientras que aquellas dos autorizan mecanismos de control de contenidos que serían altamente rechazados en la Argentina. (BECERRA; MASTRINI, 2017, p. 29).

A “Ley de Medios” ainda inovou ao incluir como prestadores de serviço de comunicação audiovisual organizações e entidades sem fins lucrativos, e não apenas os prestadores estatais e os privados. Previu a reserva de 33% de todo o espectro da radiodifusão para esses prestadores (os não comerciais). Os artigos primeiro e terceiro do texto deixam claro seu compromisso com os Direitos Humanos, com a democratização da comunicação, com a cultura local do país e com a defesa de uma América Latina integrada:

Artículo 1 - Alcance. El objeto de la presente ley es la regulación de los servicios de comunicación audiovisual en todo el ámbito territorial de la República Argentina y el desarrollo de mecanismos destinados a la promoción, desconcentración y fomento de la competencia con fines de abaratamiento, democratización<sup>1</sup> y universalización del aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Quedan comprendidas en las disposiciones de esta ley todas las emisiones que tengan su origen en el territorio nacional, así como las generadas en el exterior cuando sean retransmitidas o distribuidas en él.

Artículo 3 - Objetivos. Se establecen para los servicios de comunicación audiovisual y los contenidos de sus emisiones, los siguientes objetivos:

- a) La promoción y garantía del libre ejercicio del derecho de toda persona a investigar, buscar, recibir y difundir informaciones, opiniones e ideas, sin censura, en el marco del respeto al Estado de Derecho democrático y los derechos humanos, conforme las obligaciones emergentes de la Convención Americana sobre Derechos Humanos y demás tratados incorporados o que sean incorporados en el futuro a la Constitución Nacional.
- b) La promoción del federalismo y la Integración Regional Latinoamericana.
- c) La difusión de las garantías y derechos fundamentales consagrados en la Constitución Nacional. d) La defensa de la persona humana y el respeto a los derechos personalísimos.

- e) La construcción de una sociedad de la información y el conocimiento, que priorice la alfabetización mediática y la eliminación de las brechas en el acceso al conocimiento y las nuevas tecnologías.
- f) La promoción de la expresión de la cultura popular y el desarrollo cultural, educativo y social de la población.
- g) El ejercicio del derecho de los habitantes al acceso a la información pública.
- h) La actuación de los medios de comunicación en base a principios éticos.
- i) La participación de los medios de comunicación como formadores de sujetos, de actores sociales y de diferentes modos de comprensión de la vida y del mundo, con pluralidad de puntos de vista y debate pleno de las ideas.
- j) El fortalecimiento de acciones que contribuyan al desarrollo cultural, artístico y educativo de las localidades donde se insertan y la producción de estrategias formales de educación masiva y a distancia, estas últimas bajo el contralor de las jurisdicciones educativas correspondientes.
- k) El desarrollo equilibrado de una industria nacional de contenidos que preserve y difunda el patrimonio cultural y la diversidad de todas las regiones y culturas que integran la Nación.
- l) La administración del espectro radioeléctrico en base a criterios democráticos y republicanos que garanticen una igualdad de oportunidades para todos los individuos en su acceso por medio de las asignaciones respectivas.
- m) Promover la protección y salvaguarda de la igualdad entre hombres y mujeres, y el tratamiento plural, igualitario y no estereotipado, evitando toda discriminación por género u orientación sexual.
- n) El derecho de acceso a la información y a los contenidos de las personas con discapacidad.
- ñ) La preservación y promoción de la identidad y de los valores culturales de los Pueblos Originarios. (ARGENTINA, 2009, online).<sup>111</sup>

Outros destaques do texto:

\*Reconheceu a importância da radiodifusão universitária, no campo dos prestadores de serviço estatais;

\*Criou a Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), encabezada por um diretório de sete membros: dois designados pelo Poder Ejecutivo, três pelo Congresso e dois pelo Conselho Federal de Comunicação Audiovisual (Cofeca). Também foram criadas as figuras do Defensor da Audiência e do Conselho Assessor de Audiovisual e da Infância. Esse mecanismo garante a representação da sociedade nas decisões sobre política de comunicação;

\*Sobre a propriedade dos meios, a lei estabeleceu no artigo 41 que as licenças para radiodifusão, uma vez outorgadas por concurso são intransferíveis, o que significa que elas não podem ser

---

<sup>111</sup> Trecho retirado da íntegra da Ley de Medios, disponível em:< <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>>. Acesso em: 24 jan. 2020.

alugadas ou vendidas segundo as demandas do mercado. Vale lembrar que foi com base nesta prática que o *Clarín* conseguiu acumular muitas licenças. O artigo 45 trata especificamente dos limites para a multiplicidade de licenças: “A fin de garantizar los principios de diversidad, pluralidad y respeto por lo local se establecen limitaciones a la concentración de licencias” (ARGENTINA, 2009, online). De acordo com o artigo, são permitidas até 10 licenças de serviços de radiodifusão abertos (TV e rádios AM e FM) e um limite máximo de 24 concessões de TV a cabo por empresa;

\*O artigo 161 obrigou as empresas do setor a se adequarem às novas regras no prazo de um ano:

Artículo 161. — Adecuación. Los titulares de licencias de los servicios y registros regulados por esta ley, que a la fecha de su sanción no reúnan o no cumplan los requisitos previstos por la misma, o las personas jurídicas que al momento de entrada en vigencia de esta ley fueran titulares de una cantidad mayor de licencias, o con una composición societaria diferente a la permitida, deberán ajustarse a las disposiciones de la presente en un plazo no mayor a un (1) año desde que la autoridad de aplicación establezca los mecanismos de transición. Vencido dicho plazo serán aplicables las medidas que al incumplimiento —en cada caso— correspondiesen.

\*Sobre a regulação do conteúdo, a legislação estabeleceu que as rádios privadas devem emitir por dia 70% da programação nacional, 30% de música nacional e 50% de informação própria, incluindo noticiários. No caso da televisão aberta, o mínimo de produção nacional requerida é de 60% e a produção própria de 30% (incluindo informações locais). Além disso, exigiu-se 30% de produção local independente para as cidades de mais 1,5 milhão de habitantes. No caso da TV paga, exigiu-se uma grade de produção local própria para cada licença.

\*No que se refere ao espectro de rádio, a lei previu outorga de frequências para cada província de país (uma AM, uma FM e um canal de TV aberta e suas repetidoras). Previu também uma frequência de FM para os municípios e para as universidades nacionais. Também foram reservadas frequências de AM, FM e televisão aberta aos povos originários.

\*A lei ainda estabeleceu, em seu artigo 97, a aplicação de concursos pela AFSCA para financiar veículos de comunicação alternativos por intermédio do Fomeca (Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual, destinado a medios comunitários), uma medida muito importante para a impulsão e sobrevivência das iniciativas de comunicação contra-hegemônicas. Como mostraremos no Capítulo 5, alguns dos veículos jornalísticos contra-hegemônicos analisados nesta tese já conseguiram vencer concursos e utilizar recursos do Fomeca.



Como se puede apreciar, esta regulación aborda el problema de la concentración desde diversos ángulos. Constituye un ejemplo de como regular la concentración de la propiedad de los medios considerando la propiedad, la distribución del mercado, la participación de las organizaciones sin fines de lucro y la producción de contenidos. Ha despertado tanto rechazo en las cámaras de propietarios de medios nacionales y regionales como entusiasmo en las organizaciones de la sociedad civil. (MASTRINI; BECERRA, 2017, p. 32)

A lei gerou reação imediata dos principais grupos de mídia do país. O Grupo *Clarín* acionou prontamente a Justiça, questionando diversos artigos da legislação, em especial os de número 45 e 161, com os argumentos de ameaça à liberdade de expressão e à sustentabilidade financeira do grupo. Uma guerra judicial de quatro anos entre o grupo e o governo Cristina foi deflagrada. Em meados de 2010, poucos meses depois da sua sanção, a legislação teve 95% do seu texto considerado constitucional. Finalmente, em outubro de 2013 a Corte Suprema de Justiça estabeleceu a plena constitucionalidade da lei. Seis dos sete juízes estabeleceram que a lei não afetava a liberdade de expressão e a maioria assinalou que o impacto nos direitos econômicos não resultava em inconstitucionalidade. A Corte destacou que o princípio que a “Ley de Medios” procura garantir é o da pluralidade de vozes e que o Estado tem direito a estabelecer as limitações à concentração dos meios que estime serem necessárias, sempre que isso não afete a existência das empresas do setor. Uma das questões-chave da decisão foi a distinção entre rentabilidade e sustentabilidade, no que se refere às empresas de mídia.

La Corte indica que si bien la ley puede afectar la rentabilidad de las empresas (y de hecho reconoce su derecho a realizar un reclamo económico por las pérdidas que se ocasionaren), no se há probado que a partir del proceso de desconcentración estas vean afectada su continuidad, por lo que no afecta su libertad de expresión. (MASTRINI; BECERRA, 2017, p. 35).

A decisão da Corte estabeleceu uma questão fundamental: a de que o setor de comunicação não pode ser encarado como os outros, uma vez que, se a diversidade nesse campo não for garantida, ela ameaça a existência de uma sociedade democrática.

Durante os quatro anos em que se estendeu essa batalha judicial, também houve uma guerra midiática, com editoriais, capas de jornais e revistas. O discurso da “liberdade de imprensa” era usado para convencer a população de que a nova legislação deveria ser combatida. Em sua página na internet, no texto “Una ley de médios a la medida del Gobierno”<sup>112</sup>, o *Clarín* ataca a legislação, argumentando:

Bajo el paraguas de una necesidad real y admitida por todos – la de contar con una legislación acorde al siglo XXI–, el Gobierno consiguió, con el argumento de que cualquier ley de la democracia es mejor que una de la dictadura, la aprobación

<sup>112</sup> Numa seção opinativa e atemporal do site do jornal, em que o impresso se posiciona sobre diferentes assuntos, com textos sem assinatura.

parlamentaria de una norma hecha a su medida. Está claro que el verdadero fin era y es otro: al percibir que el clima social no era el que pretendía, el Gobierno consideró imprescindible sostener su poder a través de la más impresionante maquinaria comunicacional montada en tiempos de democracia, con una amplia red de medios oficiales y paraestatales, financiados con fondos públicos, orientados a atacar a quienes no dicen lo que el poder de turno quiere que se diga.

Néstor Busso (apud Bianchi, 2016, p. 90) resalta o posicionamento de resistência por parte da mídia. “A lei teve grande legitimidade popular, mas na mídia sempre aparecia como ‘a lei K’, de Kirchner, como se fosse imposta pelo governo”.

Houve ainda apelos constantes à embaixada dos EUA, como demonstram Becerra e Jacunza no livro “Wikimedialeaks – La relación entre medios y gobiernos de América Latina bajo el prisma de los cables de WikiLeaks”, de 2012 (a partir dos documentos secretos dos EUA sobre a América Latina, divulgados pelo *Wikileaks*). Associações de jornalistas, alinhadas ao pensamento neoliberal e ao americanismo, como a SIP (Sociedade Interamericana de Imprensa), e nomes fortes da mídia argentina procuraram o embaixador Wayne para se queixar contra o governo. Em um longo memorando, o embaixador Wayne menciona as queixas de uma forte associação de jornalistas e a conversa sobre o assunto que teve com um editor do *Clarín*, além do fato de alguns jornalistas dizerem que estavam com seus telefones grampeados pelo governo. De repente, no documento, Wayne expõe sua opinião sobre o assunto:

La parte irónica del presente conflicto es que el Gobierno tiene alguna razón acerca del Grupo Clarín. Este tiene una enorme influencia por su presencia dominante en la prensa, TV, cable y radio. Muchos otros actores de la prensa han deplorado este hecho ante nosotros. (...) Hay todavía bastante libertad de prensa en la Argentina, como se evidencia todo el debate y la cobertura sobre lo que el Gobierno está haciendo con respecto a los medios. (...) Nuestra firme sospecha, sin embargo, es que el Gobierno está motivado por la revancha y el deseo de tener una prensa bajo control, no la defensa de la pluralidad. (BECERRA; LACUNZA, 2012, p. 55).

Embora faça críticas ao governo, é nítido que os EUA não quiseram bater de frente com a “Ley de Medios” e por uma simples razão: as empresas de mídia norte-americanas que queriam explorar o mercado argentino também eram ameaçadas pela dominação do mercado pelo *Grupo Clarín*. Antes, em um documento de 23 de abril de 2008, o embaixador já apontava que Néstor Kirchner permitiu ao *Clarín* fundir a *Cablevisión* com a *Multicanal*, “que le dio una presencia dominante en el sector”. Como resalta Becerra e Lacunza (2012, p. 53): “Ese factor, que perjudicaba a las señales norte-americanas que habían quedado con poco margen para negociar, ya que solo había uno operador dominante que imponía precios y condiciones, sería uno de los que llevaría a la Embajada a no confrontar con la Ley de Medios”.

Na ofensiva contra o governo, a mídia fez cair de vez sua máscara de imparcialidade. Em 2016, Julio Blanck, que foi editor-chefe do *Clarín* durante o governo Cristina (faleceu em 2018), fez uma autocrítica sobre o papel do grupo midiático naquele período, durante uma entrevista reproduzida no portal *Perfil*<sup>113</sup>. Ele admitiu que o *Clarín* fez um “periodismo de guerra”. “mal periodismo”. Segue trecho da entrevista, com a fala de Blanck:

Hicimos periodismo de guerra. Eso es mal periodismo. Fuimos buenos haciendo guerra, estamos vivos, llegamos vivos al final, al último día. Periodismo eso no es como yo lo entiendo, no es el que me gusta hacer. Y yo lo hice, no le echo la culpa a nadie, yo lo hice. Eran las circunstancias e hice cosas que en circunstancias normales por ahí no hubiese hecho, en términos de qué posición tomar o de cierta cosa terminante. (...)

Em entrevista ao jornalista Jorge Fontevicchia (2019, p. 110-111), para o livro “Periodismo y Verdad – Conversaciones con los que mandan em los medios”, Blanck reforça esse posicionamento:

(...) Nos vimos obligados a defendernos. Es el periodismo que queríamos hacer? No. Pero es el que tuvimos que hacer. (...) Fue una situación de excepción en la cual tuvimos que correremos de algunos parámetros clásicos con los que trabajamos porque si no, la compañía no sobrevivía.

Em seu livro de memórias, a ex-presidenta da Argentina comenta a fala de Blanck: “Nunca nadie volvió a expresar con tanta precisión y síntesis el tratamiento que mis gobiernos sufrieron por parte de los medios de comunicación” (FERNÁNDEZ DE KIRCHNER, 2019, p. 237).

Embora a “Ley de Medios” tivesse um texto bem completo e eficiente para garantir a democratização da comunicação na Argentina, sua aplicação deixou a desejar. Segundo Martín Becerra e Guillermo Mastrini, no artigo “Las políticas de comunicación de del kirchnerismo y la agenda pendiente”<sup>114</sup>, o governo Cristina Kirchner pecou na implementação de pontos importantes da lei, porque direcionou suas energias para a guerra judicial contra o *Clarín*, deixando de mirar na desconcentração da propriedade e chegando até mesmo a esquecer do poder nocivo de outros conglomerados midiáticos argentinos. Depois que a Corte Suprema reconheceu a constitucionalidade da lei, os principais grupos de comunicação do país – *Clarín*, *Telefónica (Telefé)* e *Vila-Manzano* apresentaram seus planos de adequação e todos eles foram admitidos pela AFSCA, com um prazo de um ano para serem implementados. Só ao final desse processo (que nunca se concretizou) os grupos estariam adequados à lei. O plano apresentado

<sup>113</sup> Disponível em: < <https://www.perfil.com/noticias/medios/julio-black-periodismo-de-guerra-clarin-kirchnerismo-cambiemus-ideas.phtml> > Acesso em: 5 fev. 2020.

<sup>114</sup> Presente nas páginas 21-58 do livro *Medios em Guerra – Balance, crítica y desguace de las políticas de comunicación 2003=2016* (Editorial Biblos, 2017).

pelo *Grupo Clarín* no final de 2013 se aproveitava do princípio de que as empresas multimídia poderiam desativar unidades de negócio, desde que não cruzassem os acionistas e operassem separadamente. Esse aproveitamento também estava presente nos planos apresentados por outros grupos. Apesar de ter sido uma “engenharia” feita pelo *Clarín* para não ter tantas perdas, Becerra e Mastrini salientam que, se esse plano tivesse se concretizado, o grupo teria mudado radicalmente sua composição e fisionomia, pois teria que separar sua atividade jornalística e de conteúdo de sua atividade como operador de TV a cabo e provedor de acesso à internet. “Sin representar un giro copernicano en la materia, hubiera sido la primera vez en la historia latinoamericana que un gran multimedios se adecuara “voluntariamente” a una ley ratificada por los tres poderes del Estado y redujera su tamaño” (BECERRA; MASTRINI, 2017, p. 37). No entanto, dez meses depois de a AFSCA ter aprovado o plano, o governo declarou que ele não se enquadrava na regulamentação da lei e entrou em uma segunda guerra judicial com o *Clarín*, que só foi solucionada no governo Macri, com a vitória do grupo de Magonetto, como mostraremos adiante.

Além disso, o governo ficou longe de cumprir a previsão de outorga de 33% do espectro de radiodifusão para entidades e organizações sem fins lucrativos, que era um dos pontos mais importantes da “Ley de Medios” na direção de incluir atores historicamente alijados do direito à comunicação. Poucos concursos para outorgar essas licenças foram realizados. Becerra e Mastrini também criticam o oficialismo no uso dos meios de comunicação estatais, que deveriam ter sido revertidos em meios públicos. A “Ley de Medios” também previa que o governo fizesse um plano técnico, levantando o número de frequências existentes em cada localidade do país, para saber quantas estão ocupadas e quantas estavam disponíveis. Esse estudo, segundo os autores, não foi feito.

Em entrevista a esta pesquisa<sup>115</sup>, Becerra comenta sobre pontos importantes da lei que foram deixados de lado:

En primer lugar, habría que decir que la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en los efectos materiales que tuvo, en términos de desconcentrar, que era uno de los objetivos que tenía, no lo logró. O sea, no hubo una modificación de la estructura concentrada de propiedad de los medios. La ley tuvo. En primer lugar, mi evaluación de la implementación de la ley es que fue una mala implementación. ¿Por qué creo que es malo? Porque tenía el objetivo de desconcentrar el sector y no lo logró. Porque tenía el objetivo de otorgar un 33 por ciento del espectro para las organizaciones sin fines de lucro y no lo hizo, casi no hubo concursos para otorgar licencias para organizaciones sin fines de lucro. En tercer lugar, porque había planeado que los medios del Estado argentino; el Canal 7, Televisión, Radio Nacional, se convirtieran en medios públicos y no lo

<sup>115</sup> Realizada via Skype, em 8 de agosto de 2019.

fueron. Fueron medios siempre muy partidarios, muy gubernamentales. Luego, porque estableció de manera muy ambiciosa expectativas de producción propia, de producción independiente, de producción nacional de contenidos que sólo era posible de cumplir en las grandes emisoras de la ciudad de Buenos Aires, de Rosario y de Córdoba, pero no en lugares pequeños y medianos de nuestro país. Así que la evaluación es que la implementación de la ley no es positiva.

No entanto, Mastrini e Becerra reconhecem a importância histórica da aprovação da legislação, que gerou um relevante debate na sociedade argentina e um contundente posicionamento da Corte Suprema em prol da democratização da comunicação.

Apesar de não ter sido plenamente implantada, a “Ley de Medios” proporcionou alguns avanços, como destaca a jornalista Helena Martins, mestre em Comunicação Social pela Universidade Federal do Ceará (UFC) e integrante do Conselho Diretor do coletivo Intervozes, em artigo escrito para a revista *CartaCapital*<sup>116</sup>: “Por meio da legislação, foi possível instalar 152 rádios em escolas de primeiro e segundo graus, 45 TVs e 53 rádios FM universitárias, além de criar o primeiro canal na TV aberta e 33 canais de rádio vinculados aos povos originários”.

Dênis de Moraes aponta a “Ley de Medios” como “a mais expressiva” legislação de mídia da América Latina por ser (da forma como foi concebida) um instrumento inovador de regulação, fiscalização, fomento e diversificação das atividades informativas e culturais. Ele destaca a influência da legislação nas políticas de comunicação de outros países da região.

A lei argentina acolheu a reivindicação consensual na maioria dos países latino-americanos, ao contemplar, em condições equitativas, três tipos de prestadores de serviços de radiodifusão sob concessão pública: a gestão estatal (meios públicos), a gestão privada com fins lucrativos e a gestão privada sem fins lucrativos (organizações não governamentais, entidades sociais e comunitárias, universidades, sindicatos, fundações, produtores independentes). Esse ponto é chamado para tentar reverter predominância do setor privado-comercial no sistema de mídia. (...) A influência da Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual pode ser comprovada nas novas legislações do Equador e do Uruguai<sup>117</sup>. Nos dois casos, a revisão da radiodifusão baseou-se na lei argentina e na metodologia de consultas à sociedade civil para a formulação dos respectivos projetos. (MORAES, 2016, p. 154).

### 3.3.2.2 – Programa 6-7-8

Apesar de não ser uma política de comunicação, consideramos importante destacar a exibição a partir de 6 de abril de 2009, pela *TV Pública*, do programa 6-7-8, realizado pela produtora Pensado Para Televisión e exibido semanalmente à noite, de terça a quinta-feira e aos domingos, com a presença de auditório no local. Apresentado inicialmente pela jornalista

<sup>116</sup> Disponível em: < <https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/a-ley-de-medios-e-constitucional-3613/>>. Acesso em: 24 abril 2020.

<sup>117</sup> Lei Orgânica de Comunicação do Equador (LOC), aprovada em 2013, e a Lei sobre Serviços de Comunicação Audiovisual do Uruguai, aprovada em 2014.

argentina Maria Julia Oliván e um painel formado por Orlando Barone, Carla Czudnowsky, Luciano Galende, Eduardo Cabito, Massa Alcántara e Sandra Russo (além de um analista convidado para cada programa), 6-7-8 fazia críticas sobre os conteúdos emitidos pelos grandes meios de comunicação do país, desmascarando o discurso de “independência”. Cada edição, permeada de ironias e sarcasmos, durava em média 40 minutos e trazia vídeos com montagens de diferentes programas radiofônicos, televisivos, *sites* de notícias e recortes de diários e revistas impressas, expondo contradições e inconsistências. Depois desses vídeos serem exibidos, eles eram comentados em uma mesa-redonda.

Como reação, em abril de 2012 o *Canal Trece*, de propriedade do *Grupo Clarín*, lançou o programa *Periodismo Para Todos (PPT)*, apresentado aos domingos por Jorge Lanata, jornalista consagrado na imprensa argentina, fundador de publicações de sucesso, âncora de programas televisivos em horário nobre e autor de diversos livros. Bastante calcado na popularidade de Lanata, o programa (ainda no ar) exhibe algumas reportagens e realiza entrevistas em estúdio. Os comentários e a opinião de Lanata são a base da atração. Como o próprio nome diz, o *PPT* surgiu com a provocação de apresentar um “jornalismo de fato”, voltado a todas pessoas. Nas entrelinhas era possível ler: aqui está um programa que se diferencia do oficialismo do 6-7-8.

No artigo “6-7-8 x Periodismo Para Todos: o antagonismo televisionado da Lei de Meios Audiovisuais da Argentina”<sup>118</sup>, os pesquisadores João Somma Neto (professor Associado do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Paraná – UFPR) e Eduardo Covalesky Dias (doutor em Ciências da Comunicação pelo Programa de PósGraduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos), falam sobre a natureza dessa atração televisiva: apontar as contradições no posicionamento da grande mídia, comparando o passado com o presente:

Este paralelo entre memória e atualidade é manifestado na produção das reportagens, quando 6-7-8 recupera atores sociais que se posicionavam de uma maneira em um momento passado e que, hoje, posicionam-se de maneira contraditória. A lógica de produção do programa segue este padrão em suas reportagens. Porém, este padrão é perceptível em geral quando a contradição envolve atores individuais ou coletivos opostos ao posicionamento do governo federal. (SOMMA NETO; DIAS, 2016, p.9).

---

<sup>118</sup> Publicado na E-compós, Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação disponível em:< <file:///C:/Users/Patricia%20Paixão/Downloads/1224-Texto%20do%20artigo-5606-1-10-20160427.pdf>> Acesso em: 15 fev. 2020.

Já sobre o *PPT*, Somma Neto e Dias afirmam que, embora Lanata tenha definido o programa como “neutro”, suas edições, especialmente em seu início e até a eleição de Maurício Macri, exibiam sistematicamente reportagens com escândalos de corrupção e denúncias contra o Governo Cristina e seus aliados: “(...) no contexto de aplicação da Lei de Meios Audiovisuais, fez se tornar uma plataforma de enfrentamento ao kirchnerismo” (SOMMA NETO; DIAS, 2016, p.4).

Apesar de não ter conquistado a mesma audiência que o programa de Lanata, o 6-7-8 conseguia desmontar muitas vezes a versão da grande mídia, com uma estética atrativa: “a exposição de informes críticos à cobertura midiática de determinados assuntos, permeados por recursos sonoros e visuais, os quais permitem a ênfase e o direcionamento da atenção do conteúdo a determinadas informações” (SOMMA NETO; DIAS, 2016, p.3).

O programa recebeu crítica de representantes da mídia hegemônica e de diversas personalidades argentinas, com o argumento de ser parcial e oficialista. A renomada jornalista, escritora e crítica literária Beatriz Sarlo, em entrevista ao portal *Perfil*<sup>119</sup>, questionou o jornalismo feito pelo 6-7-8:

El problema son estos aparatos paraperiodísticos. Que no son aparatos intelectuales. Le completo: son aparatos mediáticos y paraperiodísticos. No son periodismo en el sentido puro de la palabra. Además, desde el punto de vista periodístico, son muy malos. En principio porque parecerían no conocer la producción de la noticia.

Quando Macri venceu as eleições, ele anunciou Hernán Lombardi como titular da *RTA* (*Radio y Televisión Argentina*). Lombardi anunciou que não havia mais espaço para o 6-7-8 na TV pública. Em 23 de dezembro de 2015 o contrato do programa foi encerrado e ele deixou de existir.

Polêmicas à parte, e sem ignorar o oficialismo do programa (importante destacar que não acreditamos na existência da imparcialidade no jornalismo), consideramos a iniciativa interessante, inovadora e estratégica sob o ponto de vista político, no sentido de usar um meio de grande alcance, a TV, e uma linguagem atrativa, para desmontar o discurso historicamente prevalente dos grandes grupos midiáticos.

### 3.3.2.3 – Fútbol para Todos

---

<sup>119</sup> Publicada em 5 de junho de 2011, disponível em: <<https://web.archive.org/web/20160301122355/http://www.perfil.com/ediciones/domingo/En-6-7-8-enganan--a-la-audiencia-20116-578-0022.html>> Acesso em: 23 mar. 2020.

Em 20 de agosto de 2009 mais um ato forte contra o principal grupo da mídia argentina foi lançado: um convênio entre o governo e a Associação de Futebol Argentino (AFA) para a transmissão das partidas de futebol dos principais times do país num programa que ficou conhecido como *Fútbol para Todos*.

O programa acabou com os direitos de exclusividade do *Grupo Clarín* na transmissão das partidas de futebol da série A do campeonato argentino. O governo passou a financiar a transmissão gratuita de todos os jogos de futebol da primeira divisão na TV pública. As transmissões eram geradas de uma produção única e emitidas por diferentes canais de televisão aberta, além de sinais de televisão a cabo e satélite. Como destaca o acadêmico Santiago Marino, no artigo “Los claroscuros de las políticas de comunicación em torno a ley audiovisual”, publicado no livro “Medios em Guerra – Balance, Crítica e Desguace de las políticas de comunicación 2003-2016”, de Mastrini e Becerra, “Futbol para Todos permitió ampliar el acceso a las transmisiones de los partidos sin pagar un plus por ello” (MASTRINI; BECERRA, 2017, p. 74).

Em entrevista para a reportagem do jornalista Daniel Giovanaz, publicada no jornal *Brasil de Fato*, em 16 de fevereiro de 2017<sup>120</sup>, André Pasti, doutor em Geografia Humana na Universidade de São Paulo (USP) e estudioso das implicações da lei de meios audiovisuais argentina, fala sobre como era a situação das transmissões de futebol no país, antes do programa:

Na Argentina, quase não existia TV aberta. Então, muitas famílias pagavam um pacote, uma espécie de parabólica, para ter acesso aos canais. E o *Clarín* é a maior empresa que oferece esse tipo de serviço (...) Antes, eles iniciavam a transmissão do jogo, mas quando a bola rolava, viravam a câmera para o lado e não transmitiam para quem não pagava. Deixavam só o áudio, e depois não passavam nem os gols da rodada.

Ao facilitar o acesso dos cidadãos argentinos a uma paixão nacional, o governo ampliou sua audiência para defender seu posicionamento, via anúncios governamentais que eram divulgados entre as partidas, empunhando suas bandeiras, como a importância da aprovação da “Ley dos Medios”. Foi uma medida bastante estratégica e que deixava a ação do *Clarín* enfraquecida.

O programa só não teve uma efetividade maior por conta das características do sistema de TV argentino que conta com poucos canais de TV aberta. Conforme já destacado, existem

---

<sup>120</sup>A reportagem intitulada *Macri privatiza direitos de transmissão do futebol na Argentina* está disponível em: <<https://www.brasildefato.com.br/2017/02/16/macri-privatiza-direitos-de-transmissao-do-futebol-na-argentina>> Acesso em: 25 fev. 2020.



apenas 55 canais de TV aberta no país e apenas 7 cidades contam com mais de um canal na oferta. Portanto, esse déficit faz com que em muitas localidades os cidadãos tivessem que alugar um serviço de televisão (por cabo ou satélite) para ver futebol e outros conteúdos. Mesmo assim, o governo conseguiu atingir um público bem maior do que quando o serviço estava restrito às mãos dos donos do *Clarín*. Além disso, como salienta Santiago Marino, “permitió el acceso a los relatos de periodistas jóvenes y periodistas mujeres”.

Creado en 2009, fue aprobado en un escenario de disputa política entre el gobierno de Cristina Fernández y el Grupo Clarín. Ante una situación crítica de los clubes, el proceso derivó en la finalización del contrato que unía a la Asociación del Fútbol Argentino (AFA) con Clarín y en el cambio del paradigma de financiamiento y de la relación Estado-fútbol. (MARINO, 2017, apud BECERRA; MASTRINI, 2017, p. 73).

O programa teve seu contrato finalizado por Macri em 2016 e os direitos de transmissão voltaram a ser privatizados. A alegação foi de que o Fútbol para todos era usado pelo governo Cristina para fazer propaganda política e que havia desvio de verbas nos recursos destinados ao programa.

O fato é que, além de tornar acessível um dos bens maiores da sociedade argentina, o programa, como aponta Santiago Marino, no livro de Mastrini e Becerra (2017, p. 75), “resultó la primera medida que afeto los niveles de facturación del *Grupo Clarín*”.

### 3.3.2.4 – “Argentina Conectada” e Televisión Digital Argentina (TDA)

Em outubro de 2010, o governo Cristina lançou o Plano Nacional de Telecomunicações “Argentina Conectada”, por meio do Decreto nº 1552. O plano criou uma Rede Federal de Fibra Óptica (Red Federal de Fibra Óptica - REFEFO), com o objetivo de combater a exclusão digital. Embora a Argentina sofra menos desse problema que o Brasil<sup>121</sup>, o país enfrenta grande desigualdade dentro de seu território. De acordo com dados do próprio governo (disponibilizados em estudo do coletivo Intervozes)<sup>122</sup>, enquanto em Buenos Aires a penetração da banda larga está na casa dos 45%, na maioria das cidades ela não passa de 15%.

O “Argentina Conectada” foi projetado visando contribuir com outras iniciativas do Estado na esfera da tecnologia digital, como a Televisão Digital Aberta (TDA) e o programa “Conectar Igualdad.com.ar”, voltado a implementar o uso da tecnologia digital na

<sup>121</sup> A pesquisa TIC Domicílios 2019, feita pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil, revelou que apenas 134 milhões de brasileiros conseguem acessar a internet, sendo que boa parte dos mais pobres e da população negra só têm esse acesso à rede por intermédio de um smartphone.

<sup>122</sup> Intitulado “Caminhos para a universalização da Internet banda larga - Experiências internacionais e desafios brasileiros, o estudo, de 2012, foi organizado por Antonio Biondi e Sivaldo Pereira da Silva. Disponível em: <[interliv008cpunibl.pdf](http://interliv008cpunibl.pdf) ([intervozes.org.br](http://intervozes.org.br))> Acesso em: 15 mar. 2020.

aprendizagem da rede pública de ensino, em especial o fornecimento de computadores a discentes e docentes do ensino médio. A empresa estatal ARSAT (Empresa Argentina de Soluciones Satelital), criada em 2006 para o desenho, construção e exploração de satélites de telecomunicações no país, expandiu seu alcance em 2010 para atender o plano. Passou a desenvolver e prestar serviços para outras tecnologias de comunicação, como a infraestrutura da Plataforma Nacional de Televisão Digital Terrestre (Decreto nº 364/2010), a REFEFO e o Centro Nacional de Dados do “Argentina Conectada”.

Um dos aspectos mais positivos do “Argentina Conectada” e da TDA foi o fato dessas políticas inverterem a lógica de passar para o meio privado a concepção e implantação de planos estratégicos de telecomunicações, colocando o Estado como líder nas iniciativas, tanto no investimento, como na operação e execução. No artigo “El Plan Argentina Conectada: una política de Estado desde la infraestructura de comunicaciones”<sup>123</sup>, da pesquisadora Mariela Baladron, do Instituto de Estudios de América Latina e Caribe da Universidad de Buenos Aires (IEALC-UBA), esse ponto é sublinhado:

Más allá de las implicancias que en términos de soberanía política y tecnológica esta decisión conllevaba, la magnitud de la inversión de capital por parte del Estado en la REFEFO puso de manifiesto una vez más el concepto de que el desarrollo tecnológico y la innovación tienen lugar en el marco de políticas públicas con financiamiento estatal, ya sea con inversiones directas o por investigación y desarrollo aplicado, y no por inversiones de las empresas privadas (BALADRON, 2019, online).

Segundo Baladron, a guerra entre o governo Cristina e o *Clarín*, a partir da “crise do campo”, pode ter ajudado a desencadear o plano “Argentina Conectada”:

El contexto político también pudo haber influido en la decisión de construir la REFEFO. Algunos autores (Krakowiak, 2018) sostienen que un factor desencadenante a nivel local fue el conflicto del gobierno con el Grupo Clarín que prestaba los servicios de acceso a internet por medio de Fibertel. Esta empresa tenía cada vez mayor penetración en el mercado (en 2010 se estimaba en 24,8% del país) y el gobierno buscó crear ofertas alternativas, ante la posible caducidad de la licencia de Fibertel, promoviendo el desarrollo de PyMES y cooperativas en el marco de la REFEFO.

Embora a REFEFO, ao final do governo Cristina, não tenha conseguido chegar à meta inicial de 58.000 km de linhas (ficou em 29.500 km de extensão no fim de 2015 e 15.700 km de “rede iluminada”, ou seja, ativa), “cabe mencionar que este despliegue, en comparación con

---

<sup>123</sup>Publicado no nº 2 da Revista da Universidad de la Plata, editada de janeiro a junho de 2019. Disponível em: < <https://revistas.unlp.edu.ar/CTyP/article/view/7370/6308> > Acesso em: 15 mar. 2020.

las inversiones del sector privado, fue inédito en cuanto a la extensión y plazos de desarrollo” (BALADRON, 2019, online).

Sobre a digitalização da TV, Martín Becerra e Guillermo Mastrini (2017, p. 41) também apontam aspectos positivos:

Aunque la digitalización es un proceso que se realiza también en la televisión de pago a través de empresas como Cablevisión, Directv o Telecentro, el gobierno asumió un liderazgo en la digitalización de la televisión abierta sin paralelo en el continente. El Estado construyó infraestructuras para la transmisión de señales. Según el Ministerio de Planificación Federal, a fines de 2014 se habían construído más de ochenta torres de transmisión que cubrían el 82% del territorio nacional. (...) El gobierno solventó la entrega, em forma de comodato, de más de um millón de conversores para los sectores de bajos recursos.

Os pesquisadores salientam que, como parte do investimento em infraestrutura, o governo financiou a produção de conteúdos e equipamentos a pequenas e médias produtoras, além de ter criado sinais estatais com produções de qualidade. Mas alguns desafios não foram vencidos. Um deles é o uso e adoção da TDA pela sociedade. A intenção de criar uma plataforma de acesso gratuito com conteúdos que não costumam ser oferecidos pelos operadores comerciais foi afetada pelo fato de a Argentina ter poucos canais de TV aberta. Além disso, de acordo com os autores, a gestão da TDA esteve descoordenada do plano “Argentina Conectada”, havendo superposição das plataformas. Eles ainda ressaltam que os conteúdos mais apreciados pela sociedade não foram disponibilizados no interior, onde a TDA tem melhor sintonia. Na Região Metropolitana de Buenos Aires, onde esses conteúdos estão acessíveis, há problemas técnicos de recepção. Portanto, observa-se uma falta de planejamento por parte do governo. Aqui cabe uma observação, a Argentina adotou em 2009 o modelo japonês de TV digital, assim como outros países da América do Sul, por uma questão geopolítica (era mais estratégico seguir o mesmo modelo escolhido pelo Brasil para cooperação entre os países). No entanto, conforme apontaremos adiante, esse não era o padrão que as entidades que lutam pela democratização da mídia consideravam mais interessante.

### 3.3.3 – O retrocesso com o governo de Mauricio Macri

Em novembro de 2015 Mauricio Macri, do PRO, venceu o kirchnerismo nas eleições presidenciais, apoiado por setores moderados e conservadores do eleitorado argentino e pela grande mídia, que viu no então prefeito de Buenos Aires, claramente favorável ao livre mercado e aos preceitos neoliberais, uma chance de colocar um freio nas políticas de democratização da comunicação do governo Cristina e, por que não, tentar revertê-las.

Assim que assumiu a presidência em dezembro, Macri atendeu as expectativas dos donos dos meios de comunicação do país. Publicou o decreto de necessidade de urgência 267/2015, que equivale a uma medida provisória no Brasil, para alterar a “Ley de Medios”, com o argumento de que ela não contemplava questões atuais da indústria de telecomunicações, por exemplo, a relação dessa indústria com as novas tecnologias de difusão de informação e a convergência.

Macri desvirtuou a legislação, atropelando o Congresso. Isso porque, ao soltar o decreto, suspendeu, sem a aprovação dos parlamentares, os órgãos responsáveis por estudar mudanças na lei: a AFSCA (Autoridade Federal de Serviços de Comunicação Audiovisual e a AFTIC (Autoridade Federal de Tecnologias da Informação e da Comunicação). As duas agências reguladoras tiveram suas prerrogativas administrativas dissolvidas e seus dirigentes foram demitidos.

Conforme apontam os pesquisadores Rodolfo Silva Marques e Bruno da Silva Conceição, no artigo “A Ley de Medios na Era Macri: reversão no processo de regulação da mídia na Argentina”<sup>124</sup>, a criação das agências foram uma das principais conquistas da “Ley de Medios”, já que elas previam a participação da sociedade civil no processo de discussão das regras de comunicação no país.

Con medidas adoptadas a golpe de decretos, el presidente Mauricio Macri puso en crisis el andamiaje de regulaciones, el modelo de financiamiento y las relaciones entre gobierno y empresas de medios de comunicación que dominó la agenda de su antecesora Cristina Fernández de Kirchner (...). El carácter general de los cambios dispuestos implica regresiones em torno a derechos que habían sido reconocidos por las regulaciones previas, pero que no se habían materializado dado que hasta 2015 se subordinó la aplicación de la ley a la guerra que enfrento al kirchnerismo con el Grupo Clarín, que comenzó en 2008. (BECERRA; MASTRINI, 2017, p.135).

Segundo Becerra, a maioria dos artigos do decreto 267/15 refere-se à extensão das licenças de radiodifusão e à eliminação de obstáculos para uma concentração ainda maior do mercado audiovisual. O único ponto que seria direcionado à questão da convergência é o que aumenta por dois anos (extensíveis a três) a permissão para que os operadores de telecomunicações ingressem no mercado de televisão a cabo, que passa a ser classificado como um serviço de telecomunicações.

---

<sup>124</sup> Rodolfo é professor da Universidade da Amazônia (UNAMA) e Bruno é doutor em Ciência Política pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). O artigo foi publicado no periódico científico Aurora – revista de arte, mídia e política da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), v.10, n. 28, 2017. Disponível em: < <https://revistas.pucsp.br/index.php/aurora/article/view/31179>> Acesso em: 10 abril 2020.

Além disso, conforme destacado no Capítulo 1, o governo formalizou a autorização para que a *Fintech* (de David Martinez, sócio do *Grupo Clarín* na *Cablevisión*) tomasse o controle da Telecom Argentina e para que o *Grupo Clarín* fizesse o mesmo com a *Nextel* através da *Cablevisión*. A autorização para as companhias telefônicas ingressarem no mercado de televisão a cabo se deu por intermédio da Ley de Telecomunicaciones Argentina Digital (n° 27.078). Macri também adotou uma regulação sobre publicidade oficial obscura, com normas genéricas e subjetivas sobre critérios de distribuição de recursos e motivos para o desenvolvimento de campanhas publicitárias; dentre outras medidas de viés conservacionista e retrógrado.

Em suma, como salienta Becerra (BECERRA; MASTRINI, 2017, p.143),

La política expresada en los decretos de Macri aspira a restaurar la regulación y la estructura del sector a una época en que el órgano de aplicación dependía directamente del Poder Ejecutivo y los grupos dominantes en medios y telecomunicaciones gozaban de la ausencia total de contraprestaciones de interés público.

Os decretos macristas citam Estados Unidos, Europa e México como exemplos a serem seguidos, mas a verdade é que esses países hoje, como reforça Becerra, possuem políticas que se ocupam intensamente de evitar barreiras à entrada de novos atores no cenário da comunicação, pois reconhecem a nocividade de um mercado concentrado.

Com relação ao programa “Argentina Conectada” e o desenvolvimento da TDA, Baladron (2019, online) observa que, no governo Macri, esses planos foram prejudicados:

“(…) el desarrollo de la infraestructura de la Televisión Digital Abierta (TDA) quedó estancado y los trabajadores de la unidad encargada de la producción de contenidos fueron despedidos. La entrega de netbooks de Conectar Igualdad fue reduciéndose drásticamente hasta el reemplazo del Programa en 2018 por “Aprender Conectados”, que ya no entrega estos dispositivos a estudiantes y docentes. (...) En lo que respecta a la continuidad del Plan Argentina Conectada y la REFEOF, en un primer momento estuvo en consideración la privatización de ARSAT. El gobierno contrató a la consultora McKinsey (vinculada a algunos funcionarios de la nueva gestión) para la elaboración de un plan de negocios en torno a ARSAT. La REFEOF era el activo que suscitaba mayor interés en el sector privado; sin embargo, el lobby cruzado parece ser la razón por la cual se estancó la apertura de la red al capital privado. Finalmente, se definió la continuidad de la Red renombrada como Plan Federal de Internet y su anuncio se realizó públicamente el 17 de mayo (día mundial de internet) de 2016 y poco después definió una tarifa plana de ancho de banda mayorista para todo el país. Si bien se trata de la iniciativa que contó con mayor respaldo y apropiación simbólica por parte del gobierno de Macri, fueron mínimos los recursos que recibió del Tesoro Nacional y su financiamiento procedió casi exclusivamente del Servicio Universal. Por último, sus avances parciales tampoco cumplieron con las metas de la nueva administración: se había establecido el objetivo de brindar banda ancha a 1200 pueblos en los primeros dos años, pero

las localidades alcanzadas en ese plazo fueron alrededor de 450, menos de la mitad proyectadas.

### 3.3.4 – As perspectivas com o governo Alberto Fernández

Em 27 de outubro de 2019, o professor de Direito da Universidade de Buenos Aires, Alberto Fernández, que foi chefe do gabinete de ministros no governo Néstor Kirchner, venceu as eleições presidenciais contra Macri (que tentava a reeleição), tendo como vice a ex-presidenta Cristina Fernández de Kirchner. Ele assumiu o país num cenário de profunda crise econômica e fragilidade social. A moeda argentina havia desvalorizado 70% desde janeiro de 2018 e Macri teve que apelar ao Fundo Monetário Internacional (FMI), que concedeu ajuda financeira de US\$ 57 bilhões em três anos à Argentina, em troca de um programa de forte ajuste fiscal, incluindo reformas estruturais. Macri ocupou a presidência prometendo acabar com a pobreza no país, mas terminou o mandato com um recorde nesse quesito. Segundo o Instituto Nacional de Estatísticas e Censos da Argentina (Indec), o percentual de pobres no país chegou a 35,4% da população, considerado o maior da década.

Peronista moderado e pragmático, Fernández se ancorou na popularidade de Cristina Kirchner, lembrada por suas conquistas no campo social, para vencer a eleição. Teve de se reconciliar com a ex-presidenta. Ele chegou a participar do início do governo Cristina, deixando-o em 2008 com diversas críticas, após a “crise do campo” e o enfrentamento aos grandes grupos midiáticos do país. Chegou até mesmo a atacar a “Ley de Medios”. Em uma entrevista concedida ao canal *Infobae*, em 2 de março de 2019<sup>125</sup>, na fase da campanha eleitoral, voltou a fazer críticas à lei:

(...) Cristina ganó una batalla porque ahora sabemos lo que leemos cuando leemos Clarín, La Nación o Tiempo Argentino. Eso está muy bien, pero, ¿era necesaria tanta sangría para eso? En la práctica sirvió muy poco y ahora Clarín tiene una telefónica. Evidentemente ese no fue el camino.

Em entrevista a esta pesquisa<sup>126</sup>, concedida em 2019, na época da campanha presidencial, Martín Becerra comentou sobre as reticências de Alberto Fernández com relação à “Ley de Medios” e a ausência de uma discussão sobre a regulação da mídia por parte das duas candidaturas (tanto a de Alberto como a de Macri à reeleição):

Hoy por hoy, es un tema que no está presente en el debate electoral, no está en la agenda (...) El gobierno nacional propagandiza una supuesta mejora en lo que es libertad de expresión, básicamente como tiene como aliados a los principales medios comerciales, y además, tiene también como aliados a los principales

<sup>125</sup> Disponível em: <<https://www.infobae.com/politica/2019/03/02/alberto-fernandez-critico-la-ley-de-medios-que-impulso-cristina-kirchner-evidentemente-ese-no-fue-el-camino/>> Acesso em: 13 fev 2020.

<sup>126</sup>Via Skype, em 8 de agosto de 2019.

columnistas y conductores de radio y televisión que son muy oficialistas. Entonces el gobierno propagandiza esa buena relación que tiene con el mainstream de los medios y de los conductores y periodistas más famosos como un avance en libertad de expresión. Porque obviamente el gobierno de Cristina Fernández tuvo en varios casos agresiones verbales hacia algunos periodistas y columnistas famosos. Pero no hablan ni de democratización ni de estructura de propiedad ni de desregulación de los medios. Y la fórmula Fernández-Fernández [Alberto Fernández y Cristina Fernández de Kirchner], opositora al gobierno nacional tampoco habla del tema. Las pocas veces que el candidato presidencial Alberto Fernández menciona el tema fue en un tono -yo diría- moderadamente autocrítico. Como decir, la ley de medios (...) “fue un error”, “ya nos hemos anoticiado que no es el camino, hoy por hoy las tecnologías más importantes son Google, Facebook, entonces hay que mirar hacia otro lado, no queremos tener una relación conflictiva con los medios. (...) No es un eje de su campaña. Esto que te digo son los dos o tres comentarios aislados que ha hecho en toda esta campaña que ha sido larga, fueron más bien amistosos con las empresas periodísticas, y no reivindica el discurso de la democratización, no.

Em 5 de janeiro de 2021, ao ser questionado se considera viável a criação de uma nova “Ley de Medios”, o senador kirchnerista Oscar Parrilli disse que sim, que seria possível pensar em uma nova legislação, e que esta teria de ser discutida democraticamente. Em setembro de 2019 o juiz da Corte Suprema Eugenio Zaffaroni já havia lançado a ideia de voltar a sancionar uma legislação voltada à regulação da mídia como parte de uma eventual reforma constitucional. A fala do parlamentar kirchnerista incomodou o *Clarín*, como pode ser percebido no tom da reportagem “El kirchnerismo vuelve a una vieja idea: ‘Es posible pensar en una nueva ley de medios’”<sup>127</sup>.

O futuro na Argentina com relação à reversão dos retrocessos encampados por Macri na “Ley de Medios” e nas políticas de comunicação é incerto. Discutir a regulação dos meios de comunicação é um vespeiro que Alberto Fernández pode não querer voltar a mexer, em função do desgaste que o assunto gerou à sua vice, Cristina. Ao menos há a esperança de que os setores sociais que lutam pela democratização da mídia terão mais espaço para pressionar o governo e talvez convencê-lo da importância de voltar a discutir medidas nesse campo, por mais desgastantes que elas sejam.

Que Alberto Fernández e Cristina não esqueçam das lições de hegemonia de Gramsci. Nenhuma liderança ideológica é eterna e a batalha pelo consenso precisa continuar mesmo após a chegada ao poder. Portanto, permanecer na luta pela regulação da mídia e pela democratização é uma questão de sobrevivência, para o bem do povo argentino que merece ter espaço nos meios de comunicação, para colocar em evidência suas problemáticas e demandas.

---

<sup>127</sup> Disponível em: < [https://www.clarin.com/politica/kirchnerismo-vuelve-vieja-idea-posible-pensar-nueva-ley-medios-0\\_yKkb-X-kc.html](https://www.clarin.com/politica/kirchnerismo-vuelve-vieja-idea-posible-pensar-nueva-ley-medios-0_yKkb-X-kc.html) > Acesso em: 10 jan. 2021.

### 3.4 – Caso Brasileiro

O Artigo 220 da Constituição Federal brasileira<sup>128</sup> explicita que “os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio”. O Artigo 221 diz que a produção e a programação das emissoras de rádio e televisão devem dar preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas; promover a cultura nacional e regional e o estímulo à produção independente que objetive sua divulgação; oportunizar a regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei; e respeitar aos valores éticos e sociais da pessoa e da família. Basta dar uma rápida zapeada pelos canais de TV brasileiros para perceber que esses princípios muitas vezes são desrespeitados e, mesmo assim, as emissoras continuam tendo suas concessões periodicamente renovadas. Como essas normas constitucionais ainda não foram regulamentadas pelo Congresso Nacional, elas seguem sem serem cumpridas.

Conforme destaca o professor Venício Artur de Lima, no livro “Regulação das Comunicações – História, poder e direitos”, no Brasil predomina o “*no law*”, ou seja, a ausência de um marco legal firme e abrangente, que evite irregularidade na propriedade dos veículos, a oligopolização, abusos na programação e conteúdos que se desvirtuem dos Direitos Humanos. A principal referência legal ainda é o quase cinquentenário Código Brasileiro de Telecomunicações de 1962. Completamente desatualizado, esse marco foi fragmentado pela Lei Geral de Telecomunicações (nº 9.472) de 1997, que autorizou o Poder Executivo a estabelecer quaisquer limites à participação estrangeira no capital de prestadora de serviços de telecomunicações. “Além disso, existem várias normas avulsas para serviços específicos que, em alguns casos, são até mesmo contraditórias”. (LIMA, 2011, p. 28).

Segundo Lima, a Lei Geral de Telecomunicações ao lado da Lei da TV a Cabo (nº 8.977/1995) e a Lei Mínima (nº 9.295/1996), definiu a estrutura legal básica para as reformas iniciadas com a quebra do monopólio estatal das telecomunicações pela Emenda Constitucional nº 8, aprovada em 15 de agosto de 1995, no início do governo Fernando Henrique Cardoso.

Essa nova política favorece a concentração da propriedade porque não impede a propriedade cruzada dos grupos empresariais de telecomunicações, comunicação de massa e informática, e estimula a participação crescente dos *global players*, diretamente ou associados aos grandes grupos nacionais, na medida em que elimina todas as barreiras para a entrada do capital estrangeiro (LIMA, 2004, p. 120).

---

<sup>128</sup> Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm) > Acesso em: 15 fev. 2020.



Na década de 1960, durante o regime militar, houve uma tentativa, por meio do Decreto-Lei nº 236/1967, de se estabelecerem limites para o número de concessões de radiodifusão que um mesmo grupo privado poderia controlar. Esses limites, no entanto, não foram obedecidos. O Estado, que é o órgão fiscalizador, nunca entendeu a norma como um mecanismo para regular a concentração da propriedade. “Por razões inexplicáveis o Ministério das Comunicações, que deve fiscalizar o cumprimento da lei, interpreta ‘entidade’ como ‘pessoa física’ e considera, portanto, a óbvia situação de propriedade cruzada que predomina em vários grupos de mídia do país como observando as limitações legais.” (LIMA, 2004, p. 96).

### 3.4.1 – As políticas de comunicação nos governos petistas e o lobby dos grandes meios de comunicação

#### 3.4.1.1 – Governo Lula

A chegada de Luiz Inácio Lula da Silva à Presidência em 2002, pelo Partido dos Trabalhadores (PT), despertou grande esperança nas entidades e nos movimentos sociais que lutam pela regulação da mídia e a democratização da comunicação. Como maior representante da esquerda e do campo progressista brasileiro, tendo criticado durante anos as políticas neoliberais de seus antecessores, inclusive no campo midiático, o PT muitas vezes abrigou e incentivou debates em torno da necessidade de se impor limites à concentração de propriedade nos meios de comunicação e aos abusos do conteúdo da mídia, com relação ao desrespeito aos Direitos Humanos, e em coberturas vendidas como “imparciais”, mas flagrantemente voltadas a beneficiar determinados grupos políticos e econômicos. Até mesmo porque, conforme apontamos em nossa dissertação de mestrado<sup>129</sup>, defendida em 2006, Lula, principal liderança petista, foi alvo desde 1982 (quando se candidatou ao governo do estado de São Paulo) de coberturas negativas da grande mídia, inclusive nas eleições que finalmente o levaram à Presidência, enquanto outros candidatos eram poupados. Por tudo isso, esperava-se que com a chegada do Partido dos Trabalhadores ao governo federal finalmente as propostas de regulação da mídia e as tratativas voltadas a garantir o direito à comunicação pudessem ser concretizadas. Mas, de fato, isso não aconteceu.

Embora tenham ocorrido avanços (simbolizados em ações e medidas que destacaremos a seguir) e a discussão sobre o tema e diversas ideias a ele ligadas tenham sido, ao menos,

---

<sup>129</sup> Intitulada “As estratégias do marketing de Lula de 2002 na cobertura realizada pela Folha de S.Paulo”, apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp).

pleiteadas (o que sequer era cogitado em governos anteriores alinhados fielmente aos preceitos neoliberais e aos donos da grande mídia), o governo Lula, em seus oito anos, não foi capaz de implementar a maioria das propostas de políticas públicas demandada pelas entidades e movimentos que lutam pela democratização da comunicação. “Ao contrário, muitas das iniciativas nesse sentido foram sendo derrubadas uma a uma, abandonadas ou substituídas por outras que negavam as intenções originais” (LIMA, 2011, p. 34).

Falaremos (em ordem cronológica) de algumas das iniciativas positivas e de outras que não foram levadas adiante. Focamos no governo do PT, já que nas gestões neoliberais anteriores e nas que assumiram o Executivo após o golpe de 2016 (contra a presidenta petista Dilma Rousseff) obviamente que avanços no campo da democratização da comunicação não eram esperados.

#### \*Conselho de Comunicação Social

Inicialmente pensado para ser um órgão regulador autônomo do setor de Comunicação Social, o CCS (Conselho de Comunicação Social) foi transformado na Constituinte de 1987/88 (Artigo 224) em um órgão auxiliar que deveria ser ouvido pelo Congresso Nacional sempre que fosse necessário. Em 1991, ele foi regulamentado pela Lei nº 8.339, mas só foi instalado finalmente em maio de 2002, como parte de um acordo polêmico costurado no Congresso Nacional para a aprovação da Proposta de Emenda Constitucional (PEC) nº 36, que permitiu a propriedade de empresas jornalísticas e de radiodifusão por pessoas jurídicas e a participação de capital estrangeiro em até 30% do seu capital.

Apesar de ser um órgão auxiliar, o CCS demonstrou, conforme destaca Lima (2011), ser um espaço relativamente plural de debate de questões vitais do setor, como a concentração da propriedade dos meios de comunicação e a outorga e renovação de concessões. Esperava-se que esse espaço fosse bastante valorizado no governo Lula, mas, de fato, isso não aconteceu. Vencidos os mandatos dos seus primeiros membros, houve um atraso na confirmação dos novos para o período de dois anos, o que aconteceu apenas em fevereiro de 2005. Totalmente esvaziado, o CCS fez sua última reunião no final de 2006. Os membros para um terceiro mandato não foram indicados até o final do governo Lula.

#### \*CFJ

Em 4 de agosto de 2004, o governo encaminhou ao Congresso o projeto de criação do Conselho Federal de Jornalismo (CFJ). A criação do Conselho vinha sendo defendida pela

Federal Nacional dos Jornalistas (Fenaj) desde a década de 90, com o objetivo de fiscalizar a atuação profissional dos jornalistas e garantir uma cultura de respeito ao Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros que prevê, dentre outras coisas, o respeito aos Direitos Humanos e às minorias. Diversos debates sobre o projeto foram promovidos pela Fenaj e por Sindicatos dos Jornalistas de todo o país, envolvendo diferentes setores da sociedade. Também foram realizadas audiências públicas e sessões especiais em Assembleias Legislativas, Câmaras Municipais e instituições de ensino superior, em especial as que oferecem o curso de jornalismo. Desde a apresentação do projeto, mesmo com o apoio de diferentes setores e entidades, como a OAB Nacional (Ordem dos Advogados do Brasil), o CFJ recebeu ataques das principais empresas de mídia do país, como ressalta a diretoria da Fenaj, no texto “A História do Conselho Federal dos Jornalistas”<sup>130</sup>:

(...) Criticado à histeria desde o anúncio do seu encaminhamento à Câmara dos Deputados pelo Executivo, o projeto do CFJ foi acusado, entre outras coisas, de ser autoritário, de atender a uma suposta tentativa de cerceamento da imprensa pelo Governo Federal e de manietar os jornalistas num código de ética corporativo e, principalmente, de ser ilegítimo por ser proposto por uma entidade sindical, a Federação Nacional dos Jornalistas. (...).

Diante da forte campanha da mídia contra a proposta, a Fenaj alterou o texto do projeto e apresentou um substitutivo em 13 de novembro daquele ano, colocando como missão principal do CFJ ser um “órgão de habilitação, representação e defesa do jornalista e de normatização ética e disciplina do exercício profissional de jornalistas”<sup>131</sup>. Mesmo cedendo ao lobby dos donos da mídia, os deputados ignoraram o substitutivo e rejeitaram o primeiro projeto em 15 de dezembro, enterrando a possibilidade de criação do órgão.

O projeto do CFJ está morto e dançam sobre sua tumba os interesses aparentemente mais contraditórios. Os empresários da mídia brasileira devem se regozijar. Mais uma vez seus desejos são atendidos. Escondidos atrás de um inverossímil discurso de liberdade de imprensa, na verdade sempre tiveram a mais medíocre das intenções: manter as condições salariais e de trabalho dos jornalistas nos níveis mais baixos possíveis para compensar suas cambaleantes taxas de lucros. Os empresários não admitem a normatização ética da profissão, porque querem manter o poder de decisão sobre o que pode e o que não pode ser informado à população. Os donos da mídia e do poder real, mais uma vez, impuseram sua vontade. (FENAJ, 2004).

\*Ancinav

<sup>130</sup>Publicado em 15 de dezembro de 2004. Disponível em: < <https://fenaj.org.br/historia-do-conselho-federal-dos-jornalistas/> > Acesso em: 14 fev. 2020.

<sup>131</sup> Texto do substitutivo disponível em: <[http://www.fenaj.org.br/cfj/projeto\\_cfj.htm](http://www.fenaj.org.br/cfj/projeto_cfj.htm)> Acesso em: 18 mar. 2020.

Também em 2004 a Secretaria de Audiovisual do Ministério da Cultura apresentou a proposta de transformação da Ancine (Agência Nacional de Cinema) na Ancinav (Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual), que teria o objetivo de fiscalizar a produção e distribuição dos conteúdos audiovisuais no país, equilibrando as condições de participação da indústria cinematográfica e audiovisual nacional frente à produção internacional e ao monopólio de empresas de produção e distribuição de massa, garantindo e protegendo a diversidade e a competitividade no mercado do audiovisual. Segundo Lima (2011), o texto do projeto sequer chegou a ter uma versão final. Diante da grita dos grupos tradicionais da mídia, o governo acabou mantendo a Ancine e, em janeiro de 2005, anunciou que seria formulada uma nova proposta de legislação de fomento e de fiscalização da área. Essa proposta de fato foi apresentada e enviada ao Congresso em junho de 2006, atendendo os interesses dos grandes grupos empresariais do setor, ou seja, sem incluir mecanismos destinados a evitar o monopólio desses grupos. Ela foi aprovada e transformou-se na Lei nº 11.437, de 28 de dezembro de 2006, que criou o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), regulamentado pelo Decreto nº 6.299, de 12 de dezembro de 2007.

#### \*Cadastro geral dos concessionários de radiodifusão

Uma das demandas mais antigas por parte daqueles que lutam contra a concentração da propriedade dos meios de comunicação brasileiros é a transparência no cadastro geral dos concessionários de radiodifusão, para que a sociedade possa conhecer os nomes de todos os sócios das emissoras de rádio e TV do país. Em janeiro de 2003, ao assumir o Ministério das Comunicações no governo Lula, o deputado federal Miro Teixeira (PDT-RJ) prometeu que tornaria público esse cadastro, o que de fato aconteceu em novembro daquele ano. Até então os brasileiros não tinham conhecimento dessa informação básica. Os Decretos Legislativos confirmando as outorgas eram publicados no Diário Oficial da União, mas traziam apenas os nomes das empresas, sem especificar os nomes de seus sócios. No início de 2007 o cadastro desapareceu do site do Ministério das Comunicações e o interessado em obter informações oficiais sobre as concessões passou a ter de recorrer ao site da Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações), consultando dois bancos de dados - O Sistema de Acompanhamento de Controle Societário (SIACCO) e o Sistema de Informação dos Serviços de Comunicação de Massa (SISCOM) – que são burocráticos e oferecem informações fragmentadas. No governo da presidenta Dilma Rousseff esse cadastro voltou a se tornar público, como será destacado mais à frente. A transparência nas informações sobre os concessionários é essencial para que

sociedade possa tomar conhecimento e denunciar situações irregulares, evitando um quadro ainda maior de concentração nos meios de comunicação brasileiros.

#### \*Rádios comunitárias

Os avanços esperados na regulamentação das rádios comunitárias, no sentido de descriminalizar quem atua com esse tipo de comunicação, não aconteceram da maneira que se esperava no governo Lula. Como enfatiza Lima (2011, p. 36), essas emissoras continuaram a ser regidas pela legislação excludente aprovada no governo Fernando Henrique Cardoso, a Lei nº 9.612/1998. Desde 1962 as emissoras que não têm a licença do governo para operar são criminalizadas. Acontece que para conseguir essa licença é preciso passar por um processo bastante lento, burocrático e até mesmo obscuro (não raro grupos que não são comunitários obtêm a outorga para ter uma emissora). A lei de 1998 não resolveu essa questão e não previu uma punição racional para quem descumprir a legislação. Como aponta o pesquisador Paulo Augusto Emery Sachse Pellegrini, professor do curso de Jornalismo da Faculdade Estádio de São Luís (MA), no artigo “20 anos de regulamentação das rádios comunitárias: poucos avanços e demandas de novas conquistas”<sup>132</sup>, a falta de uma previsão de punição criminal dá margem para a aplicação de normas duras (prevalece como norte o artigo 70 do Código Brasileiro de Telecomunicações e o artigo 183 da Lei Geral das Telecomunicações) que estabelecem prisão de até quatro anos para quem pratica telecomunicação clandestinamente. Embora tenham sido criados no governo Lula Grupos de Trabalho para propor mudanças na lei, os relatórios produzidos por esses GTs não foram adiante.

Poucas mudanças foram feitas na legislação desde 1998.

A primeira alteração, oriunda da Medida Provisória 2.143-33, de 31 de maio de 2001, estabeleceu que o Congresso Nacional passaria a ter prazo de 90 dias para deliberar sobre os processos de outorga e, caso não ocorresse a deliberação, a emissora comunitária poderia funcionar com licença provisória. Já a segunda foi a ampliação do período de validade da concessão de uma emissora comunitária de três para dez anos. Essa alteração se deu por conta da Lei 10.610, de 12 de dezembro de 2002. Dessa forma, passou a valer para as rádios comunitárias o mesmo período de concessão dos demais tipos de rádios (comerciais, educativas e públicas). (PELLEGRINI, 2018, p.9).

Foram implementadas no governo Dilma algumas medidas voltadas a facilitar novas outorgas, incluindo municípios que não eram contemplados com rádios comunitárias, e medidas

---

<sup>132</sup> Apresentado no XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019. Disponível em: < <http://portalintercom.org.br/anais/nordeste2019/resumos/R67-0181-1.pdf>> Acesso em: 10 jan. 2020.

focadas em desburocratizar o processo, como veremos a seguir. Mesmo assim, esperava-se muito mais avanços em um governo petista.

Além disso, os problemas referentes à criminalização das rádios comunitárias que atuam sem licença não foram solucionados e muitas emissoras que prestam serviços valiosos à população continuaram a atuar na ilegalidade, com risco de serem fechadas e terem seus equipamentos confiscados.

Vale destacar o crucial papel exercido pelas rádios comunitárias para diversificar o cenário de concentração e oligopolização midiática que temos no Brasil. Essas são emissoras que ampliam as vozes de comunidades comumente esquecidas pela grande mídia, falando de suas culturas, costumes e dando espaço às suas problemáticas e desafios, a partir da participação na programação dos sujeitos que estão diretamente envolvidos nas questões abordadas. Seu apelo com a comunidade é enorme. Normalmente, estão localizadas em regiões marginalizadas, distantes dos grandes centros urbanos (comunidades rurais, indígenas, caiçaras e favelas).

Neste sentido, as rádios comunitárias são instrumentos fundamentais de cidadania, pois cabe a elas o papel de porta-vozes da população que não encontra espaço para suas demandas nas rádios comerciais de grande alcance. Trata-se de uma comunicação que “se torna expressiva porque está dispersa por todo o País e se multiplica de diferentes maneiras” (PERUZZO, 2004, p. 53).

Não podemos falar em uma comunicação que atenda à diversidade da nossa população sem as rádios comunitárias. Sendo assim, para garantir a democratização das comunicações no nosso país é de suma importância que se legalize muitas dessas emissoras que hoje são tratadas como criminosas e que novos atores de diferentes localidades brasileiras entrem nesse setor. Na Argentina, essas emissoras também são muito importantes nas narrativas alternativas àquelas apresentadas pelos meios de comunicação de massa e por levantarem as pautas de interesses de diferentes grupos sociais marginalizados. A “Ley de Medios” oferece, como vimos, amparo a essas emissoras.

#### \*TV Digital

Também no campo da TV Digital o governo petista começou com bons prognósticos, mas acabou por decepcionar. Em 2003, quando foram iniciadas as discussões sobre qual sistema de TV Digital seria seguido pelo Brasil (se o americano, o japonês ou o europeu), o governo soltou o Decreto nº 4.901, que criou o Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD), convidando representantes de diferentes entidades da sociedade civil que lutam pela democratização da mídia e acadêmicos para discutir o modelo ideal para o país.

Aos poucos, especialmente a partir de julho de 2005, com a chegada de Hélio Costa ao Ministério das Comunicações (Hélio, parlamentar do PMDB, tinha forte ligação com a *Rede Globo*, até por ter trabalhado na emissora, e com outras empresas do ramo televisivo e em diversas oportunidades já havia demonstrado ser contra a democratização da mídia), a proposta de um sistema que fosse mais adequado para a cadeia produtiva da TV brasileira e mais plural, com a possibilidade de inserção de novos atores, como canais de sindicatos e outras organizações da sociedade, foi ficando de lado. Na época, diferentes entidades, como o Intervezes, denunciaram a submissão do governo à pressão dos grandes grupos de mídia que elegeram o sistema japonês (modelo ISDB, criado em 1999 pelo consórcio Dibeg, que tem a emissora NHK como principal sustentáculo) como padrão ideal. A argumentação das grandes emissoras foi de que a tecnologia japonesa seria a mais fácil de ser adaptada para os concessionários que estavam em atividade e a mais avançada para a população. O fato é que as emissoras de TV, especialmente a *Globo*, pressionaram pelo sistema japonês com medo de terem seu monopólio quebrado, já que o modelo europeu facilitaria a divisão do canal em multiprogramações e, conseqüentemente, a entrada de outros atores nesse mercado. A pressão pelo padrão japonês também se deu pelo fato desse sistema não permitir que as operadoras de telecomunicações pudessem transmitir conteúdos, o que representaria uma diminuição de renda para as emissoras.

A regulamentação do novo sistema manteve, também, em linhas gerais, o status quo existente: as emissoras e retransmissoras de TV poderiam continuar a prestar o serviço, migrando seu sinal para a plataforma digital; cada estação receberia um canal por inteiro (um bloco de frequências de 6MHz), o que significava dizer que os canais seriam indivisíveis e seus segmentos não seriam atribuídos a um maior número de atores, a despeito de isso ser tecnicamente viável, na TV Digital, graças ao recurso da multiprogramação; a interatividade seria possível, mas não obrigatória; alta definição, mobilidade e portabilidade também foram reconhecidas como características do sistema (PIERANTI, 2017, p. 19).

Segundo um texto de protesto publicado no site da Abra (Associação Brasileira de Autores Roteiristas)<sup>133</sup>, a escolha do padrão europeu poderia ter sido

uma oportunidade para democratizar a comunicação no país – A TV Digital, pelas suas características tecnológicas, poderia representar um avanço histórico na democratização da comunicação no Brasil, pois permite que no mesmo espaço onde hoje se transmite um único canal, sejam inseridos quatro novos canais, além de possibilitar que um operador de rede (e não mais as próprias emissoras) transmitam sua programação, diminuindo custos. Tudo isso permitiria a entrada de emissores de programação menores e independentes, tirando o monopólio atual

---

<sup>133</sup> Disponível em: < <http://abra.art.br/blog/2012/02/28/tvs-impoem-padrao-japones/> > Acesso em: 12 jan. 2020.

da produção de conteúdo das emissoras comerciais e permitindo novas alternativas em informação e cultura. (ABRA, 2012).

Para Renata Mielli (2015, p. 82), coordenadora geral do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, “o processo de digitalização poderia ter revolucionado o cenário da radiodifusão no Brasil”, mas “o lobby dos radiodifusores atuou fortemente para impedir que o país trilhasse um caminho que pudesse abalar o poder dos grupos de mídia” que monopolizam o setor.

Lima (2011, p. 38) tem a mesma opinião: “Prevaleceram os interesses dos grupos dominantes da mídia, em especial os radiodifusores, tendo sido ignorada uma oportunidade histórica de se ampliar de forma significativa o número de concessionários de televisão do país”.

A escolha do sistema japonês, por meio do Decreto nº 5.820 (de 29 de junho de 2006), também encareceu o acesso da nova tecnologia aos consumidores, já que nossa indústria não contava com *know how* para a produção em larga escala de equipamentos compatíveis ao sistema.

Por ter sido escolhido por razões técnicas, sem se preocupar em redefinir o modelo de exploração da radiodifusão no país, a decisão gerou muita polêmica entre diferentes entidades e organizações que lutam pela democratização da mídia. Uma Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI) movida pelo Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) em 2007 questionou a previsão do sistema de atribuir pares digitais a todas as estações que já operavam na plataforma analógica. O Supremo Tribunal Federal acabou julgando a medida como constitucional.

O texto da Abra ainda denunciou, na época, que, nos pronunciamentos públicos, o governo Lula mostrou-se empenhado em provar que a escolha do padrão japonês era benéfica à sociedade. Lula usou a expressão “padrão nipo-brasileiro”, que definiu como sendo “uma coisa muito chique”. Já a então ministra da Casa Civil, Dilma Roussef, afirmou: “Tivemos um conjunto de ações de aprofundamento do padrão japonês”.

Mielli ressalta que mesmo com o padrão japonês, o decreto poderia ter sido construído pensando em garantir, no futuro, mais diversidade e pluralidade na área:

Por exemplo, poderia ter definido que os atuais concessionários teriam o direito – até o prazo do término das outorgas – de explorar apenas 1 dos 4 canais, e que os outros três passariam por um novo processo de licitação. Mas não foi isso que aconteceu. Além de terem saído vitoriosos na escolha do padrão a ser utilizado, os radiodifusores conseguiram garantir seus interesses e obtiveram privilégio de terem não um, mas quatro canais numa mesma faixa do espectro, impedindo a



entrada de outros atores no mercado de radiodifusão brasileiro. (MIELLI, 2015, p. 82).

Uma das poucas coisas a ser comemorada no Decreto nº 5.820 foi a possibilidade aberta para a criação dos canais do Poder Público na TV Digital, com a criação do *Canal da Cidadania*. Regulamentado em 2012, no governo Dilma, o Canal foi pensado para ser explorado pelo Estado nos âmbitos federal, estadual e municipal e por entidades das comunidades locais. Utilizando o recurso da “multiprogramação”, possibilitada pela digitalização da TV aberta, podem ser transmitidas, nele, quatro “faixas de conteúdo”: a primeira sob responsabilidade das prefeituras, a segunda a ser gerida pelos estados e as outras duas, por associações comunitárias, responsáveis por programação local.

Mas Renata Mielli observa:

Apesar de já devidamente regulamentado, a ideia do canal, por enquanto, ainda não é amplamente debatida na sociedade e tem pouca inserção inclusive dentro dos movimentos sociais, que são os principais interessados em ocupar o novo espaço, pois representam uma pluralidade de grupos que não têm voz nas emissoras de televisão (MIELLI, 2015, p. 83).

\*Políticas de inclusão digital

É possível apontar avanços no que diz respeito a políticas no campo da inclusão digital. Na dissertação “As Políticas Públicas de Inclusão Digital do Governo Lula (2003-2009): uma análise de programas e leis”<sup>134</sup>, o pesquisador Marcelo Medeiros ressalta que o governo desde o início situou a inclusão digital “no campo dos direitos, do exercício da cidadania e do desenvolvimento social, ressaltando o caráter transformador das novas tecnologias” e que esse discurso foi, de fato, colocado em prática. A Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão (SLTI-MP) assumiu a secretaria-executiva do Comitê Executivo de Governo Eletrônico (Cege) e, por meio de um decreto presidencial de 29 de outubro de 2003, instituiu oito Comitês Técnicos, voltados a estudar e colocar as ações do governo nesse campo em prática, dentre eles o Comitê de Implementação do Software Livre e o Comitê de Inclusão Digital.

Ao invés de incentivos ao acesso individual, o comitê [de Inclusão Digital] pregava a construção de uma infraestrutura de uso coletivo para os setores impedidos de ter conexão particular. Este princípio seria “o centro da estratégia do governo federal”. A ação dar-se-ia em forma de telecentros cujo maquinário seria operado por programas de código aberto. A escolha por telecentros se dá pelas características desse modelo. Não há consenso sobre a definição desses

<sup>134</sup> Apresentada em 2010 ao Programa de Pós-graduação em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento, do Instituto de Economia, da Universidade Federal do Rio de Janeiro. 160p. Disponível em: <<https://www.ie.ufrj.br/images/IE/PPED/Dissertacao/2010/Marcelo%20Medeiros.pdf>> Acesso em: 15 mar. 2020.

espaços, mas no Brasil o conceito mais adotado se refere a eles como espaços de acesso gratuito à internet, dotados de projeto político-pedagógico, nos quais há prestação de serviços e gerenciamento pela comunidade. (...) A opção pelos softwares livres era justificada pelo custo mais baixo em relação aos seus similares de código fechado e pela maior possibilidade de qualificação não só do público-alvo como dos envolvidos nas atividades de formação e manutenção das unidades de inclusão digital e por não forçar dependência de fornecedores internacionais. No que tange aos aspectos econômicos, a comparação das soluções abertas e fechadas comprova a vantagem dos primeiros. De 2003 a 2009, a economia com uso de softwares livres<sup>135</sup> na administração federal foi de cerca de R\$ 370 milhões, de acordo com o presidente Lula (MEDEIROS, 2010, p.119).

Os Comitês Técnicos geraram diversos tipos de telecentros voltados à inclusão digital em diferentes setores. Vale destacar nesta esfera o lançamento do programa “Cidadão Conectado - Computador para Todos”, através do Decreto nº 5.542<sup>136</sup>, de 20 de setembro de 2005, que teve como objetivo “promover a inclusão digital mediante a aquisição em condições facilitadas de soluções de informática constituídas de computadores, programas de computador (software) neles instalados e de suporte e assistência técnica necessários ao seu funcionamento” (BRASIL, 2005, online). O programa previu isenções na cobrança do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) para empresas localizadas no Nordeste ou na Amazônia Legal e que investissem pelo menos 5% do faturamento em pesquisa e desenvolvimento.

Segundo Medeiros, ao longo de sete anos, o governo criou 24 ações voltadas à inclusão digital, dentre elas “Um Computador por Aluno”, “Computador Portátil para Professores”, “Centros Vocacionais Tecnológicos”, “Programa Banda Larga nas Escolas” e “Ação Cultura Digital”.

Em 12 de maio de 2010 o governo lançou o Plano Nacional de Banda Larga (Decreto nº 7.175). De acordo com a legislação, seu objetivo principal foi

massificar o acesso à internet em banda larga no país, principalmente nas regiões mais carentes dessa tecnologia. No âmbito do PNBL, o Ministério das Comunicações, a Anatel, e as empresas do Grupo Oi, Algar, Telefônica e Sercomtel, firmaram Termos de Compromisso, com vigência até 31 de dezembro de 2016, para massificar o acesso à banda larga por meio de ofertas de varejo, atacado e atendimento por satélite nos municípios. (ANATEL, online).

A oferta de varejo do plano previa a cobertura de 5.385 municípios. A oferta via satélite previa 185 municípios e a oferta por atacado 4.161. O plano começou a ser implementado em 2011, no governo da presidenta Dilma Rousseff.

\*Empresa Brasileira de Comunicação (EBC)

---

<sup>135</sup> Como o sistema Linux.

<sup>136</sup> Disponível em: < [Decreto nº 5542 \(planalto.gov.br\)](http://Decreto%20n%205542%20(planalto.gov.br)) > Acesso em: 15 mar. 2020.

Um dos pontos altos das políticas de comunicação do governo Lula foi a criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC/TV Brasil) em 25 de outubro de 2007, resultado da fusão da Radiobrás com a ACERP/TVE, a TVE do Maranhão e o canal digital de São Paulo. A Empresa, que acabou por regular a televisão pública no Brasil, foi criada a partir do estudo de modelos de TV pública em diferentes locais do mundo.

O sistema público de radiodifusão, no Brasil, jamais voltaria a ser o mesmo depois da criação da EBC. Há quem diga que a empresa chegou a criá-lo, do que discordo. Ela, na verdade, foi a responsável por reunir as emissoras federais e amalgamar as diferentes entidades que atuavam na comunicação pública, passando a liderar, no futuro, uma nova rede pública. O nível de coesão dos diferentes atores envolvidos no I Fórum Nacional de TVs Públicas não voltaria a ser o mesmo, ainda que uma segunda edição desta instância tenha sido realizada em 2009. Ainda assim, a EBC seria uma referência nas discussões futuras sobre este campo (PIERANTI, 2017, p. 24).

Como já era de se esperar, os grandes grupos de mídia criticaram a iniciativa, argumentando que a *TV Brasil* seria usada para propaganda governamental.

\*Lei Geral de Comunicação Eletrônica de Massa

Esse foi uma das sinalizações mais firmes feitas pelo governo Lula na luta pela regulação da mídia, apesar de ter sido discutida com mais seriedade apenas no final do segundo mandato do petista, para ter seu andamento prosseguido por sua sucessora, a presidenta Dilma (antes foram criadas duas comissões que objetivavam produzir um pré-projeto de lei para regular a área, mas elas nunca chegaram a se reunir).

Em julho de 2010 Lula assinou um decreto criando uma comissão interministerial para “elaborar estudos e apresentar propostas de revisão do marco regulatório da organização e exploração dos serviços de telecomunicações e de radiodifusão”. Em novembro daquele ano, um dos primeiros frutos da Comissão foi concretizado: a realização, em Brasília, do “Seminário Internacional Comunicações Eletrônicas e Convergência de Mídias”, com representantes da Comissão Europeia, OCDE (Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico), Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura), de órgãos regulares de diferentes países como Portugal, Espanha, Reino Unido, Estados Unidos e Argentina, além de empresários de mídia, jornalistas, parlamentares acadêmicos, ONGs, movimentos sociais e entidades da sociedade civil.

Além de qualificar o debate público do tema com o conhecimento das experiências internacionais, um dos objetivos era fornecer subsídios para a elaboração do primeiro pré-projeto de um “marco regulatório da organização e exploração dos serviços de

telecomunicações e radiodifusão”, uma vez que estamos sob a égide do retrógrado Código Brasileiro de Telecomunicações, de 1962.

#### \*1ª CONFECOM

Outro ato importante no governo Lula foi a realização da primeira Conferência Nacional de Comunicação (CONFECOM), nos dias 14 e 17 de dezembro de 2009, em Brasília, a despeito da enorme resistência imposta pelos grandes grupos de mídia que, por intermédio das entidades que os representam, como a Abert (Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão), se retiraram da organização do evento, mais uma vez alegando que aquele seria um fórum para pensar em medidas de controle da comunicação, o que afetaria a liberdade de imprensa. Permaneceram apenas a Abra (Associação Brasileira de Radiodifusores) – uma dissidência da Abert, e a Telebrasil (Associação Brasileira de Telecomunicações).

A Conferência teve a participação do próprio presidente Lula e de mais de 1600 delegados, democraticamente escolhidos em conferências estaduais nas 27 unidades da federação, representantes de movimentos sociais, parte dos empresários do setor e do governo. Dela saíram mais de 600 propostas interessantes, que podem servir de referência para projetos de regulação do setor de radiodifusão. (LIMA, 2011).

#### \*III Programa Nacional de Direitos Humanos

Estabelecendo o fortalecimento dos Direitos Humanos como instrumento transversal das políticas públicas e de interação democrática, o III Plano Nacional de Direitos Humanos, aprovado pelo Decreto nº 7.037, de 21 de dezembro de 2009, e apresentado por Paulo Vannuchi, ministro da Secretaria de Direitos Humanos, foi uma das medidas mais positivas e corajosas anunciadas pelo governo Lula. Em suas mais de 100 páginas, previa reparações históricas e necessárias em diferentes áreas, dentre elas a criação da Comissão Nacional da Verdade, com o objetivo de apurar torturas e desaparecimentos durante a ditadura (1964-1985); a necessidade de se ouvir invasores de terras no cumprimento de decisões judiciais sobre conflitos agrários, como a reintegração de posse; o combate à violência institucional, com ênfase na erradicação da tortura e na redução da letalidade policial e carcerária; o apoio à aprovação do projeto de lei que descriminaliza o aborto; campanhas publicitárias de combate à tortura e de defesa dos Direitos Humanos nos meios de comunicação de massa; e mecanismos que façam esses meios respeitarem os Direitos Humanos.

Por fim, aborda-se o papel estratégico dos meios de comunicação de massa, no sentido de construir ou desconstruir ambiente nacional e cultura social de respeito

e proteção aos Direitos Humanos. Daí a importância primordial de introduzir mudanças que assegurem ampla democratização desses meios, bem como de atuar permanentemente junto a todos os profissionais e empresas do setor (seminários, debates, reportagens, pesquisas e conferências), buscando sensibilizar e conquistar seu compromisso ético com a afirmação histórica dos Direitos Humanos (PROGRAMA NACIONAL DE DIREITOS, 2009)<sup>137</sup>.

Na Diretriz 22, o plano previa a “garantia do direito à comunicação democrática e ao acesso à informação para consolidação de uma cultura em Direitos Humanos” e, como “Objetivo Estratégico I: Promover o respeito aos Direitos Humanos nos meios de comunicação e o cumprimento de seu papel na promoção da cultura em Direitos Humanos”. O texto ainda previa como ações programáticas propor a criação de um marco legal regulamentando o Art. 221 da Constituição, estabelecendo respeito aos Direitos Humanos nos serviços de radiodifusão (rádio e televisão), concedidos, permitidos ou autorizados, e elaborar critérios de acompanhamento editorial a fim de criar um ranking nacional de veículos de comunicação comprometidos com os princípios de Direitos Humanos, assim como os que cometem violações. Previa ainda a aplicação de multas e outras penalidades (como suspensão da programação) em casos de veiculação de conteúdos que desrespeitassem os Direitos Humanos. Recomendava também aos estados, Distrito Federal e municípios fomentar a criação e acessibilidade de Observatórios Sociais destinados a acompanhar a cobertura da mídia em Direitos Humanos.

Apesar de não ter força legal (as medidas do plano, para entrarem em vigor, precisariam ser aprovadas pelo Congresso Nacional), o texto (em especial as ações relacionadas aos meios de comunicação) foi satanizado pela grande mídia, pelas Forças Armadas, por setores de igrejas neopentecostais e por figuras políticas representantes de segmentos sociais conservadores, como o então presidenciável José Serra (PSDB), que concorria com Dilma, candidata petista. Paulo Vanucchi, que tem importante histórico na luta brasileira pelos Direitos Humanos, Dilma, à época ministra da Casa Civil, e Franklin Martins, ministro das Comunicações, foram perseguidos, com artigos e colunas que os colocavam como arquitetos de um plano comunista, para acabar com a liberdade de imprensa e a liberdade de expressão. No texto “Guerrilha e Redemocratização”<sup>138</sup>, publicado no jornal *Folha de S.Paulo*, na seção *Tendências e Debates*, em 22 de janeiro de 2010, o jurista Ives Gandra da Silva Martins afirmou:

<sup>137</sup> Trecho da Diretriz 22. Disponível em: < <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/2009/decreto-7037-21-dezembro-2009-598951-publicacaooriginal-121386-pe.html#:~:text=Dados%20da%20Norma-DECRETO%20N%C2%BA%207.037%2C%20DE%2021%20DE%20DEZEMBRO%20DE%202009,que%20he%20confere%20o%20art.> > Acesso em: 24 abril 2020.

<sup>138</sup> Disponível em: < <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/fz2201201008.htm> > Acesso em: 24 abril 2020.

O Programa Nacional de Direitos Humanos, organizado sob inspiração dos guerrilheiros pretéritos (...) é uma reprodução dos modelos constitucionais venezuelano, equatoriano e boliviano, todos inspirados num centro de políticas sociais espanhol para o qual o Executivo é o único Poder, sendo o Judiciário, o Legislativo e o Ministério Público Poderes vicários, acólitos, subordinados. No programa, pretende-se fortalecer o Executivo, subordinar o Judiciário a organizações tuteladas por “amigos do rei”, controlar a imprensa, pisotear valores religiosos, interferir no agronegócio, afastar o direito de propriedade, reduzir o papel do Legislativo e aumentar as consultas populares, no estilo dos referendos e plebiscitos venezuelanos, além de valorizar o homicídio do nascituro e a prostituição como conquistas de Direitos Humanos. Quem ler a Constituição venezuelana verificará a extrema semelhança entre os instrumentos de que dispõe Chávez para eliminar a oposição e aqueles que o PNDH-3 apresenta, objetivando alterar profundamente a lei brasileira.

As entidades representativas dos principais grupos de mídia do país condenaram publicamente o plano e os principais veículos de imprensa fizeram uso do *agenda-setting* para manipular a opinião pública, distorcendo os objetivos do PNDH-3. “A reação revelou a imensa capacidade de manipulação da linguagem e dos fatos que a grande mídia ainda detém, escamoteando interesses corporativos e/ou privados que são, na verdade, o oposto daquilo que simulam ser” (LIMA, 2011, p. 242).

Segue um trecho da nota divulgada em 8 de janeiro de 2010<sup>139</sup> pela Associação Nacional dos Jornais (ANJ), a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert) e a Associação Nacional dos Editores de Revistas (Aner):

As associações representativas dos meios de comunicação brasileiros manifestam sua perplexidade diante das ameaças à liberdade de expressão contidas no Decreto nº 7.037, de 21 de dezembro de 2009, que cria o Programa Nacional de Direitos Humanos. (...) A propósito de defender e valorizar os Direitos Humanos, que estão acima de qualquer questionamento, o decreto prevê a criação de uma comissão governamental que fará o acompanhamento da produção editorial das empresas de comunicação e estabelecerá um ranking dessas empresas, no que se refere ao tema dos Direitos Humanos. A defesa e valorização dos Direitos Humanos são parte essencial da democracia, nos termos da Constituição e de toda a legislação brasileira, e contam com nosso total compromisso e respaldo. Mas não é democrática e sim flagrantemente inconstitucional a ideia de instâncias e mecanismos de controle da informação. A liberdade de expressão é um direito de todos os cidadãos e não deve ser tutelada por comissões governamentais (...)

Em editorial publicado em 9 de janeiro de 2010<sup>140</sup>, o jornal *O Estado de S.Paulo* chama o PNDH-3 de “roteiro para a implantação de um regime autoritário, com redução do papel do Congresso, desqualificação do Poder Judiciário, anulação do direito de propriedade, controle

<sup>139</sup> Publicada na íntegra pela Folha de S.Paulo. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc0901201008.htm>> Acesso em 24 abril 2020.

<sup>140</sup> Disponível em: <<https://www.estadao.com.br/noticias/geral,roteiro-para-o-autoritarismo,493198>> Acesso em: 24 abril 2020.

governamental dos meios de comunicação e sujeição da pesquisa científica e tecnológica a critérios e limites ideológicos”.

Segundo os pesquisadores argentinos Martín Becerra e Sebastián Lacunza (2012, p. 266), autores do livro “Wikimedialeaks – La relación entre medios y gobiernos de América Latina bajo los cables de Wikileaks”, a preocupação dos donos da mídia chegou à embaixada dos EUA no Brasil. Lisa Kubiske, à época embaixadora americana por aqui, no documento de 27 de janeiro intitulado “Controvérsia sobre o novo programa de subsídios e Direitos Humanos, agora”, considera a preocupação dos empresários brasileiros do setor excessiva e chega até mesmo a reconhecer pontos destacados pelo plano, conforme trecho a seguir:

El PNDH-3 es una declaración política del gobierno y un plan de acción que, en sí mismos, no cambian nada... debido a que el plan es amplio, divisible y controvertido, y fue anunciado en lo último año del gobierno de Lula, mucho de su contenido puede no ser implementado (...) hay fisuras en la sociedad brasileña: entre militares y civiles con respecto a los abusos que ocurrieron durante el régimen militar, entre terratenientes y campesinos sin tierra, entre los que defienden la libertad de prensa y los que ven a los medios de comunicación a menudo como irresponsables en el ejercicio de la libertad, y entre la moral tradicional conservadora de Brasil y su apoyo de principio de la tolerancia y los derechos humanos. (KUBISKE, 2010 apud BECERRA; LACUNZA, 2012, p. 266).

Diante da pressão da mídia e de outras instituições, o governo acabou retrocedendo em alguns pontos vitais do plano, soltando outro Decreto em 13 de maio de 2010, o de número 7.177. Embora tenha mantido a letra “a” da Diretriz 22, que propunha “a criação do marco legal, nos termos do Art. 221 da Constituição, estabelecendo respeito aos Direitos Humanos nos serviços de radiodifusão (rádio e televisão), concedidos, permitidos ou autorizados”, suprimiu o artigo do PNDH que previa a aplicação de multas e outras penalidades, no caso de abusos na programação. Também foi extinta a proposta de elaboração de “critérios de acompanhamento editorial”.

Outras alterações:

- Retirou do texto o artigo que limitava a atuação da Justiça em casos de conflito de terra ao exigir a utilização da mediação como ato inicial em casos das demandas. De acordo com o PNDH anterior, a mediação teria participação do Ministério Público, poder público local e Polícia Militar. O instrumento seria “uma medida preliminar à avaliação da concessão de medidas liminares”;
- Modificou o projeto de lei da Comissão Nacional da Verdade. A proposta anterior, que previa a investigação apenas de militares que cometeram tortura e assassinatos, gerou protestos do

Ministério da Defesa e das Forças Armadas. O projeto final não especificou os autores dos crimes e, portanto, tanto agentes do Estado como guerrilheiros de esquerda deveriam ser investigados;

- Excluiu o trecho que previa a criação de mecanismos para proibir a utilização de símbolos religiosos em locais públicos;

- E no lugar de apoiar o projeto de descriminalização do aborto. A nova redação coloca que o plano visa “considerar o aborto como tema de saúde pública, com a garantia do acesso aos serviços de saúde”.

A reação da mídia em relação às medidas de direito à comunicação do PNDH foi totalmente descontrolada e desrespeitosa em relação à Constituição. Primeiramente, porque as medidas do texto só poderiam ser colocadas em prática depois de analisadas e aprovadas pelo Congresso Nacional. Em segundo lugar, o inciso II, do parágrafo 3º do Artigo 220 da Constituição prescreve uma lei federal, vale dizer, um marco regulatório, que “garanta à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no Artigo 221 que diz que a programação das emissoras precisam ter finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas, promover a cultura nacional e regional e respeitar os valores éticos da pessoa e da família”, o que muitas vezes os meios de comunicação eletrônicos, que são concessões públicas, não fazem. Além disso, a CF também prevê a não renovação ou cancelamento das outorgas para serviços de radiodifusão em casos excepcionais.

É de se perguntar, portanto, quem ameaça quem? É o III PNDH que ameaça a liberdade de expressão e os grupos dominantes da mídia ou são eles que consideram alguns dispositivos da Constituição e o direito à comunicação uma ameaça a seus interesses e atacam, como vem acontecendo nos últimos anos, qualquer tentativa de regulamentação? (LIMA, 2011, p. 248)

Ainda cabe ser destacada do período do governo Lula a regionalização das verbas de publicidade oficial. De fato, uma importante reorientação na alocação dos recursos publicitários oficiais teve início em 2003; sem variação significativa no total da verba aplicada, o número de municípios cobertos pulou de 182, em 2003, para 2.184, em 2009, e o número de meios de comunicação programados subiu de 499 para 7.047, no mesmo período (LIMA, 2011, p.45).

#### 3.4.1.2 – Governo Dilma



O governo Dilma começou com grandes expectativas em relação à democratização da comunicação. Em 20 de dezembro de 2010, o jornal *O Estado de S. Paulo* noticiou<sup>141</sup>, em tom de preocupação, que na última reunião do ano com a Executiva Nacional do Partido dos Trabalhadores o presidente Lula pediu que o PT se dedicasse prioritariamente no primeiro ano do governo Dilma ao marco regulatório dos meios de comunicação. “Quero ver quem vai afinar, hein?”, teria dito Lula aos participantes do encontro, segunda a reportagem do jornal. Além disso, Paulo Bernardo, quadro histórico do PT e que já havia se pronunciado em diversas oportunidades a favor da regulação da mídia, iria sair do ministério do Planejamento para assumir o Ministério das Comunicações (antes a pasta havia sido ocupada por quadros de outros partidos, nem sempre favoráveis a essa pauta). Em 28 de outubro de 2014, já reeleita para seu segundo mandato, Dilma afirmou, durante entrevista concedida a diferentes órgãos de imprensa, a sua disposição em enviar ao Congresso Nacional um projeto de regulação da mídia e destacou que isso aconteceria no campo econômico, e não no conteúdo, frustrando os que lutam pela democratização da comunicação e sabem da importância de controlar o conteúdo dos meios, muitas vezes destoante dos Direitos Humanos e das demandas multiculturais da sociedade brasileira. “Eu não vou regulamentar a mídia no sentido de interferir na liberdade de expressão. Eu vivi sob a ditadura e, por viver sob a ditadura, eu sei o imenso valor da liberdade de imprensa”, disse Dilma para os jornalistas. O projeto de marco regulatório acabou não acontecendo, nem mesmo no campo econômico.

Em 27 de julho de 2012, o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) já havia denunciado, em uma nota assinada pela CUT (Central Única dos Trabalhadores), Abraço (Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária), Aneate (Associação Nacional das Entidades de Artistas e Técnicos em Espetáculos de Diversão), a Arpub (Associação das Rádios Públicas do Brasil), o Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé, o CFP (Conselho Federal de Psicologia), a Fíttert (Federação Interestadual dos Trabalhadores em Empresas de Radiodifusão e Televisão), a Fittel (Federação Interestadual dos Trabalhadores em Telecomunicações) e o Intervozes, a falta de uma consulta pública sobre um novo marco regulatório para o setor (como previam as resoluções da I Conferência Nacional

---

<sup>141</sup> Na reportagem “Lula cobra PT votação para regular a mídia”, disponível em:< <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,lula-cobra-de-pt-votacao-para-regular-midia,656403>> Acesso em: 25 abril 2020.

de Comunicação - Confecom) e as afirmações de representantes do governo de que a regulação a ser debatida se limitaria ao campo econômico. Dizia a nota<sup>142</sup>:

(...) A perspectiva limitada em relação ao novo marco regulatório também preocupa. A proposta de uma nova lei geral para o setor deveria visar, sobretudo, à garantia de direitos dos cidadãos e cidadãs, especialmente com a ampliação da liberdade de expressão e do direito à comunicação, com o objetivo de ampliar o pluralismo e a diversidade. Não há como fazer isso sem tocar nas questões de conteúdo, justamente para impedir qualquer tipo de censura pública ou privada. Essa é a opção de democracias consolidadas como Reino Unido, França e Portugal, cujos modelos de regulação democrática passam por questões de conteúdo e poderiam servir de referência para o Brasil. (...) (FNDC, 2012)

A nota ainda criticava o distanciamento do ministério das Comunicações das entidades da sociedade civil voltadas a debater a democratização da mídia e, em contrapartida, “uma espantosa proximidade do Ministério com o empresariado do setor e a prevalência de uma perspectiva apenas administrativista, sem disposição de enfrentar as mudanças estruturais necessárias para ampliar o direito à liberdade de expressão e tornar o setor mais plural e diverso”.

O texto denunciava o fato de as políticas de comunicação estarem sendo adotadas de forma fragmentada, por meio de decretos e portarias, na maioria das vezes construídos sem transparência ou qualquer mecanismo de diálogo ou participação social, como consultas públicas.

(...) Propostas são discutidas com os empresários, mas a sociedade civil em geral e o movimento pela democratização da comunicação só têm acesso aos textos pelas versões vazadas pelo noticiário especializado (como no caso da proposta de mudança do regulamento do serviço de radiodifusão) ou quando eles já estão publicados no diário oficial (como nos decretos e portarias que organizaram as licitações de outorgas). (FÓRUM NACIONAL, 2017).

Apesar disso, cabem ser destacados alguns avanços na área de políticas públicas de comunicação ocorridos na gestão Dilma.

\*Maior celeridade nos processos de radiodifusão comunitária

Até 2011, diversos processos na área de radiodifusão comunitária demoravam anos (e até mais de uma década) para terem uma conclusão. Como destaca o jornalista Octavio Penna Pieranti (2017)<sup>143</sup>, que fez parte do Ministério das Comunicações no governo Dilma, a demora na análise desses processos afetava diretamente o setor e a possibilidade de expansão da

<sup>142</sup> Republicada no site da CUT (Central Única dos Trabalhadores), disponível em:< <https://sp.cut.org.br/noticias/fndc-publica-balanco-das-politicas-de-comunicacao-no-governo-dilma-58e3>> Acesso em: 25 abril 2020.

<sup>143</sup> No livro Políticas Públicas de Radiodifusão no Governo Dilma (2017)

radiodifusão. “Se a situação não melhorasse, aumentariam as reclamações e sobraria pouco (ou nenhum) tempo para tratar de políticas públicas” (PIERANTI, 2017, p-41).

Foram feitas revisões nos fluxos dos processos relacionados à radiodifusão comunitária.

A partir da conclusão da análise e das assinaturas de praxe e, se constatada alguma pendência, o processo deveria ser devolvido ao analista dali a sessenta dias. Esse era prazo suficiente para envio do ofício (até 2014, em meio físico), preparação da resposta (normalmente era concedido um prazo de 30 dias) e envio da documentação de volta pela entidade. Ao fim de 60 dias, existindo a comprovação de que o ofício fora entregue, haveria uma resposta a ser analisada ou o processo seria indeferido por ausência de manifestação. Também seria importante unificar as áreas de expedição da secretaria, o levantamento de dados e a prestação de informações, o que ocorreu, em etapas, até 2013. A tramitação de um processo, por exemplo, de uma concorrente em um aviso de habilitação para a área errada implicava no reinício da análise da concorrência, o que poderia significar a anulação de diversos atos já produzidos, até que todos os processos de todos os participantes fossem considerados em conjunto. Além disso, a descentralização no levantamento e na prestação de informações permitia que cada área reunisse números de formas distintas, segundo bases e sistemas que nem sempre conversavam entre si, e entendimentos diferentes (PIERANTI, 2017, p.41-42).

Segundo Pieranti, esse conjunto de tarefas passou a ser desempenhado de forma mais eficiente, quando o ministério começou a migrar para o modelo de processo eletrônico, escolhendo a plataforma do Sistema Eletrônico de Informações – SEI, concebido pelo Tribunal Regional Federal da 4ª Região (TRF4), que é de fácil compreensão e operação pelo usuário, o que levou à digitalização de todos os processos em curso no ministério, eliminando-se a sua tramitação em meio físico. “Essa medida passou a permitir a geração de informações mais precisas sobre o total de processos em curso por tipo e serviço, dentre outras características, além da possibilidade de concluir formalmente processos que, na prática, já tinham perdido o objeto” (PIERANTI, 2017, p.44).

Outro obstáculo referia-se à previsão de entrega de um grande número de documentos pelas entidades que desejassem ter a sua outorga para serviços de radiodifusão regularizada. Em 2015, um Grupo de Trabalho de Desburocratização e Simplificação dos Processos de Outorga e Pós-Outorga de Serviços de Radiodifusão (GTDS) foi criado para cuidar dessa questão.

Outras alterações visando à celeridade processual foram feitas por decreto ou lei, com o apoio do ministério.

Um bom exemplo envolvia o nome fantasia das emissoras. Até 2013, as emissoras precisavam obter do Ministério das Comunicações autorização para o seu nome fantasia. Esse era um processo sem qualquer tipo de análise de mérito por parte do ministério. Se, por acaso, a entidade viesse a utilizar um nome sobre o qual incidissem restrições referentes à propriedade intelectual, poderia sofrer sanções, mas o ministério não tinha competência para aplicá-las. Mesmo assim, a entidade

deveria aguardar a anuência do ministério para começar a usar o novo nome. O decreto nº 8.061, de 29 de julho de 2013, publicado no dia 30, alterou o decreto nº 52.795, de 31 de outubro de 1963, e atribuiu ao regulamento a definição do rito de comunicação ao ministério dessa alteração, que passou a ser feita posteriormente ao início do uso do novo nome fantasia. (PIERANTI, 2011, p.44-45).

#### \*Cadastro geral dos concessionários de radiodifusão

No primeiro semestre de 2011, o ministério voltou a publicar a lista de sócios e dirigentes de emissoras de radiodifusão (como destacamos antes, essa transparência havia ocorrida no primeiro mandato do presidente Lula). O ministério também começou a divulgar resultados consolidados de números de emissoras por serviço e por estado; avisos de habilitação; listas de concorrentes nos avisos de habilitação dos diferentes serviços; planilhas consolidadas com as sanções aplicadas, dentre outras informações. Várias dessas informações começaram a ser disponibilizadas antes da publicação da Lei de Acesso à Informação (nº 12.527), em 18 de novembro de 2011. (PIERANTI, 2017).

#### \*Fiscalização das emissoras

A fiscalização de todas as emissoras de radiodifusão do país foi estabelecida como uma das metas do Plano Plurianual 2012-2015 do governo federal. À época, isso significou, segundo Pieranti (2017, p.47-48) fiscalizar, por rotina, denúncia ou demanda judicial, cerca de 10 mil estações. Foi revista a interação entre o ministério e a Anatel no tocante ao planejamento das fiscalizações. A Portaria nº 1.613, de 9 de agosto de 2012, criou os Sorteios para o Acompanhamento da Radiodifusão (SAR).

Periodicamente eram 48 sorteados municípios das diferentes regiões, nos quais eram fiscalizadas todas as emissoras quanto aos aspectos jurídicos e à programação transmitida. A lista dos municípios e das emissoras fiscalizadas por meio do SAR eram disponibilizadas na Internet, depois da confirmação de que os ofícios sobre a fiscalização já tinham sido recebidos pelas entidades. Além disso, em paralelo, essa mesma fiscalização remota foi realizada nas estações em operação nas capitais. Em 2012, o ministério publicou 753 sanções e, no ano seguinte, 1280 em relação aos mais diferentes serviços de radiodifusão (PIERANTI, 2017, p. 48).

#### \*Marco Civil da Internet

Aprovado em 25 de março de 2014, pela Lei nº 12.965, o Marco Civil da Internet, regulação para o uso da Internet no Brasil, prevê princípios, garantias, direitos e deveres para quem usa a rede, bem como a determinação de diretrizes para a atuação do Estado. A ideia do projeto nasceu em 2007 como fruto da forte mobilização de entidades e movimentos que lutam pela democratização da mídia, que denunciaram os efeitos negativos do projeto de lei de cibercrimes, conhecido como “Lei Azeredo” (em alusão ao seu autor, Eduardo Azeredo), o “AI-

5 digital”, como ficou conhecido. O projeto de Marco Civil foi acatado pelo governo federal em função da pressão dessas organizações sociais e foi desenvolvido colaborativamente em um debate amplo entre diferentes entidades e segmentos sociais. “Uma das melhores legislações do mundo para a Internet. É assim que especialistas e verdadeiras ‘entidades’ da área, como Tim Berners-Lee, criador da World Wide Web (o famoso www), e Richard Stallman, pai do movimento Software Livre, classificam o Marco Civil da Internet”, destaca o jornalista Felipe Bianchi, do Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé, no artigo “Marco Civil da Internet: direitos e deveres em disputa” (2015, p. 151).

Bianchi reforça (Ibid., p. 152) o caráter democrata da proposta, que contou, na sua elaboração, com a participação direta da sociedade: “foram mais de duas mil contribuições através de canais *online*, audiências públicas, seminários, algo inédito até então – e que só foi possível devido ao potencial democratizante da rede”.

O texto garante, dentre outros pontos, a neutralidade da rede (todas as informações que trafegam na rede devem ser tratadas da mesma forma, navegando à mesma velocidade, garantindo o livre acesso a qualquer tipo de conteúdo na rede, sem ferir a autonomia do usuário e não discriminar determinadas aplicações por consumo de banda larga), a privacidade e função social que a rede precisará cumprir, alinhada com a liberdade de expressão e os Direitos Humanos. Prevê também obrigações de responsabilidade civil aos usuários e provedores.

Mesmo sendo um projeto tão bem construído e elogiado por um dos “pais da Internet”, o Marco Civil, sem dúvida um dos pontos positivos ocorridos no governo Dilma, vem sendo constantemente ameaçado por grupos que defendem o controle da internet, sob alegações hipócritas, por exemplo, o combate às fake news. O centro dessa disputa assenta-se no princípio da neutralidade da rede que, segundo Renata Mielli (2016, p. 153), do Fórum Nacional de Democratização da Comunicação (uma das entidades que participaram com veemência das discussões sobre o Marco desde a fase de elaboração do projeto), “prevê que os proprietários da infraestrutura da Internet não podem interferir nos conteúdos e aplicações que por ela transitam, assegurando igualdade de condições para todos os tipos de websites e tecnologias relacionadas à rede mundial dos computadores”. Mais uma vez observa-se que aqueles que detêm o poder, nesse caso econômico, tentam minar tentativas que possam incluir outros atores em cena, atores esses que, em tempos de impulsão de iniciativas contra-hegemônicas digitais, podem ameaçar sua hegemonia.

Veridiana Alimonti, do coletivo Intervozes, explica os perigos do controle da rede:

A internet corre o risco de ser um serviço similar ao da televisão por assinatura. (...) O consumidor contrataria pacotes que discriminam tráfego na rede, limitando a navegação. Por exemplo, um pacote mais acessível permitiria apenas o acesso ao serviço de e-mail; outro, mais caro, permitiria a navegação, também por redes sociais, e, um terceiro plano, ainda mais caro, permitiria que o internauta assista a vídeos online. E assim sucessivamente.

Na prática, essa irregularidade vem acontecendo, mesmo com o Marco Civil aprovado, o que mostra a necessidade de mobilização constante em torno do respeito à legislação, com a cobrança de fiscalização por parte do governo, e de atenção redobrada para projetos que de tempos em tempos surgem ameaçando o princípio da neutralidade. Hoje boa parte das iniciativas de comunicação contra-hegemônicas situa-se na Internet. Se a liberdade de expressão e criação nessa rede mundial for cerceada, os riscos para a democracia serão ainda maiores.

#### \*Programa “Brasil Inteligente”

Em 11 de maio de 2016, poucas horas antes de o Senado Federal começar a aprovar a admissibilidade de seu processo de *impeachment*, Dilma assinou o Decreto nº 8.766 lançando o programa “Brasil Inteligente”, com a finalidade de buscar a universalização do acesso à Internet no país. O programa contava com os seguintes objetivos:

expandir as redes de transporte em fibra óptica; aumentar a abrangência das redes de acesso baseadas em fibra óptica nas áreas urbanas; ampliar a cobertura de vilas e de aglomerados rurais com banda larga móvel; atender órgãos públicos, com prioridade para os serviços de educação e de saúde, com acesso à Internet de alta velocidade; ampliar a interligação com redes internacionais de telecomunicações; promover a implantação de cidades inteligentes; promover a pesquisa, o desenvolvimento e a inovação em tecnologias móveis de quinta geração; fomentar o desenvolvimento e a adoção de soluções nacionais de Internet das coisas e sistemas de comunicação máquina a máquina; promover a capacitação e a qualificação profissional em tecnologias da informação e comunicação; e disponibilizar capacidade satelital em banda larga para fins civis e militares e expandir redes de transporte em fibra óptica na Amazônia por meio de cabos subfluviais. A ideia, conforme divulgado à época pela imprensa, era criar um Fundo Garantidor que permitisse aos pequenos provedores de Internet acessar financiamento e fazerem a ampliação da infraestrutura de fibra óptica no país; possibilitar a conexão de escolas pela Telebras; e investimentos no programa Cidade Inteligente (INTERVOZES, 2018, online<sup>144</sup>).

Dilma foi deposta sem ver o programa ser implementado. Ele foi ignorado pelo governo Temer, assim como outras ações importantes da época dos governos petistas. A seguir apontaremos alguns dos retrocessos ocorridos no pós-golpe.

<sup>144</sup> Os dados estão presentes no estudo “Marco Civil da Internet - Violações ao direito de acesso universal previsto na lei”. Disponível em: < [interliv012mci2018.pdf](http://interliv012mci2018.pdf) ([intervozes.org.br](http://intervozes.org.br)) > Acesso em: 15 mar. 2020.

### 3.4.2 – Pós-golpe

A falta de um posicionamento firme dos governos petistas com relação à regulação da mídia fez com que os grandes meios de comunicação do país permanecessem cometendo abusos na programação no que diz respeito aos Direitos Humanos e se posicionando parcialmente a favor de grupos políticos conservadores, sintonizados com suas agendas, embora propalem em seu marketing que são apartidários e independentes. Mais que isso, ao lado do Legislativo e do Judiciário, esses meios foram essenciais no forjamento de um golpe que interrompeu o mandato da presidente Dilma Rousseff, colocando em seu lugar o vice Michel Temer, que conspirou com as forças de oposição ao PT, como o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), principal adversário do Partido dos Trabalhadores nas disputas eleitorais presidenciais.

Conforme destaca o artigo “Na sintonia do golpe: o papel da mídia na crise política”, de Helena Martins, com a colaboração de Iara Moura, Mônica Mourão e Elizângela Araújo Sé<sup>145</sup>, até então, só em 1964 alguns veículos de imprensa, como a *Globo*, tinham saudado um golpe. Em 2016 isso voltou a acontecer. O jornal *O Estado de S. Paulo* usou o principal espaço de opinião do jornal para inflamar as milhares de pessoas que saíram às ruas, naquele dia de domingo, para protestar contra a presidenta Dilma Rousseff, no texto “Chegou a hora de dizer: basta!”<sup>146</sup>, publicado em 13 de março de 2016:

(...) a oportunidade de expressar concretamente essa demanda e, assim, impulsionar a máquina institucional responsável por destituí-la, conforme prevê a Constituição, será oferecida hoje, nas manifestações populares programadas Brasil afora. Chegou a hora de os brasileiros de bem, exaustos diante de uma presidente que não honra o cargo que ocupa e que hoje é o principal entrave para a recuperação nacional, dizerem em uma só voz, em alto e bom som: basta! Que as famílias indignadas com a crise moral representada por esse desgoverno não se deixem intimidar pelo rosnar da matilha de petistas e agregados, cujo único interesse na manutenção de Dilma na Presidência é preservar a boquinha à qual se habituaram desde que o PT chegou ao poder.

Na verdade, desde que Dilma assumiu a presidência a mídia hegemônica estava focada em derrubá-la. Vendo que o principal partido de oposição, o PSDB, não conseguia tirar o PT do poder nas urnas, os grandes meios de comunicação, tal como partidos políticos, fizeram a vez da oposição. Essa situação ficou explícita na fala da então presidente da Associação Nacional de Jornais (ANJ), Judith Brito, em março de 2010, durante um evento realizado em São Paulo. Judith, que ocupava na época o cargo diretora-superintendente da Empresa *Folha*

<sup>145</sup> Publicado no portal do Intervezes. Disponível em: < <http://www.intervezes.org.br/cgi-sys/suspendedpage.cgi?p=29739> > Acesso em: 26 abril 2020.

<sup>146</sup> Disponível em: < <https://opinio.estado.com.br/noticias/geral.chegou-a-hora-de-dizer-basta.10000020896> > Acesso em: 26 abril 2020.

da Manhã S.A, fez a seguinte afirmação (destacada por Altamiro Borges, no Capítulo anterior): "Na situação atual, em que os partidos de oposição estão muito fracos, cabe a nós, dos jornais, exercer o papel dos partidos. Por isso estamos fazendo [isso]". Paulo Vannuchi, na época ministro dos Direitos Humanos, chegou a denunciar essa postura da imprensa<sup>147</sup>.

Ao apontar as mazelas do PT, referentes à corrupção, deixando de fazer o mesmo e com igual intensidade com os demais partidos, a mídia “agendou” a população a ver na legenda o principal inimigo do país. A cobertura da Operação Lava Jato, propalada como maior feito da imprensa brasileira, explicitou esse objetivo, com o vazamento seletivo de áudios e informações sigilosas, obtidas de maneira obscura por veículos poderosos como a *Rede Globo*. A presidente Dilma acabou sofrendo um processo de *impeachment* por crime de responsabilidade (pela Lei de Responsabilidade Fiscal), calcado no argumento de que teria realizado "pedaladas fiscais" (manobras contábeis que envolveriam o uso de recursos de bancos federais para maquiagem o orçamento federal<sup>148</sup>). A ironia é que governos anteriores, como o do presidente Fernando Henrique Cardoso, assim como governos estaduais e municipais, também pedalarão e sem punição. Inacreditavelmente, dois dias depois da votação do *impeachment*, o Senado Federal, responsável pelo julgamento da petista, sancionou uma lei<sup>149</sup> que flexibilizou as regras para a abertura de créditos suplementares sem a necessidade de autorização do Congresso Nacional, ou seja, passou a permitir as “pedaladas fiscais”.

A cena da votação do *impeachment*, com muitos parlamentares suspeitos de corrupção proferindo palavras de ordem contra Dilma, evocando a ética, a família e Deus em prol da “salvação do país”, é uma das situações mais bizarras daquele processo. Tudo foi amplamente divulgado, com cobertura em tempo real.

Todas essas contradições deixaram de ser discutidas pelos grandes grupos de comunicação que, a serviço da Ação Direta do Capital, transformaram a cobertura de um golpe contra uma presidente honesta em um espetáculo.

Eram governos [Lula e Dilma] que não estavam na agenda política econômica desses grupos hegemônicos. Então a mídia o tempo inteiro não deu paz a eles. Não teve momentos de tréguas com o governo Lula ou com o governo Dilma, por mais que eles não tenham confrontado de fato essa mídia. Essa mídia privada e hegemônica foi hostil. A mesma mídia hegemônica privada, que eu brinco que é

<sup>147</sup> O protesto dele aparece no texto Vannuchi afirma que imprensa age como "partido de oposição". Publicado na Folha de S.Paulo em 31 de março de 2010. Disponível em: < <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc3103201015.htm> > Acesso em: 15 abril 2020.

<sup>148</sup> Trata-se de utilizar recursos destinados a uma rubrica orçamentária para saldar despesas mais urgentes de outra rubrica.

<sup>149</sup> Lei 13.332, publicada no Diário Oficial da União em 2 de setembro de 2016, tem origem no Projeto do Congresso Nacional (PLN) 3/16, aprovado no Congresso em 23 de agosto. O texto autoriza o governo a reforçar, por decreto, até 20% do valor de uma despesa (subtítulo, no jargão orçamentário) prevista no orçamento de 2016, mediante o cancelamento de 20% do valor de outra despesa.



privada em todos os sentidos da palavra, era super dócil com o governo do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, por exemplo. (BORGES, 2017)<sup>150</sup>.

No pós-Golpe, a mídia hegemônica aplaudiu os ataques neoliberais feitos pelo governo do presidente Michel Temer contra os direitos essenciais dos trabalhadores e o Estado de bem-estar social, como a reforma trabalhista, aprovada em 11 de julho de 2017. É curioso também como os escândalos relacionados a Temer (que teria participado de uma organização criminosa que praticou crimes envolvendo variados órgãos públicos e empresas estatais, ocasionando a perda aos cofres públicos de mais de R\$ 1,8 bilhão) só foram amplificados pelos grandes veículos de imprensa, após várias medidas neoliberais de agrado dos donos da mídia terem sido implementadas.

Em artigo publicado em 1º de janeiro de 2019<sup>151</sup>, no portal *Congresso em Foco*, o jornalista Paulo Victor Melo, integrante do Intervozes e doutorando em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA), lembra que, assim que assumiu o governo como presidente interino, Temer implementou uma série de benesses aos seus aliados no campo da comunicação.

Em 2016, como primeiro ato para beneficiar os aliados, Michel Temer abriu as torneiras para gastos com propaganda. À época, em comparação com o mesmo período do ano anterior, a *Revista Época* teve um aumento de 1088%; a *IstoÉ*, que concedeu a Temer o prêmio de “Homem do Ano”, viu ampliar em 850% os recursos federais. Do mesmo modo, Globo, Band, Veja e *Folha de S. Paulo* receberam, na gestão Temer, mais verbas de publicidade do Governo Federal. (...) Houve benefícios diretos ao setor da radiodifusão comercial, com aumento de verbas publicitárias e anistia para irregularidades e uma investida feroz contra a comunicação pública e as mídias alternativas. No campo das telecomunicações, o lobby empresarial, que busca a desregulação do setor, encontrou eco no governo golpista. As políticas de promoção do acesso à internet, já fragilizadas, foram descontinuadas, e se multiplicam aos montes projetos de lei que tentam revogar conquistas importantes no campo dos direitos digitais, com ameaças ao Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014). (MELO, 2019, online)

Ainda contam como retrocessos do período Temer: o desmonte da Empresa Brasileira de Comunicação (EBC), com a extinção do seu Conselho Curador e o mandato para presidente da empresa, e a pressão governamental sobre a linha editorial dos veículos da EBC, o que gerou um tom demasiadamente oficialista nas coberturas, com censura de conteúdos críticos ao governo; a intervenção governamental no Comitê Gestor da Internet (em agosto de 2017

<sup>150</sup> Em entrevista presencial concedida a esta pesquisa em 17 de julho de 2017.

<sup>151</sup> Intitulado “A falência das políticas de comunicação e internet no governo Temer e os impactos no direito à comunicação”, disponível em: < <https://congressoemfoco.uol.com.br/opiniao/colunas/a-falencia-das-politicas-de-comunicacao-e-internet-no-governo-temer-e-os-impactos-no-direito-a-comunicacao/>> Acesso em: 26 abril 2020.

representantes de entidades que lutam pela democratização da comunicação e acadêmicos foram surpreendidos com uma consulta pública, convocada pelo governo, para mudar a composição e as atribuições do Comitê Gestor da Internet no Brasil – após forte mobilização dessas entidades o governo foi obrigada a recuar); piora nas regras para exploração dos serviços de radiodifusão (uma medida provisória publicada em março de 2017 implementou medidas flagrantemente positivas ao empresariado do setor, como a anistia aos prazos perdidos para renovação das outorgas e liberação de aprovação prévia do Executivo para a alteração no quadro societário das concessionárias); aceleração de outorgas de radiodifusão apresentadas por parlamentares da base governista em busca de apoio, ou seja, outorgas sendo usadas como moeda política; e, para finalizar, ocupação das vagas de titularidade e suplência destinadas à sociedade civil no Conselho de Comunicação Social (CCS), um órgão extremamente estratégico, por quatro empresários das comunicações: Fábio Andrade, diretor da America Móvel, indicado pelo próprio presidente do Senado, Eunício Oliveira; Ranieri Bertolli, presidente da Associação Catarinense de Emissoras de Rádio e Televisão; Luiz Carlos Gryzinski, diretor da Associação Brasileira de TV por Assinatura UHF (ABTVU); e Patrícia Blanco, representante do instituto empresarial Palavra Aberta, indicada pelo Conar, o Conselho de Autorregulamentação Publicitária, formado apenas por agências privadas.

Um dos poucos pontos positivos ocorridos durante o governo Temer, não por mérito dele e sim por pressão das entidades da sociedade civil, foi a aprovação pelo Senado em 10 de julho de 2018 do projeto que aumentou a potência das rádios comunitárias de 25 para 150 watts e o número de canais disponíveis em cada localidade, de um para dois. O projeto, como era de se esperar, enfrentou críticas ferrenhas da Abert (Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão), que alegou que a alteração criaria uma concorrência desleal com as emissoras comerciais.

Nas eleições presidenciais de 2018, mesmo diante de Jair Bolsonaro, um candidato sem qualquer experiência em cargos administrativos, envolvido em diversas polêmicas, alvo de diferentes processos, exaltador da tortura e que cometia atos racistas, misóginos e homofóbicos, os grandes grupos midiáticos brasileiros continuaram a apontar o PT como principal ameaça ao país e preferiram lavar as mãos no segundo turno do pleito, quando os eleitores tinham que decidir entre o candidato do PSL e Fernando Haddad, do Partido dos Trabalhadores, que já havia sido ministro da Educação e tinha uma conduta ilibada e de defesa democrática. Em um

editorial publicado em 8 de outubro de 2018<sup>152</sup>, o jornal *O Estado de S.Paulo* disse que o eleitor estava diante de “uma escolha muito difícil” (título do editorial).

Em 28 de outubro, Jair Bolsonaro foi eleito o 38º presidente da República do Brasil. Na obra “The Far Right Today” (“A Ultradireita Hoje”, sem edição no Brasil), lançada no fim de 2019, o cientista político holandês Cas Mudde, que estuda há quase três décadas a ultradireita, aponta Bolsonaro como o líder mais isolado do populismo de direita hoje no mundo. Em entrevista à repórter Camilla Veras Mota<sup>153</sup>, da *BBC News Brasil*, em 3 de maio de 2020, Mudde destaca que os políticos desse matiz negam a realidade e tentam difundir teorias conspiratórias. Os efeitos desse comportamento estão sendo vistos em áreas vitais, como a saúde, em prejuízo à sociedade brasileira. Basta lembrar da postura negacionista de Bolsonaro com relação à pandemia do novo coronavírus, que atingiu o Brasil em março de 2020 e causou a morte de mais de 200 mil pessoas.

A autocrítica da mídia para a falta de posicionamento nas eleições diante de um político que desde antes do período eleitoral se posicionava a favor da ditadura e, portanto, contra a democracia e os Direitos Humanos, dois pontos que o Código de Ética Profissional dos Jornalistas Brasileiros<sup>154</sup> assevera que devem ser defendidos por todo jornalista, até hoje não aconteceu. Ela foi cobrada pela jornalista, escritora e documentarista Eliane Brum, em sua fala durante o “Seminário Ameaças à liberdade de expressão em contextos de desinformação”, ocorrido em 3 de maio de 2019 em Montevideu, no Uruguai, conforme destaca a cobertura feita pela jornalista Paula Guimarães, do *Diálogos do Sul*<sup>155</sup>. O encontro, realizado na Universidade da República no Dia Mundial da Liberdade de Imprensa reuniu cerca de 100 jornalistas latino-americanas de aproximadamente dez países.

(...) Não é que a imprensa brasileira fazia um ótimo jornalismo e agora está sendo atacada pelo governo de extrema direita e milícias bolsonaristas na internet. A imprensa vinha de um momento que para parte da população, à direita e à esquerda, ela tinha perdido credibilidade (...) Setores da imprensa brasileira terão que dar muitas explicações à História sobre o seu papel no atual cenário do Brasil. Não é apenas o PT que precisa fazer autocrítica, a imprensa brasileira também precisa fazer autocrítica. (BRUM, 2019 apud GUIMARÃES, 2019, online)

<sup>152</sup> Disponível em: < <https://opinio.estado.com.br/noticias/geral.uma-escolha-muito-dificil.70002538118>> Acesso em: 27 abril 2020.

<sup>153</sup> Disponível em: < <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-52465613>> Acesso em: 26 abril 2020.

<sup>154</sup> No Art.6º, que dispõe sobre O dever do jornalista. O Código está disponível em: < <https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros.pdf>> Acesso em: 27 abril 2020.

<sup>155</sup> Trechos do discurso de Eliane estão disponíveis em: < <https://dialogosdosul.operamundi.uol.com.br/brasil/58490/a-imprensa-brasileira-tambem-precisa-fazer-sua-autocritica-afirma-eliane-brum>> Acesso em: 26 abril 2020.

Eliane afirmou que a mídia foi também responsável por parcela das *fake news* que marcaram a eleição de Bolsonaro, salientando que “parte da imprensa brasileira tinha produzido *fake news* antes das *fake news* serem usadas nas milícias de extrema-direita e isso enfraqueceu tremendamente a imprensa num momento crítico”.

A jornalista ainda destacou que

(...) Em 2013 a imprensa tradicional criminalizou os manifestantes taxando-os de vândalos. Na cobertura da operação lava jato a maior parte dos grandes veículos publicou reportagens não a partir de suas investigações, mas a partir de vazamentos de uma das partes interessadas. A TV Globo reproduziu áudios privados e ilegais no Jornal Nacional da então presidente do país Dilma Rousseff, vazados pelo juiz Sérgio Moro hoje ministro da Justiça (BRUM, 2019 apud GUIMARÃES, 2019, online).

Hoje a mídia hegemônica sente o gosto amargo de seu próprio veneno. O relatório sobre liberdade de imprensa no Brasil da Repórteres Sem Fronteiras<sup>156</sup>, divulgado em 13 de julho de 2020, mostra que só nos primeiros seis meses de 2020 a imprensa foi atacada ao menos 53 vezes pelo governo Bolsonaro. O jornalismo e os jornalistas foram declarados inimigos primeiros do presidente. Vemos veículos como a *Rede Globo* sendo obrigados a assumir uma posição bastante esdrúxula: por um lado, posicionam-se em campos de contra-hegemonia, para criticar Bolsonaro, por exemplo no que diz respeito à liberdade de imprensa. A rede dos Marinho passou inclusive a se posicionar de forma veemente a favor dos Direitos Humanos, encampando pautas claramente originárias do campo progressista, como a luta contra o racismo; por outro lado, no que se refere às políticas econômicas, apoia as medidas neoliberais do ministro da Economia, Paulo Guedes, que inclusive costuma ser poupado de ataques, enquanto a figura de Bolsonaro é diariamente criticada. A emissora chegou ao ponto de criar um quadro no programa *Fantástico* (uma das principais atrações da rede, exibida nas noites dos domingos) para fazer críticas ao presidente. Intitulado *Isso a Globo não mostra* (numa referência à frase dita por muitos aliados do presidente), o quadro fazia uma síntese das principais falhas e atitudes polêmicas de Bolsonaro vistas ao longo da semana, tudo mostrado com humor e ironia, combinando trechos da fala do presidente com comentários satíricos feitos em novelas e outras atrações da emissora. O quadro só deixou de ser exibido com a chegada da pandemia do novo coronavírus e a necessidade de focar a cobertura totalmente no assunto.

Com relação à regulação da comunicação, vale a máxima dita pelo jornalista e humorista Aparício Fernando de Brinkerhoff Torelly, conhecido como “Barão de Itararé”: “De

---

<sup>156</sup> Divulgado pelo portal G1, disponível em: < <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/07/14/bolsonaro-atacou-a-imprensa-ao-menos-53-vezes-no-primeiro-semester-diz-ong.ghtml> > Acesso em: 26 abril 2020.

onde menos se espera, daí é que não sai nada”. Em sua conta no *Twitter*, em 5 de maio de 2019, o presidente Jair Bolsonaro foi taxativo: “Em meu Governo a chama da democracia será, mantida sem qualquer regulamentação da mídia”. Foi um dos poucos posicionamentos do presidente sobre o assunto.

O pesquisador Venício Arthur de Lima resume bem o que aconteceu no Brasil durante o período de mais de dez anos das forças progressistas no poder. Segundo ele, os governos petistas “caíram numa armadilha e desperdiçaram uma oportunidade histórica”. Em artigo de 2016 publicado no livro “Mídia e Democracia nas Américas”, do organizador Felipe Bianchi, Lima explica o porquê:

Os governos populares vitoriosos nas quatro últimas eleições<sup>157</sup> acreditaram, de uma forma totalmente equivocada, que poderia ocorrer uma aliança entre o governo e o oligopólio midiático que seria parceiro em um projeto de inclusão social e de democracia participativa. Por insistirem em acreditar nessa possibilidade, perderam reiteradas oportunidades de fazer o mínimo. Ou seja, pelo menos regulamentar a Constituição e atualizar a legislação. (LIMA, 2016 apud BIANCHI, 2016, p. 16-17).

Se tivessem investido nas iniciativas de comunicação contra-hegemônicas e regulado a grande mídia, para manter o consenso sobre as pautas que de fato interessam ao povo brasileiro, poderíamos ter hoje, na opinião de Lima, “a formação de uma opinião pública com o mínimo do que os teóricos da democracia liberal chamam de competência cívica”. Quiçá o país não teria assistido a um golpe em pleno século XXI.

Ao finalizar esse Capítulo, concluímos que tanto os governos petistas como os kirchneristas perderam a oportunidade histórica de regular a mídia, de fato, desconcentrando uma estrutura que afeta frontalmente a democracia nos dois países, impactando na libertação de seus povos. A Argentina tem uma chance mais factível, em termos de tempo, de resgatar esse debate e transformá-lo em ação, já que conta atualmente com um governo progressista, mais aberto a ouvir os setores sociais que lutam pela democratização da mídia. Já no Brasil, num cenário de presença da extrema direita no poder, essa oportunidade se mostra distante.

---

<sup>157</sup> Refere-se aos pleitos presidenciais de 2002, 2006, 2010 e 2014.

## **CAPÍTULO 4 BREVE HISTÓRICO DA COMUNICAÇÃO CONTRA-HEGEMÔNICA NO BRASIL E NA ARGENTINA E A PERSPECTIVA EMANCIPATÓRIA**

### **4.1 O conceito de comunicação contra-hegemônica**

Num contexto de atuação irrestrita de oligopólios midiáticos alinhados ao capital e à lógica exploradora que sempre colocou a América Latina em posição subalterna, com poucos avanços nas políticas de democratização da comunicação, um dos poucos espaços que serve para a projeção da luta pelo respeito à cultura, direitos e pensamentos dos povos latino-americanos situa-se nas iniciativas de comunicação alternativas aos grandes conglomerados. Neste capítulo fazemos uma discussão sobre a importância dessas iniciativas a partir de um resgate histórico delas no Brasil e na Argentina, do final do século XIX aos dias atuais. Elas são nomeadas nesta pesquisa como “contra-hegemônicas”, de acordo com o conceito proposto por Raymond Williams, a partir da teoria gramsciana (exposta no Capítulo 2 desta tese).

Sabemos que outras terminologias são utilizadas, que não a de “mídia contra-hegemônica”, para se referir às formas de comunicação que destoam daquelas promovidas pelos oligopólios midiáticos. Alguns dos veículos que se opõem à ideologia neoliberal e lutam por diferentes segmentos sociais historicamente alijados identificam-se como “alternativos”, “periféricos”, “populares”, “independentes”, “comunitários”, dentre outras denominações. Há muita polêmica em torno do uso dessas terminologias, para cada iniciativa comunicacional o emprego de um termo faz mais sentido que outro. Apenas para se ter uma ideia, enquanto existem veículos que se autointitulam como “independentes”, como a *Mídia NINJA*, cujo nome completo é “Jornalismo Independente e Narrativas de Ação” (usam o termo “independente” no sentido de que apresentam uma narrativa desgarrada das amarras da mídia comercial, como os vínculos com a publicidade e grandes grupos políticos e econômicos), outros descartam esse termo pelo fato dele poder ser associado à ideia de “imparcialidade”; consideram que nenhum jornalismo é independente de fato, já que ele é influenciado pela visão de mundo, a história e as experiências de quem o faz. No caso da Argentina, vale lembrar que, conforme destacado no Capítulo 3, a expressão “periodismo independente” foi assenhorada pela imprensa hegemônica, justamente para atacar as iniciativas de comunicação não comerciais que, na ótica dos grandes veículos, fazem um jornalismo “parcial” e militante, descompromissado com a verdade. Sabemos que a mídia alinhada ao Capital atuou de forma parcial e manipuladora quando viu pautas do governo progressista da presidenta Cristina Fernández de Kirchner ameaçarem seus poderes.

Um dos veículos analisados na pesquisa de campo desta tese, a cooperativa argentina *Lavaca*, descarta tanto a terminologia “mídia alternativa” como a expressão “mídia contra-hegemônica”. A cooperativa chegou a lançar um e-book em 2006, intitulado “El fin del periodismo y otras buenas noticias”<sup>158</sup>, onde discute, dentre outros pontos, o uso desses termos. Ancorando-se no pensamento do filósofo italiano Franco Berardi<sup>159</sup>, o jornalista Lucas Pedulla, um dos criadores da *Lavaca*, defende<sup>160</sup> que dos anos 70 em diante as resistências ao capitalismo saíram de uma posição de antagonismo ao Estado para uma posição de novas formas de auto-organização social. “Y ahí como que te corrés el eje, un poco, porque ya no te pensás en función del Estado, o en función de, en este caso, lo que hace Clarín o La Nación, en términos hegemónicos, sino de empezás a pensar nuevas formas de comunicación en cuyo centro ya no hay eso”, explica Pedulla. Por isso, para Pedulla, a expressão “mídia contra-hegemônica” não seria adequada. O jornalista da *Lavaca* também descarta o termo “alternativo”, uma vez que a ele pode-se atribuir muitas vezes a ideia pejorativa de ser algo “pequeno”, “menor” ou “substituto”.

Digamos, ahora que jugaron Argentina y Brasil, el martes, si lo pensamos en términos de fútbol, “Brasil va a jugar contra Argentina con el equipo alternativo”, entonces uno qué piensa “va a jugar con los suplentes, o con el equipo B que tiene”. Y la verdad es que nosotros no nos consideramos ni el equipo B de una comunicación A, ni tampoco el descarte de lo que no hace Clarín y de lo que no hace La Nación. Y términos... nosotros trabajamos mucho en la revista respecto al modelo agrotóxico, al modelo de agro-negocios; entonces si lo pensamos en que, por ejemplo, que Brasil también hay mucho, hay experiencias agroecológicas, en lo cual hay un montón de campesinos y campesinas con huertas, a pequeña escala pero también a gran escala, que ya está produciendo sin venenos. Entonces, tenemos un compañero que dice “si lo pensás en términos del tomate, o de la lechuga, o de cualquier verdura que vos quieras, si vos decís la lechuga que está producida sin venenos, sin agro-tóxicos, o sea que está, de alguna manera, fuera del sistema de producción comercial tradicional tal cual conocemos, ¿es un tomate alternativo? o ¿el alternativo es el que vemos en todas las verdulerías pero que está contaminado, que está genéticamente modificado, y que está atravesado por todos los agro-tóxicos?” Bueno pero si nosotros hacemos ese rodeo, entre teórico y práctico, con el periodismo entonces decimos, “pará, alternativo es Clarín y La Nación que hacen periodismo zonal porque si vos agarrás los diarios de Clarín o de La Nación, el 80 o 90% de las noticias de las que hablan, ocurren en la Ciudad de Buenos Aires”. Y si vos ves la Garganta Poderosa o Cosecha Roja, o incluso nosotros, intentamos, y lo ejercemos también, una agenda que es muy federal. Repensemos las categorías para no... vuelvo a lo que decía antes, ni ser el equipo B de una comunicación A ni tampoco ser el descarte de ellos, sino que estamos creando nueva formas de auto-organización

<sup>158</sup> Disponível em: < <https://www.lavaca.org/notas/sobre-el-fin-del-periodismo-y-otras-buenas-noticias/> > Acesso em: 22 jul. 2020.

<sup>159</sup> Pertencente ao movimento operaísta (que surge na Itália a partir do final dos anos 1950 pregando a renovação do marxismo diante dos impasses pós-guerra para o movimento operário e para a esquerda), Berardi estuda a relação entre o movimento social anticapitalista e a comunicação independente.

<sup>160</sup> Em entrevista para esta pesquisa, realizada presencialmente em Buenos Aires, na redação da *Lavaca*, em 4 de julho de 2019.

social que parten ya de otro paradigma. Desde ahí damos la batalla, obviamente, porque cuando pasó, en 2017, la desaparición forzada de Santiago Maldonado<sup>161</sup>, que conmovió al país, vos pensás la agenda, el relato oficial del Gobierno o del Ministerio de Seguridad, que estaba amplificado por los medios comerciales, empezó a torcerse a partir de la cobertura de medios como Lavaca, o medios como la Garganta Poderosa, que en los cánones tradicionales somos los alternativos. Digo, ¿qué pasó ahí? Los alternativos se tomaron un avión, cosa que no hicieron los tradicionales, para contar de primera mano qué era lo que pasaba. Entonces ahí, por primera vez, el relato empezó a ser así, y a enfocarse que había un pibe desaparecido en el medio de una protesta social en Argentina. (PEDULLA, 2019).

Apesar do questionamento feito por Pedulla, defendemos, nesta tese, a terminologia “contra-hegemônica”, considerando que as iniciativas de comunicação popular, tão vitais nos cenários brasileiros e argentino, ainda encontram-se, tal como colocado por Williams, no papel de tentar criar fissuras nas narrativas das classes que detêm o poder, no sistema capitalista, que permanecem hegemônicas (embora com uma força menor que no passado, em função de estarmos vivendo um novo paradigma, a partir da internet e das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação, em que todos podem ser narradores – falaremos mais sobre isso no final deste Capítulo). Algumas vezes as iniciativas de comunicação não comerciais conseguem sim pautar discussões nacionais, mas elas batalham para alcançar públicos maiores e aumentar sua zona de influência. Daí a importância de aprofundar a luta para que o Estado faça a regulamentação da mídia, desconcentrando o setor de comunicação.

São consideradas contra-hegemônicas as forças de grupos, dentro da sociedade civil, que propõem narrativas diferentes daquelas predominantes e que, desta maneira, tentem construir um bloco histórico (conjunto de forças políticas que não participam do poder). Ainda que o pensamento gramsciano tenha sido concebido no início do século XX, em um contexto completamente diverso das estruturas políticas, econômicas e sociais preponderantes no mundo contemporâneo, consideramos que é possível abarcar as iniciativas de comunicação não comerciais atuantes na América Latina sob a terminologia de “contra-hegemônicas”, já que se trata de uma disputa de narrativa, de uma batalha para que os contares dos setores historicamente explorados consigam ser ouvidos, compreendidos e atendidos até tornaram-se hegemônicos. É apresentando novas visões em relação à narrativa uníssona dos grandes meios de comunicação que essas iniciativas entram nessa luta, com recursos infinitamente menores, mas com muito mais liberdade, tanto em termos criativos, como em termos editoriais, já que não estão submetidos a interesses de anunciantes e à estética limitadora da maioria das redações.

---

<sup>161</sup> Ativista argentino que participava de um bloqueio em uma estrada na Patagônia como parte de um protesto dos mapuches (povo indígena que foi quase todo dizimado pelos colonizadores, mas que resiste no sudoeste da Argentina, lutando pelo direito aos seus territórios). Ele desapareceu depois que a gendarmaria argentina dispersou a manifestação. O corpo de Maldonado foi encontrado meses depois em um rio próximo, sem sinais de violência.



Claro que essas iniciativas não podem se limitar a desmontar a versão da grande imprensa, como discutiremos no final deste Capítulo. Até porque há muitas histórias importantes que não chegam a virar notícia na mídia hegemônica, e é preciso contar essas histórias. Mas elas permanecem sim sendo um ponto possível para desestabilização da ideologia dos grandes grupos de poder da sociedade capitalista.

Utilizamos nesta tese a expressão “imprensa contra-hegemônica” e algumas de suas variações – como “mídia contra-hegemônica”, “jornalismo contra-hegemônico” e “iniciativas de comunicação contra-hegemônicas”. Consideramos que essa é uma forma de congregar todas as iniciativas que funcionam como instrumentos de contrapoder para tentar reverter o quadro comunicacional injusto que há séculos assola as nações latino-americanas - de um jornal tradicional impresso de sindicato à página de um coletivo da população negra no *Facebook*. Altamiro Borges<sup>162</sup>, diretor do *Centro de Estudo da Mídia Alternativa Barão de Itararé*, destaca o caráter histórico e diversificado das iniciativas de comunicação contra-hegemônica:

Desde que surgiram as grandes empresas de comunicação que defendem os interesses privados, há formas de imprensa alternativa no Brasil. Os anarquistas rapidamente perceberam que, ao investirem na sua própria imprensa, teriam como difundir suas ideias e fazer frente à imprensa tradicional, que vivia demonizando-os. A mesma coisa aconteceu com os comunistas, com o movimento sindical. Quando eu penso em imprensa contra-hegemônica, penso não só em blogs, revistas, mas na imprensa sindical, na imprensa comunitária, na imprensa dos movimentos de mulheres, dos movimentos dos negros, das comunidades LGBT. Quer dizer, veículos que vão se constituindo exatamente para defender causas que, na mídia hegemônica, são demonizadas.

Concordamos com esse entendimento e é com ele que começamos, a partir de agora, a traçar uma breve trajetória dessas iniciativas nos países enfocados nesta pesquisa.

#### **4.2 – A imprensa operária**

Ao resgatarmos a história do jornalismo no Brasil e na Argentina no Capítulo 1, apontamos algumas iniciativas de comunicação contestatórias ao poder vigente, existentes desde as primeiras décadas do século XIX, como o jornal *Sentinela da Liberdade*, criado em 1825 pelo jornalista Cipriano Barata (que o acompanhou em todas suas lutas políticas, inclusive nos locais onde foi preso por perseguição de D. Pedro I), e os periódicos *El Grito Argentino* (1839) e *Muera Rosas!* (1841-1842), que reuniram, Juan Bautista Alberdi e outros políticos da chamada “geração de 37”, que tiveram que migrar para o exterior, quando o ditador caudilho Juan Manuel de Rosas endureceu seu regime, após a Guerra entre Argentina e Confederação

---

<sup>162</sup> Em entrevista presencial concedida a esta pesquisa em 17 de julho de 2017.

Peru-Boliviana. Essas experiências nos mostram que já no início do jornalismo brasileiro e argentino as narrativas alternativas se faziam presentes.

No entanto, neste estudo, começaremos a traçar a trajetória da comunicação contra-hegemônica a partir da chamada “imprensa operária”, que surge entre a segunda metade do século XIX e o início do século XX, em um período no Brasil e na Argentina (principalmente neste último país) marcado pela maior estabilidade política, pujança econômica, grande modernização e profundas transformações sociais. Esse cenário se refletiu no campo jornalístico, com o aparecimento dos primeiros grandes jornais representantes dos setores elitistas. Mas, paralelamente a esses impressos nascidos “da” e “para manter a” opulência de industriais e homens do setor agrário, apareciam nos dois países, a partir do conflito entre os segmentos sociais capitalistas e os trabalhadores da cidade e do campo, uma série de jornais voltados a representar os interesses do operariado e denunciar a exploração a que a classe trabalhadora estava submetida. Trata-se de uma imprensa até hoje bastante importante na luta contra-hegemônica e que nasceu de forma imponente, com muita capacidade de organização. Por isso é o nosso marco inicial.

A pesquisadora e historiadora argentina Mirta Zaida Lobato, no livro “La Prensa Obrera”, discorre sobre o crescimento desse tipo de jornalismo naquele momento na América Latina:

La expansión de la prensa obrera se produjo en diversos países latino-americanos desde fines del siglo XIX, aunque algunas hojas sueltas se han encontrado para períodos más tempranos. En Chile, Brasil, Uruguay y Argentina anarquistas, socialistas, sindicalistas, comunistas y “demócratas” compartieron la “inquietude programática y docente de la militancia obrera”. (LOBATO, 2009, p. 35).

Segundo Lobato, diversas publicações produzidas pelo operariado, muitas delas de vida efêmera e tiragem limitada, circularam na Argentina a partir de 1870. No censo geral da cidade de Buenos Aires feito em 1887 são mencionados dois jornais periódicos com essa linha editorial: o *Vorwärts* (1886) e *El Tipógrafo* (1887). “Esas publicaciones estaban dirigidas a los trabajadores y constituían una prensa contestatária y crítica.” (LOBATO, 2009, p. 35).

Cabe ressaltar, no entanto, que o primeiro jornal operário do país teria surgido mais de uma década antes, em 18 de abril 1858, e foi fundado pelo intelectual afroargentino socialista Lucas Fernández, conforme aponta o historiador argentino Dardo Cúneo (1945), no livro “El primer periodismo obrero y socialista en la Argentina”. Tratava-se de um semanário político chamado *El Proletario*, cujo lema era “Por una sociedad de la clase de color”. Fernández era ligado às chamadas “mutuales”, uma das primeiras etapas da organização do trabalho da

Argentina. As mutuales – entidades de ajuda mútua, sem fins lucrativos – ajudavam pessoas de segmentos sociais vulneráveis e excluídos. Elas começaram a ser criadas a partir de 1850 pela comunidade afroargentina e outros grupos de imigrantes que ingressavam no país e sofriam com enfermidades e outras problemáticas. As mutuales que reuniram os escravos e seus descendentes acabaram tomando um perfil classista, daí delas ter surgido o primeiro jornal operário do país. *El Proletário* reivindicava a ampliação das instituições democráticas nascentes e das ideias de liberdade e igualdade para os trabalhadores negros. Esse periódico é pouco citado na história da imprensa operária argentina, o que denota o apagamento da importância dos negros na trajetória do jornalismo contra-hegemônico daquele país. O artigo “Lucas Fernández, precursor del socialismo en el Río de la Plata”, publicado no portal argentino progressista *La Fogata*<sup>163</sup>, denuncia esse apagamento:

La izquierda argentina está en deuda con esos pioneros negros, borrados de la historia y de la memoria. Salvo un trabajo del escritor Dardo Cúneo (*El Primer Periodismo Obrero y Socialista en la Argentina*, Editorial La Vanguardia, Buenos Aires, 1945) no se ha tenido en cuenta aquel movimiento precursor, mucho más vigoroso y expresión de los debates travados na Assembleia Legislativa da Província de las clases oprimidas de la época (LA FOGATA, online).

O intelectual e militante Astrojildo Pereira, que atuou em diferentes periódicos operários e foi um dos fundadores do Partido Comunista Brasileiro (PCB), em 1922, e do emblemático jornal *A Classe Operária* (fundado em 1925), afirma, no texto “A Imprensa Operária no Brasil”<sup>164</sup>, que o primeiro periódico nacional a publicar temas relacionados à luta de classes surgiu em Niterói, em 1º de agosto de 1845. Intitulado *O Socialista da Província do Rio de Janeiro* e editado por Manuel Gaspar de Siqueira Rego, o jornal fez propagandas dos ideais socialistas até a sua terceira edição. Depois disso passou a comentar debates diversos travados na Assembleia Legislativa da Província, perdendo sua finalidade inicial. Esse pioneirismo é questionado por pesquisadores da imprensa no Brasil, como Claudia Lago e Richard Romancini, que afirmam que os primeiros jornais operários surgiram em 1848, no Recife. O próprio Astrojildo, embora cite *O Socialista da Província do Rio de Janeiro* como primeiro impresso a tratar da temática do trabalho, faz uma ressalva, considerando que este jornal não pode ser chamado exatamente como fundador da imprensa operária, já que na época em que ele surgiu não havia ainda no Brasil a organização, de fato, da classe trabalhadora. Sendo assim,

<sup>163</sup> Disponível em: < <http://www.lafogata.org/biblio/lucas.htm> > Acesso em: 14 jun. 2020.

<sup>164</sup> Originalmente o texto foi publicado na Revista Estudos, nº 4, de junho de 1972, com introdução e notas de Thomaz Ramos Neto. A revista era uma publicação clandestina do Partido Comunista Brasileiro. O texto foi formado por manuscritos deixados por Astrojildo como um roteiro preparado para uma conferência que pronunciou na Associação Brasileira de Imprensa (ABI), no Rio de Janeiro, em julho de 1947, com o objetivo de angariar fundos para a imprensa comunista. Hoje o texto pode ser acessado no portal Marxists. Disponível em: <<https://www.marxists.org/portugues/astrojildo/1947/07/imprensa.htm>> Acesso em: 15 jun. 2020.

segundo ele, o primeiro jornal verdadeiramente representante da imprensa operária brasileira seria o *Jornal dos Tipógrafos*, de 1858, que era feito por operários, como um órgão de luta dos trabalhadores que estavam em greve.

Os maiores jornais do Rio, na época em que ocorreu a greve, eram o Diário do Rio de Janeiro, o Correio Mercantil e o Jornal do Comércio. Os operários gráficos, que trabalhavam nas oficinas desses jornais, pediram um pequeno aumento nos respectivos salários. Os patrões, depois de protelarem a resposta durante um mês inteiro, acabaram negando o modesto pedido. Esta resposta negativa foi dada a 8 de janeiro de 1858. No dia seguinte, 9 de janeiro, nenhum jornal saiu à rua. Mas os grevistas não se limitaram a abandonar as oficinas onde trabalhavam. Não: reuniram-se, recorreram a todos os recursos disponíveis e resolveram publicar o seu próprio jornal. Era seu intuito não deixar o público em falta e ao mesmo tempo utilizar o novo órgão como instrumento de defesa na luta que haviam iniciado. Saiu assim o 1º número do Jornal dos Tipógrafos no domingo, 10 de Janeiro de 1858. A luta, nada fácil, como se pode imaginar, prolongou-se durante pelo menos dois meses, segundo é de supor à vista da coleção de 60 números publicados diariamente pelo Jornal dos Tipógrafos. Os patrões lançaram mão de todos os meios para liquidar o movimento: a polícia, o ministro da Justiça, o ministro da Fazenda, a Imprensa Nacional, o suborno, a intriga, a difamação, e acabaram vencendo; mas a resistência e a combatividade dos grevistas ainda hoje constituem motivo de admiração, levando-nos a recordar o fato como um dos mais gloriosos episódios da história das lutas operárias em nossa terra. (ASTROJILDO, online).

Independentemente de qual periódico iniciou as atividades dessa imprensa nos dois países, o fato é que próximo ao ano de 1920 já tinham sido impressos centenas de jornais operários no Brasil e na Argentina, que divulgavam os ideais anarquistas e socialistas, muitas vezes em outros idiomas. Isso porque várias dessas publicações eram feitas por imigrantes que chegavam ocupando as lavouras e as fábricas, e traziam ideais políticos da Europa, impulsionando em terras latino-americanas um jornalismo contestador, voltado a despertar a consciência crítica daqueles que estavam dando seu sangue para enriquecer quem já estava numa situação de privilégio. Dentre os primeiros jornais operários brasileiros, além dos citados anteriormente, destacam-se *O Despertar*, dirigido por José Sarmento; *O Protesto*, *O Golpe* e *A Asgarda*, dirigidos por Mota Assunção; e *O Amigo do Povo*, de Neno Vasco.

(...) do último quartel do século XIX até as duas primeiras décadas do século atual [do século passado], apareceram aproximadamente 343 títulos de jornais espalhados pelo território brasileiro. Desse total, 149 títulos encontravam-se no estado de São Paulo, dos quais 22 foram publicados fora da capital; cem títulos foram editados no Rio de Janeiro, onde apenas sete situavam-se fora da capital; 94 títulos encontravam-se distribuídos por outros estados, destacando-se o Rio Grande do Sul, Minas Gerais, Pernambuco, Alagoas e Paraná. Dos 343 títulos encontrados nesse período, 60 eram editados em idioma estrangeiro, sendo um em alemão, quatro em espanhol e 55 em italiano. Dos jornais editados em língua estrangeira, 53 situavam-se em São Paulo, três no Rio de Janeiro e quatro nos outros estados. (FERREIRA, 1988, p.14).

Vale lembrar que no final do século XIX os imigrantes europeus começaram a ocupar as lavouras de café (principal *commoditie* do país no período), no lugar da população negra escravizada. Depois, nas duas primeiras décadas do século XX, com a urbanização e as primeiras fábricas surgindo em centros como São Paulo e Rio de Janeiro (muitas delas abertas por produtores cafeeiros que passam a investir em outras áreas), esses imigrantes começaram a atuar no setor industrial (FAUSTO, 2007).

Na Argentina, a formação do mercado de trabalho assalariado aconteceu antes e de forma robusta, entre 1850 e 1880, impulsionada pelo crescimento do sistema agroexportador e também pela entrada massiva da mão de obra imigrante europeia. Vale lembrar que desde 1813 o país promulgava leis que limitavam a escravidão. A abolição foi incluída na Constituição argentina em 1853, num contexto em que o trabalho escravo era pouco importante para a economia das províncias (BEIRED, 1996).

O crescimento do setor agroexportador determinou a ampliação dos setores secundário e terciário. Ao mesmo tempo, novas atividades profissionais foram surgindo em decorrência das necessidades de consumo da crescente classe média. Os imigrantes - sobretudo italianos, espanhóis, eslavos, árabes e judeus - forneceram a maior parte da mão de obra para as indústrias de confecções, têxtil, de calçados, de artigos de madeira, alimentação, construção civil e ao setor de transportes marítimos e terrestres. Em 1914, havia em torno de 500 mil operários em Buenos Aires, sendo que três quartos eram imigrantes. (BEIRED, 1996, p. 44).

Segundo Beired, o movimento operário argentino da época foi o mais organizado e mobilizado da América Latina. Em 1901, foi fundada a Federação Operária Argentina (FOA), aglutinando socialistas e anarquistas. Entre 1911 e 1916, 525 greves, envolvendo 111217 trabalhadores, foram registradas apenas em Buenos Aires. Conforme destacamos no Capítulo 1, em 1916 chega à Presidência da Argentina o político da União Cívica Radical, Hipólito Yrigoyen, que terá uma postura de aproximação dos sindicatos e apoio aos movimentos grevistas, claro que desde que esses movimentos não afetassem seus interesses.

Dos impressos precursores da imprensa operária argentina merece ser destacado o *La Vanguardia*, criado em 7 de abril de 1894 por Juan B. Justo e um grupo de trabalhadores e imigrantes europeus, precursores do socialismo na Argentina (dentre eles Esteban Jiménez, Augusto Kuhn, Isidro Salomó e Juan Fernández). O Ministério da Cultura do país considera este “el periódico más destacado del socialismo argentino” e que acabou se tornando “Órgano Central del Partido Socialista Obrero”. No seu primeiro editorial, Juan B. Justo fincava as bandeiras e metas do jornal:

Venimos a representar en la prosa al proletariado inteligente y sensato. Venimos a promover todas las reformas tendientes a mejorar la situación de la clase trabajadora: la jornada legal de ocho horas, la supresión de los impuestos indirectos, el amparo de las mujeres y de los niños contra la explotación capitalista, y demás partes del programa mínimo del partido internacionalista obrero. Venimos a fomentar la acción política del elemento trabajador argentino y extranjero como único medio de obtener esas reformas. Venimos a combatir todos los privilegios, todas las leyes que hechas por los ricos en provecho de ellos mismos, no son más que medios de explotar a los trabajadores, que no las han hecho. Venimos a difundir las doctrinas económicas creadas por Adam Smith, Ricardo y Marx, a presentar las cosas como son, y a preparar enre nosotros la gran transformación social que se acerca (JUSTO, 1894 apud MINISTERIO DE CULTURA ARGENTINA, online)<sup>165</sup>.

Mirta Zaida Lobato (2009, p.37) explica que os jornais operários acompanhavam a diversidade de atividades que começavam a despontar no mundo do trabalho.

En el campo de la edición se destacaron los tipógrafos y el gremio gráfico desde época temprana; en el transporte, los ferroviarios y carreros primero y luego los tranviarios e los choferes; a medida que las actividades industriales se expandieron aparecieron periódicos de los obreiros mecánicos, carpinteiros, albañiles, en el sector de servicios se formaron los grêmios de empleados de comercio, de los mozos, barbeiros y sastres. (LOBATO, 2009, p. 37).

Maria Nazareth Ferreira, estudiosa do jornalismo operário brasileiro<sup>166</sup>, divide em três fases a história dessa imprensa no país. A primeira, que ela chama de “anarco-sindicalista”, vai de meados do século XIX até 1922 e relaciona-se ao processo de urbanização do país e as mudanças que ocorreram na classe operária. O anarquismo foi a corrente ideológica predominante nos jornais dessa primeira fase, embora existissem impressos socialistas.

Dessa primeira fase é importante frisar importantes greves ocorridas na década de 1910, envolvendo diversos setores da classe operária: ferroviários, trabalhadores da construção civil, portuários, padeiros, sapateiros, trabalhadores dos comércios, dentre outros. A mais importante delas foi a greve geral de 1917, em São Paulo.

70 mil trabalhadores cruzaram os braços exigindo melhores condições de trabalho e aumentos salariais. A greve durou uma semana e foi duramente reprimida pelo governo paulista. Finalmente chegou-se a um acordo que garantiu 20% de aumento para os trabalhadores. A ascensão do movimento operário no Brasil naqueles anos finais da década de 1910 relacionava-se diretamente à vitória dos comunistas na Revolução Russa. Vários grupos operários no Brasil e no mundo acreditavam que havia chegado o momento de colocar um fim à exploração capitalista e construir uma nova sociedade. (FGV CPDOC, online<sup>167</sup>).

<sup>165</sup> Disponível em: < <https://www.cultura.gob.ar/la-vanguardia-el-primer-diario-socialista-de-argentina-8900/> > Acesso em: 15 jun. 2020.

<sup>166</sup> É autora do livro *A imprensa operária no Brasil* (1988, Editora Ática).

<sup>167</sup> Disponível em: <

<https://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/AEraVargas1/anos20/QuestaoSocial/MovimentoOperario> > Acesso em: 15 jun. 2020.

A segunda etapa do jornalismo operário, chamada de “sindical-partidária”, começa com a fundação do Partido Comunista Brasileiro (PCB), em 25 de março de 1922 (que alterou substancialmente a organização operária, até então sob grande influência do anarquismo).

1921 foi um ano de pausa forçada, de balanço das batalhas perdidas, de revisão de métodos, de autocrítica e sobretudo de busca de novos caminhos. A bancarrota do anarquismo na direção do movimento operário tornara-se patente, e dos seus escombros, saíram os materiais de construção do partido da classe operária, estruturado segundo os ensinamentos e as experiências de Marx, Engels, Lênin. (ASTROJILDO, online).

Assim, nessa segunda fase, os jornais passam a seguir os ideais comunistas. Nessa etapa, que se estende até o golpe militar de 1964, a imprensa operária vive profundas transformações ocasionadas pelos governos de Getúlio Vargas que terá grande proximidade com a classe trabalhadora, barganhando com os trabalhadores sindicalizados diversos direitos em troca de apoio político (dentre eles a jornada de trabalho de oito horas diárias, as férias remuneradas, o descanso semanal obrigatório, a licença para gestantes e a proibição do trabalho para menores de 14 anos), mas irá instrumentalizar os sindicatos, para impedir oposições. Apenas a título de exemplo, podemos citar a Lei de Sindicalização, de março de 1931, que exigia aprovação oficial para o funcionamento dos sindicatos e que impunha que 2/3 de filiados da entidade teriam que ser nascidos no Brasil. Assim, Getúlio conseguia afastar da organização sindical parte dos imigrantes que promoviam os ideais comunistas.

Conforme apontamos no Capítulo 1, de 1937 a 1945 o Brasil vive o “Estado Novo”, período de máxima repressão do governo Vargas, uma ditadura instaurada com o argumento de que era preciso salvar o país dos comunistas, que planejavam tomar o poder<sup>168</sup>. É criado o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), que censurava os meios de comunicação, e diversos militantes (além de qualquer um que se opusesse ao governo) passam a ser perseguidos, em especial os integrantes dos jornais operários comunistas. Impressos, como o tradicional *A Classe Operária* (que conforme dito anteriormente foi um dos principais porta-vozes do PCB) atuaram nesse período na clandestinidade.

A intolerância aos comunistas, constantemente referidos como “ameaça vermelha”, foi duramente reprimida pela Polícia Secreta, chefiada por Filinto Müller, que perseguiu incansavelmente Olga [Benário] e [Luiz Carlos] Prestes.

---

<sup>168</sup> O governo Vargas forjou um plano de tomada do poder pelos comunistas, o Plano Cohen, para ter argumentos para suspender as eleições, dissolver o Congresso e iniciar uma repressão mais contundente. O capitão Olímpio Mourão Filho teria sido flagrado datilografando ainda no quartel, um plano de insurgência comunista, cujo autor seria um judeu chamado Cohen, um possível pseudônimo para Bela Khum, comunista húngaro. O plano ficou conhecido como “Plano Cohen”.

Qualquer oposição era reprimida com o uso da tortura, violência e assassinatos. (BARCARO, online <sup>169</sup>).

Basta lembrar do emblemático episódio que ficou conhecido como “Massacre do Maria Zélia”, ocorrido no local em que antes existia uma fábrica de tecidos (ao lado da histórica Vila Maria Zélia, na zona leste de São Paulo – uma das primeiras vilas operárias do Brasil, onde temos a sorte de residir) e que foi transformado em presídio no Estado Novo, para receber condenados por crimes contra a Segurança Nacional. Após uma tentativa de fuga na noite de 21 de abril de 1937, quatro presos foram fuzilados e muitos outros feridos. Dentre os militantes detidos no presídio Maria Zélia estava o jornalista Fúvio Abramo, que foi acusado pelo governo de práticas comunistas por ter discursado em 1935 em um comício da ANL<sup>170</sup>, em nome do Sindicato dos Empregados do Comércio. Fúvio ficou um ano em meio no Presídio Maria Zélia, e foi testemunha do massacre e de várias outras brutalidades. Foi solto em maio de 1937, exilando-se na Bolívia. O caso é relatado na tese “Presídio Maria Zélia: Repressão Política no Governo Constitucional de Getúlio Vargas”<sup>171</sup>, da pesquisadora Caroline Antunes Martins Alamino, da Universidade Federal de Santa Catarina.

Ainda da segunda fase da imprensa operária (de acordo com a classificação de Ferreira), é importante registrar o jornal *Voz Operária*, criado em fevereiro de 1949 no Rio de Janeiro pelo Partido Comunista Brasileiro. Segundo os pesquisadores André Konell, Jacqueline Mylena de Camargo, Lauriani Beraldo Kawashima, Marcos Anholetto Matos e Nathalia Reichwald<sup>172</sup>, esse impresso, que começou semanal e depois tornou-se mensal, é o que melhor comportava, no período, as críticas comunistas contra o governo Vargas.

Com o fechamento do jornal A Classe Operária, em 1949, tornou-se necessário criar um novo periódico que desempenhasse o papel de porta-voz oficial do PCB. Para preencher essa função, foi fundada a Voz Operária, jornal destinado à divulgação e à discussão das principais teses do PCB entre seus próprios militantes, mas também voltado para um noticiário mais amplo, preocupado com as condições de vida dos trabalhadores e com sua mobilização política. (FGV CPDOC, online).

---

<sup>169</sup> Marcelo Green Barcaro, no artigo “Período Vargas, o Estado Novo e a Repressão aos Comunistas: Olga e Luiz Carlos Prestes”, publicado no site da Faculdade Campos Eliseos. Disponível em:< <https://fce.edu.br/blog/periodo-vargas-o-estado-novo-e-a-repressao-aos-comunistas-olga-e-luiz-carlos-prestes/>> Acesso em: 15 jun. 2020.

<sup>170</sup> Aliança Nacional Libertadora, organização política de âmbito nacional fundada oficialmente em março de 1935 com o objetivo de combater o fascismo e o imperialismo.

<sup>171</sup> Apresentada ao programa de Pós-Graduação em História, da Universidade Federal de Santa Catarina, em 2018. Disponível em:< <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/188787/PHST0612-T.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> Acesso em: 15 jun. 2020.

<sup>172</sup> No artigo “A visão comunista do governo Vargas”, publicado na Revista Rumos da História (nov.2018-maio.2019, v. 9, n. 1), do Instituto Federal de Educação do Espírito Santo (Ifes). Disponível em:< <https://ojs2.ifes.edu.br/index.php/Rumos/article/download/1401/741>> Acesso em: 15 jun. 2020.



Com o golpe militar de 1964, a imprensa operária volta a ser perseguida, assim como todos os veículos alternativos de resistência à ditadura, como trataremos adiante, em um item especial neste Capítulo.

Por fim, a terceira fase da imprensa operária, segundo Ferreira, começa em 1974, quando os trabalhadores voltam a se organizar (após a total desarticulação das atividades operárias, por conta da ditadura), iniciando a luta contra o arrocho salarial e a falta de liberdade.

Na publicação “Breve História da Imprensa Sindical no Brasil”<sup>173</sup> (2005, p. 12-13), feita pela Secretaria Especial de Comunicação Social do Rio de Janeiro, há uma ressalva importante sobre os diversos momentos do movimento operário no país:

É preciso ter cuidado para não se confundir a noção do sindicato anarquista (também conhecido como liga, união ou associação) com a que se tem do sindicalismo brasileiro após a criação, em 1922, do Partido Comunista, no Brasil, com a do sindicato único getulista (destinado a pôr todos os sindicatos sob o controle do Estado) ou com os sindicatos atuais.

A mesma cautela vale para a análise do movimento operário argentino, que igualmente passou por diversas fases, do anarcossindicalismo e socialismo para o comunismo, passando pelo período do governo de Juan Domingo Perón, quando muitos jornais de trabalhadores foram igualmente instrumentalizados, até chegar na imprensa atuante no período da última ditadura militar do país. Assim como o getulismo, o peronismo barganhou com o operariado argentino. Ofereceu benefícios, mas, em contrapartida, procurou neutralizar nos sindicatos e organizações operárias qualquer pensamento que destoasse de seus objetivos. O jornal *El Obrero Calderero*, denunciava em uma edição de 1947 que: “(...) Las restricciones al derecho de la opinión se han venido agravando en el país, hasta el punto que cualquier pretexto, por más fútil e infantil que sea, basta para cerrar una imprenta, asaltar los locales obreiros, agredir a periodistas y revendedores de periódicos (...)” (LOBATO, 2009, p. 43-44).

Cabe ressaltar que a imprensa operária sempre sofreu repressão e dificuldades financeiras. Desde quando surgiu, no final do século XIX, jornais foram fechados e jornalistas foram perseguidos. Nas ditaduras dos dois países diversos integrantes do jornalismo operário foram mortos ou desapareceram. No livro “A História do Jornalismo no Brasil”, os pesquisadores Cláudia Lago e Richard Romancini observam esse aspecto:

As principais dificuldades encontradas por essa imprensa estiveram ligadas à perseguição por parte do Estado e à obtenção de recursos que viabilizassem as publicações. Numa época em que a “questão social” era tratada como “questão de

<sup>173</sup> Disponível em: < <http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4204433/4101406/estudos14.pdf>> Acesso em: 15 jun. 2020.

polícia”, a repressão aos trabalhadores atingia seus meios de organização e lideranças: em São Paulo, em 1906, as redações de *Avanti* e *La Bataglia* foram invadidas pela polícia e os jornais foram apreendidos; em 1919, o jornal *A Plebe*, de Edgar Leuenroth, ex-gráficador e importante jornalista da imprensa operária, foi empastelado; No Rio de Janeiro, o jornal de periodicidade diária *A Voz do Povo*, criado em 1920, foi duramente perseguido pela polícia secreta, o que provocou seu fechamento. (LAGO; ROMANCINI, 2007, p. 92).

Mesmo com todas essas dificuldades, a imprensa operária desempenhou um papel extremamente importante na luta contra-hegemônica. Muitos partidos se fortaleceram e conseguiram filiados com a ajuda dessa imprensa. Diversos militantes abraçaram a causa operária lendo esses periódicos, o que ajudou na divulgação das pautas dos trabalhadores. A pesquisadora Mirta Zaita Lobato (2009) cita, por exemplo, o caso de Luis Monzalvo que escreveu em suas memórias que se informava pelo jornal *El Obrero Ferroviario* e as revistas *La Protesta* e *La Fraternidad*, todos editados em Buenos Aires. Já no livro de memórias de Enrique Dickman aparece o registro da leitura do *La Vanguardia*.

Usando o conceito de “contra públicos subalternos”, de Nancy Fraser, que defende que grupos aliados vão construindo, aos poucos, uma arena de debates paralela à esfera pública dos setores elitistas (como destacamos no Capítulo 2, Fraser descarta a ideia de formação de uma única esfera pública nacional, como defende Habermas), percebemos que a imprensa operária criou condições para o trabalhador tomar consciência de sua situação de subalternidade e exploração, passando a discutir sobre suas demandas e problemáticas e confrontando a mensagem recebida pelos veículos tradicionais e pelo empresariado.

No artigo “A partilha da experiência visual vivenciada nas páginas do jornal *A Plebe*<sup>174</sup>”, a pesquisadora Maitê Peixoto, doutora pelo Programa de Pós-Graduação em História da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS), fala sobre o papel dessa imprensa na formação da opinião dos trabalhadores:

A imprensa operária trouxe a responsabilidade sobre a palavra escrita, o símbolo impresso; possibilitou o embate de ideias num suporte palpável. Ela fez com que a palavra escrita fosse habitualmente prova e testemunha. Também a partir desse conteúdo impresso se firmaram laços ou se travaram embates; o trabalhador militante passa a se reconhecer também no texto e na imagem, capaz de lhe suscitar uma experiência sensível relacionada ao seu compêndio de vivências no mundo no trabalho. O jornal possibilitou identificação, resistência, crítica; suscitou, sobretudo, opinião. (PEIXOTO, 2013, p.313).

Lobato também destaca que essa imprensa:

---

<sup>174</sup> Publicado em uma edição especial da Revista Latino-Americana de História. vol. 2, nº 7, em setembro de 2013. Disponível em: < <http://projeto.unisinos.br/rla/index.php/rla/article/viewArticle/349> > Acesso em: 15 jun 2020.

tenía un papel disprutivo en la sociedad, cuestionava valores y modos de pensar y dibujaba um mundo moral, donde todos los núcleos de información privilegiados por la prensa popular de masas y la comercial em general eran considerados perniciosos para la instauración de una nueva sociedad. (LOBATO, 2009, p. 43).

A influência dos jornais operários na formação política dos trabalhadores permanece na contemporaneidade. Veículos de diferentes entidades de classe têm colaborado significativamente para alertar a classe trabalhadora para os riscos que determinadas medidas no campo político e econômico podem lhes representar e para a importância da mobilização na luta por direitos essenciais.

### 4.3 – A imprensa negra

Enquanto os jornais operários lutavam por melhores condições de trabalho e contra as injustiças promovidas pelo patronato, outra imprensa do campo da contra-hegemonia colocava o dedo numa ferida maior. Os negros nem mesmo conseguiam alcançar o mercado de trabalho assalariado e, quando conseguiam, eram tratados de forma extremamente desigual. Essa população também lutava para ter participação nas instituições democráticas que começavam a nascer nos dois países e direitos básicos oferecidos pelo Estado aos brancos.

Na Argentina, conforme apontado anteriormente, o início da imprensa negra se dá a partir da criação das mutuales e não se limitava apenas à defesa das causas ligadas ao trabalho. “La prensa que manifestaba las ideas de los grupos y asociaciones de la población negra fue amplia y no estaba sola como portavoz de la crítica política y social.” (LOBATO, 2009, p. 15). Conforme destaca o pesquisador Jean Arsène Yao, no artigo “Negros en Argentina: integración e identidad”<sup>175</sup>, “Los periódicos afroargentinos buscaron un reconocimiento social de la población de origen africano. Se refirieron claramente a la situación racial de la colectividad negra”.

Além do jornal *El Proletario*, lançado em 1858 por Lucas Fernández, data do mesmo ano (no dia 7 de janeiro) o lançamento do periódico *La Raza Africana o El Demócrata Negro*, que em sua primeira edição destacava:

Nuestra bandera es de paz e igualdad; nuestros principios y nuestras convicciones son las mismas que obligaron a nuestros mayores a hacer la gran cruzada en 1810<sup>176</sup>, dando por resultado, haber roto la férrea cadena, con que el coloso sujetaba al esclavo, y una vez rota, gozó de libertad todo el continente sur americano. (LA RAZA AFRICANA apud YAO, 2002, online).

<sup>175</sup> Publicado na revista francesa *Amnis*, *Revue d'études des sociétés et cultures contemporaines Europe-Amérique*, nº 2, 2002. Disponível em: < <https://journals.openedition.org/amnis/183> > Acesso em: 20 jun. 2020.

<sup>176</sup> Referindo-se à Independência do país, ocorrida nesse ano.

Diversos outros periódicos voltados a buscar a igualdade de direitos à população negra e valorizar sua cultura surgiram na Argentina nesse período, como *La Igualdad*, de 1864, *El Artesano y El Candombero*, de 1873, e *El Unionista*, de 1877, que pregava: “Los hombres todos son iguales y sólo se distinguen como hemos dicho por su mayor inteligencia o por su dinero, pero en ningún caso por su color”. (EL UNIONISTA, 1877 apud YAO, 2002, online).

A imprensa negra na Argentina foi perdendo força e visibilidade à medida que a população negra começou a ser sensivelmente reduzida por uma série de fatores, a começar do total descaso e indiferença do Estado, que nem mesmo a considerava como digna de existência. A ausência de políticas públicas para essa população, que amargava com a falta de emprego, alimentação e condições dignas de vida, levou à diminuição de muitas comunidades. Também contribuíram para a redução dessa população no país o fato de muitos negros terem sido enviados pelo Estado a frentes de combate (como na Guerra do Paraguai), e acabarem sendo dizimados. Embora estivessem em número menor que em nações como o Brasil, que os utilizavam essencialmente como mão de obra escrava (os colonizadores espanhóis preferiam escravizar a população indígena), os negros chegaram a representar mais de 30% da população argentina no período colonial, segundo diferentes registros históricos. Com o tempo, essa porcentagem foi sendo sensivelmente diminuída. No censo de 2010, feito pelo governo do país, apenas 150.000 pessoas (menos de 0,5% da população) se reconheceram como afrodescendentes<sup>177</sup>.

Alguns pesquisadores, como o sociólogo Gino Germani (apud GRONDONA, 2017, online<sup>178</sup>), falam em um “suposto desaparecimento” dos negros da sociedade argentina. Na verdade, segundo Germani, essa população foi intencionalmente anulada. Embora realmente milhares tenham sido mortos pela falta de condições básicas de sobrevivência e em frentes de batalha, houve uma política migratória deliberada por parte do Estado para fazer sumir os negros do censo da população. A ideia, de acordo com Germani, foi modificar a composição da população, europeizando-a. Nos documentos oficiais, o extrato da população antes apontado como negro, pardo, moreno ou de cor, passou a se chamar de “trigueño” (trigueiro), termo que

---

<sup>177</sup> De acordo com a reportagem “Colonizados por brancos, argentinos recuperam ascendência negra”, produzida em 8 de novembro de 2014 por Monica Yanakiew, correspondente da Agência Brasil em Buenos Aires. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/internacional/noticia/2014-11/colonizados-por-brancos-argentinos-recuperam-descendencia-negra>> Acesso em: 19 jun. 2020.

<sup>178</sup> O artigo “Gino Germani y la cuestión racial”, da pesquisadora Ana Grondona, traz a análise de Germani. O texto foi publicado em 2017 na *Revista de La Carrera de Sociología*, da Faculdade de Ciências Sociais, da Universidade de Buenos Aires, volume 7, nº 7, p. 34-77. Disponível em: <<https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/entramadosperspectivas/article/view/2398>> Acesso em: 19 jun. 2020.

pode ser empregado a diferentes grupos étnicos. Por conta dessa estratégia, a porcentagem oficial de negros no país caiu para 1,8% no final de 1887.

Em reportagem de 16 de junho de 2019<sup>179</sup>, o jornalista Jaime González mostra, a partir da análise de diferentes especialistas e personagens entrevistados, como as marcas da população negra foram sendo apagadas intencionalmente da história argentina, por conta do racismo. A identidade nacional do país foi construída na herança europeia, ignorando a contribuição dos escravos e seus descendentes no desenvolvimento econômico, cultural e político do país (GONZÁLES, online). Na matéria, o historiador Felipe Pigna cita o caso da ativista de ascendência africana Maria Remedios del Valle, que participou de forma veemente dos exércitos de Manuel Belgrano, um dos libertadores argentinos. Ela chegou a ser proclamada “mãe da pátria argentina”, mas depois disso mudou. "(...) em 1870, quando começaram a reescrever a história sobre a imigração, eles acharam que não era muito coerente ter uma mãe da pátria negra, quando se promovia uma imigração branca, e passaram a ignorá-la e eliminá-la da história, e foi assim que a fizeram desaparecer". (PIGNA, 2019 apud GONZÁLEZ, 2019, online).

Apesar de tudo, os negros continuam existindo e resistindo (embora sejam mais vistos no interior do país), mantendo iniciativas de comunicação que lutam pela sua visibilidade e pelo respeito às suas importantes contribuições na cultura e na história argentina.

De acordo com a pesquisadora Maria Luiza Tucci Carneiro, no livro “A Imprensa Confiscada pelo Deops: 1924-1954” (escrito com Boris Kossoy e lançado em 2003), no Brasil a imprensa voltada a defender os direitos da população negra surge a partir do início do século XX e pode ser classificada em três fases: de 1905, com o lançamento do jornal *Baluartes*, a 1923, quando os jornais traziam temas recreativos e defendiam o branqueamento dessa população, como forma de inserção do negro na sociedade; de 1924 a 1945, com jornais como *A Voz da Raça* (1933), *Tribuna Negra* (1935) e *Alvorada* (1945), que denunciam o racismo e defendem a igualdade de direitos e a inserção do negro na sociedade, inclusive nos campos político e econômico; e de 1945 aos dias atuais, “mantendo o ímpeto reivindicatório, somado a uma reafirmação da raça negra quanto à sua descendência africana (CARNEIRO; KOSSOY 2003, p. 50).

---

<sup>179</sup> Produzida para a BBC News Mundo, intitulada "Não há negros aqui": como a contribuição de escravos e afrodescendentes foi apagada da história da Argentina e do Chile. Disponível em: <<https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-48508342>> Acesso em: 20 jun. 2020.

No entanto, desde a terceira década do século XIX existiam impressos que tratavam da questão racial em meio à problemática política da época, conforme aponta Bruno Brasil em artigo sobre a imprensa negra, publicado na Biblioteca Nacional<sup>180</sup>. O primeiro deles, intitulado *O Homem de Côr*, foi lançado em 14 de setembro de 1833 pelo jornalista, poeta, tipógrafo e livreiro Francisco de Paula Brito e circulava quinzenalmente. “(...) o surgimento desse precursor da imprensa negra esteve contextualizado com a proliferação de pasquins de crítica política entre o fim do Primeiro Reinado e o início do Período Regencial, no início da década de 1830” (BRASIL, online).

No livro “História da imprensa no Brasil”, Nelson Werneck Sodré, contextualiza o período da imprensa em que surgiram os primeiros impressos a tangenciar a temática racial:

As inquietações geradas em três séculos de domínio colonial, sob a rígida estrutura do latifúndio, deflagrariam na fase de transformação em que se esboçariam os traços fundamentais de um regime novo, para a nova situação, a da autonomia. No fundo, as contradições repontavam como a ação de forças ainda recentes contra a inércia do mundo rural. Traduziam-se sob formas as mais diversas, tal a de apresentar o comerciante luso como responsável por todas as mazelas, propício a todos os golpes, misturando-se a condição nacional e a condição de classe, como já se começava a misturar, em relação aos africanos e seus descendentes, a condição de cor e a condição de classe. Entre os pasquins da época, aliás, muitos denunciavam até pelos títulos – O Crioulo, O Crioulinho, O Mulato, O Cabrito, O Homem de Côr – o problema que surgia. (SODRÉ, 1999, p. 157).

Segundo Bruno Brasil, *O Homem de Côr* era escrito de forma anônima, como era típico dos pasquins do período.

Na parte superior esquerda de todas as primeiras páginas de suas edições, trazia a transcrição do parágrafo XIV do artigo 179 da Constituição de 1824, onde se dizia que “Todo o Cidadão pode ser admitido aos cargos públicos civis, políticos e militares, sem outra diferença que não seja a de seus talentos e virtudes”, ao lado de uma citação discriminatória do então presidente da província de Pernambuco, Manoel Zeferino dos Santos. Apresentando-se ao debate quanto às promessas de abolição da escravatura, à época, a luta negra por espaços no serviço público – contra as tentativas das elites de limitar a liberdade e o exercício da cidadania dos negros livres – era um tópico crucial na questão racial brasileira. (BRASIL, online).

O *Homem de Côr* teria inspirado o pasquim *O Lafuente*, lançado meses depois, em 16 de novembro, que também tocava na discriminação racial em alguns textos. O jornal foi impresso por intermédio da Typographia Paraguassu, de propriedade de Davi da Fonseca Pinto e sob a administração de Clarindo Vargas de Azeredo Coutinho. Nelson Werneck Sodré diz que o pasquim recebeu esse nome pelo fato de ter sido editado pelo escritor Maurício José de

<sup>180</sup> O artigo tem o nome do jornal La Fuente, foi publicado em 6 de agosto de 2018, e está disponível em: < <https://bndigital.bn.gov.br/artigos/o-lafuente/>> Acesso em: 18 jun. 2020.

Lafuente. Mas Bruno Brasil destaca o fato de a 4ª edição de *O Homem de Côr* (de 12 de junho de 1833) ter denunciado a perseguição e deportação de Lafuente pelo governo da Regência pelo fato dele ser favorável ao retorno de D. Pedro I (Lafuente era restaurador).

Portanto, é provável que o periódico levasse seu nome como uma forma de homenagem, sendo editado verdadeiramente por Davi da Fonseca Pinto, restaurador (ou, na terminologia da época, “caramuru”) e, portanto, opositor de certas figuras políticas que subiram ao poder no Período Regencial – tachados de “monstros” no texto principal de *O Lafuente*. (BRASIL, online).

Ainda no século XIX, cronologicamente falando, cabe ressaltar a importante figura do advogado e poeta negro Luiz Gama que contestou as forças conservadoras brasileiras do período, lutando pela República e pela abolição da escravatura, nos jornais que fundou e em que trabalhou como o *Diabo Coxo*, criado ao lado do caricaturista italiano Ângelo Agostini, em 1864 (citado no Capítulo 2). Também na defesa do Regime Republicano, tendo como norte a luta da população negra pelo direito à cidadania, vale destacar o jornal *A Pátria*, criado em 1889 pelo tipógrafo abolicionista Inácio Araújo Lima.

Tal como as mutuales na Argentina, desde o século XIX a população negra tentava se organizar em esquema de uniões e sociedades voltadas a pensar em estratégias de dirimir as péssimas condições de trabalho e o desamparo, especialmente após a abolição da escravidão em 1888. No artigo “Cem anos de Imprensa Negra em São Paulo: da descoberta à edição fac-similar”<sup>181</sup>, a pesquisadora Teresa Malatian, titular em Historiografia e docente do Programa de Pós-Graduação em História e Cultura da Faculdade de Ciências Humanas e Sociais da Unesp (Universidade Estadual Paulista), fala sobre o papel dessas associações:

Seu escopo era essencialmente previdenciário uma vez que se propunham reunir trabalhadores para angariar recursos em esforço coletivo e assim criar fundos para utilização em proveito dos próprios associados e suas famílias quando necessário. Diante da lacuna na seguridade social deixada pelo Estado (...) (MALATIAN, 2018, p. 346).

No livro “O sonho do futuro assegurado – O mutualismo em São Paulo”, Tânia Regina de Luca destaca que no início do século XX, somente em São Paulo:

(...) foram fundadas diversas sociedades mutuais exclusivas de negros: Sociedade Cooperativa dos Homens Pretos (1902); Club 13 de Maio dos Homens Pretos (1902); Sociedade Beneficente dos Homens de Cor (1906); Associação Amigos da Pátria (1908); Federação dos Homens de Cor (1909); Centro da Federação dos

<sup>181</sup> Publicado na revista *Patrimônio e Memória*, da Universidade Estadual Paulista (Unesp), v. 14, n. 1, p. 340-364, janeiro-junho de 2018. Disponível em: <<https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/160393/WOS000437081700017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> Acesso em: 19 jun. 2020.





população negra excluída pós-abolição”, publicado no site da Fundação Palmares<sup>183</sup>, aponta o jornal, criado em 1933 pelo membro da Frente Negra Brasileira (FNB), Fernando Costa, como “meio de comunicação jornalístico que revolucionou o início do século XX; uma voz da população negra excluída da sociedade pós-abolição”. O impresso se tornou o órgão oficial da FNB. Na edição de nº 44, de 1934, o jornal denunciava: “Em São Paulo, há uma infinidade de negros desempregados. Os lugares são ocupados por estrangeiros. Há patrões e chefes de obras que não contratam operários brasileiros, sobretudo negros” (VOZ DA RAÇA, 1934 apud FUNDAÇÃO PALMARES, online). Ainda merece ser mencionado, como parte desta etapa da imprensa negra, o jornal *O Clarim da Alvorada*, de 1924, editado por José Correia Leite.

A professora Teresa Malatian explica por que nessa fase da imprensa negra observam-se jornais mais críticos e voltados a cobrar mudanças em prol da inserção do negro nos diferentes espaços da sociedade brasileira:

(...) a geração de negros surgida após a abolição vivenciava nas cidades um efervescente questionamento sobre sua inserção social. Jovens que haviam conseguido certa escolarização e mesmo alcançaram os estudos universitários num contexto de debates nacionalistas sobre sua situação na República uniam-se em defesa da integração. Formaram-se grupos intelectualizados e militantes que frequentavam certos espaços de sociabilidades na cidade, onde tiveram atuação destacada. Correntes políticas diversas logo passaram a disputar espaço entre os militantes da chamada “segunda abolição” para uma luta integracionista e defensora de uma nova identidade a ser socialmente construída mediante superação do preconceito e da discriminação. (MALATIAN, 2018, p.348).

A partir dos anos 60 a luta do movimento negro por direitos civis é impulsionada nos EUA. Líderes como Malcom X e Martin Luther King Jr. pediam o fim da discriminação institucional, agitando o país. Em 28 de março de 1963, a emblemática marcha sobre Washington, reivindicando trabalho e liberdade, com o discurso histórico de Luther King (*I have a dream*), acabou pressionando o governo do presidente Lyndon B. Johnson, do Partido Democrata, a aprovar a Lei de Direitos Civis em 1964 e a Lei dos Direitos ao Voto em 1965, que garantiam o fim da segregação racial em espaços públicos e o voto universal. Em 1966, foi criado o Partido dos Panteras Negras para a Autodefesa, pelos revolucionários por Huey Newton e Bobby Seale, como forma de combater coletivamente a opressão e violência dos brancos, inclusive das forças policiais. Essas e outras questões fizeram com que a década posterior fosse marcada por grande efervescência e mobilização do movimento negro, com reflexos no mundo todo, inclusive no Brasil. São realizados diversos eventos e formados diferentes grupos de estudo e centros culturais voltados a denunciar o racismo e valorizar a

<sup>183</sup> Disponível em: <<http://www.palmares.gov.br/?p=53622>> Acesso em: 19 jun. 2020.

cultura negra. Segundo Malatian (2018), nesse contexto, também são lançados jornais e a história da imprensa negra, que até então só tinha sido devidamente levantada pela pesquisa feita por Roger Bastide (no artigo “A imprensa negra no Estado de São Paulo”, de 1953), começa a ser resgatada.

Um marco importante na história dessa imprensa foi o lançamento da revista *Raça Brasil*, pela editora Símbolo, em 1996, editada por Aroldo Macedo. Surgida como parte da estratégia de segmentação vista no mercado de revista brasileiro a partir da década de 1990, a *Raça* é a primeira revista comercial voltada à população negra e até hoje se posiciona como a maior publicação do segmento na América latina. Em sua primeira edição, a publicação vendeu 270.000 exemplares, o que demonstra a forte demanda por publicações voltadas a essa população. *Raça* não aborda em suas páginas apenas pautas políticas e sociais. Nela, a população negra pode ler sobre cultura, moda, beleza, dentre outros assuntos. O site da editora Símbolo, segundo a dissertação “Revista Raça – Negros em Movimento”<sup>184</sup>, de Veridiana Kunzle Nicolini, destacava o papel e a importância da revista:

(...) veio com a missão de afirmar o orgulho de milhões de negros brasileiros. E seu resultado foi de abrangência ainda maior, esta foi uma daquelas raras vezes em que uma revista influenciou a opinião pública, a ponto de mudar a maneira como a mídia retrata seu público, depois de *Raça Brasil*, não, em nosso país, uma única ação de mídia que não leve em consideração a verdadeira cor e alma do povo brasileiro (EDITORA SÍMBOLO apud NICOLINI, 2007).

Atualmente editada pela Pestana Arte & Publicações, editora fundada pelo jornalista, cartunista e publicitário Maurício Pestana, a *Raça* segue ativa, sendo uma das principais referências da imprensa negra brasileira.

Segundo a pesquisadora Suzana Tavares, no artigo “Revista Raça Brasil: Identidade, afirmação e polêmica”<sup>185</sup>, a *Raça* se inseriu no movimento negro brasileiro abrindo caminho para a via política do “*black is beautiful*”. Uma possibilidade mercadológica construída a partir das décadas de 1960 e 1970, quando a política racial brasileira, norte-americana e sul-africana mudaram a representação do negro diante da sociedade e dos meios de comunicação de massa. (TAVARES, online). Desde seu lançamento a revista tem dividido a opinião do movimento negro. De acordo com Tavares, parte da militância negra a considera “excessivamente voltada para o consumo, em detrimento de questões políticas mais urgentes” e reprodutora de

<sup>184</sup> Apresentada ao Programa de Estudos Pós-Graduados em História, da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), em 2007. Disponível em: <<https://tede2.pucsp.br/handle/handle/13011>> Acesso em: 19 jun. 2020.

<sup>185</sup> Publicado no site da Fundação Palmares. Disponível em: <http://www.palmares.gov.br/wp-content/uploads/2010/11/Revista-Raça-Brasil-Identidade-afirmação-e-polêmica.pdf> Acesso em: 19 jun. 2020.

estereótipos típicos da sociedade capitalista, como o do corpo perfeito. Ela detalha os argumentos dos que criticam a revista:

Quando escolhem a linguagem mercadológica para falar de autoestima, cidadania e consciência racial, esquecendo o grande problema que assola a maioria dos negros brasileiros, o baixo poder aquisitivo, esse discurso seguramente incorpora poucos negros nos padrões propagados pela Afromídia, já que boa parte sobrevive com um salário mínimo, de biscates ou está desempregada. O preço dos produtos alerta contra atitudes artificiais que tendam a achar que o visual vai resolver alguns problemas que são, na verdade, de base social. Assim leva este discurso truncado a uma reflexão: como podem estes negros afirmar sua identidade racial na aparência se estes mesmos produtos não são acessíveis à maioria da população? (TAVARES, online).

Os que defendem a revista *Raça* o fazem argumentando que o consumo e a estética são instrumentos de luta pela cidadania na sociedade contemporânea e, portanto, elementos de uma ação política estratégica. “Dessa perspectiva, produzir mudanças no imaginário social é um passo decisivo para provocar mudanças nos processos de construção de identidades e, portanto, das relações de poder que se estabelecem na prática” (TAVARES, online).

Suzana Tavares conclui destacando que, independentemente da polêmica, “é inegável que a revista foi um marco na divulgação de uma estética negra positivamente valorizada, e isso não apenas para o seu público-alvo”. Por isso citamos a *Raça* nessa linha histórica, apesar de ser uma publicação comercial.

Desde então, outros meios de comunicação voltados à população negra surgiram, denunciando o racismo estrutural e institucional presente na nossa sociedade, que sempre teve a hegemonia das pautas e demandas dos brancos. Esses veículos, como o portal *Alma Preta*, que é um dos meios analisados nesta pesquisa (Capítulo 5), são essenciais na luta pela democracia, de fato, em nosso país, considerando que boa parte da população (negra e parda) não tem seus direitos essenciais garantidos.

#### **4.4 – Outras imprensas diaspóricas**

Se no Brasil ter a pele negra implica em ser alvo de racismo e sofrer diferentes tipos de discriminação, na Argentina esse risco recai mais para aqueles que possuem o fenótipo semelhante aos dos povos indígenas, especialmente os imigrantes paraguaios, bolivianos, peruanos, colombianos e equatorianos. Os bolivianos, que começaram a chegar no país no século XIX, formam a maior parte dos imigrantes na Argentina, seguidos dos peruanos, equatorianos e colombianos (MELELLA, 2016).

Como resposta à cobertura preconceituosa e elitista feita pelos meios de comunicação hegemônicos, marcada pelo xenofobismo e pela falta de informações de interesse desses imigrantes, nasce a imprensa diaspórica dessas populações. A pesquisadora argentina Cecilia Melella, no livro “Migrantes de países andinos en la Argentina – Prensa gráfica, redes virtuales y construcción identitária”, faz essa relação:

(...) es considerable que la práctica periodística haya sido retomada con ímpetu en la década de 90 por los migrantes sudamericanos, como consecuencia del ejercicio de violencia simbólica por parte de los medios masivos de comunicación. Com el objetivo principal de presentar una táctica que permita la construcción de un discurso alternativo alrededor de la figura del inmigrante sudamericano, actores pertenecientes a diversas colectividades tomaron la decisión de hacer escuchar su voz e fundaron periódicos. (MELELLA, 2016, p. 94).

Os jornais diaspóricos são importantes na construção da identidade desses imigrantes, porque permitem que eles se sintam acolhidos numa comunidade ao mesmo tempo em que procuram inseri-los na realidade argentina, fazendo com que adquiram costumes do novo país em um processo de hibridismo e interculturalidade, como destacam Canclini (2009) e Hall (2001). Eles também funcionam como instrumentos de intervenção política, na cobrança de direitos essenciais negados a esses imigrantes.

La construcción de la esfera pública de los inmigrantes regionales (paraguayos, bolivianos y peruanos) en su prensa gráfica los posiciona como productores de identidades políticas que se expresan en dinámicas de construcción de “lo público” desde donde intervienen en tanto agentes sociales deslegitimados (HALPERN, 2009 apud MELELLA, 2016, p. 93).

Entre o final do século XIX e as primeiras décadas do século XX os imigrantes europeus também criaram, tanto na Argentina como no Brasil, jornais diaspóricos voltados a manter vivas a cultura e tradição de seus países e integrá-los às nações de destino. Não foi só jornais operários que marcaram a produção impressa da imigração europeia. No caso do Brasil, como resultado da grande diversidade étnica da população, surgiram no século XX jornais feitos por diferentes nacionalidades, como árabes, húngaros e japoneses. Segundo Ilka Stern Cohen, em artigo presente no livro “História da Imprensa no Brasil” (de Ana Luiza Martins e Tania Regina de Luca), em 1930 existiam no estado de São Paulo mais de 30 títulos de revistas e jornais produzidos por essas comunidades. No entanto, nos dois países os imigrantes europeus, embora também tenham sofrido seus percalços (não se quer dizer aqui de forma alguma que suas adaptações às terras latino-americanas tenham sido fáceis), não foram estigmatizados e tratados de forma tão pejorativa como os imigrantes africanos e sul-americanos.

Dentre os impressos mais representativos da imigração sul-americana na Argentina Cecília destaca os jornais *Gaceta del Perú*, fundado em 1991, *Paraguay Nane Retä*, lançado

em 1993, e *Renacer* (da comunidade boliviana), criado em 1999. Segundo Melella, não por acaso a imprensa imigrante sul-americana é impulsionada a partir de década de 1990. É justamente nesse período que começam a ser implementadas no país as políticas neoliberais e que começam a aparecer as consequências nefastas desse ideário. Com isso, cresce a narrativa racista nos meios hegemônicos, relacionando os imigrantes a problemas como falta de emprego (eles estariam “roubando” as vagas do povo argentino) e violência (MELELLA, 2016, p. 98).

Guillermo Mamani, fundador do jornal *Renacer*, confirma que a estigmatização do povo boliviano foi a razão para criar esse impresso:

El periódico surgió casi de una necesidad que existía a partir de un proceso muy estigmatizador de las colectividades de los países limítrofes. Los 90 tuvieron eso, se le echaba la culpa a un determinado sector de la población por la creciente desocupación y la delincuencia. Había una caza de brujas: se iba a algún lugar, se pedían documentos, se hacían grandes redadas. Eso salía en la tapa de los diarios *Crónica*, *Clarín*, *La Nación*. Yo estaba ya en el último tramo de la carrera y veía que las únicas coberturas que hacían los grandes medios sobre la comunidad boliviana eran básicamente notas de color y, además, inexactas, sin molestarse siquiera en hacer una buena cobertura. Aparte, reproducían así esa estigmatización que el gobierno impulsaba. Nosotros quisimos crear un medio para poder tener una versión; para que, al menos, la comunidad de la que formo parte pueda tener una versión, que lograra un equilibrio, aunque sea en lo discursivo (MANANI apud MELELLA, 2016, p. 95)

Embora não tenhamos encontrado um estudo específico e sistematizado sobre a imprensa imigrante sul-americana no Brasil, como o feito por Cecília Melella, não faltam denúncias de estigmatização de imigrantes bolivianos e de outros vindos de nações, que não as europeias. Em entrevista concedida ao jornalista Jefferson Puff, da *BBC News Brasil*, intitulada “Racismo contra imigrantes no Brasil é constante, diz pesquisador”<sup>186</sup>, Gustavo Barreto, que realizou como tese de doutorado uma pesquisa analisando a temática imigrante em mais de 11 mil edições de jornais e revistas da imprensa hegemônica entre 1808 e 2015, afirma que o racismo na imprensa brasileira contra o imigrante se manteve constante e que a aceitação é seletiva, com diferenças entre europeus e africanos e bolivianos, por exemplo.

(...) A imprensa, no entanto, costuma destacar muito os problemas que os haitianos trazem, e rapidamente começa a ser construída uma visão de que eles são um problema. Enquanto isso, os imigrantes europeus recentes são valorizados por sua cultura e contribuição ao Brasil. Contribuições culturais ou produtivas dos haitianos e bolivianos, que têm uma riqueza cultural enorme, dificilmente viram notícia. O racismo atual se dá pelo não dito, pelo que a imprensa omite. Quando aparecem na mídia estão atrelados a problemas, crises, marginalizações, ou ligados à ideia de uma invasão. (BARRETO, 2015 apud PUFF, 2015, online).

<sup>186</sup> Publicada em 26 de agosto de 2015, disponível em: <[https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/08/150819\\_racismo\\_imigrantes\\_jp\\_rm](https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/08/150819_racismo_imigrantes_jp_rm)>. Acesso em: 23 jun. 2020.

Diante desse quadro secular, a imprensa contra-hegemônica que representa as correntes imigratórias discriminadas acaba desempenhando um papel vital. Sem ela, os imigrantes ficariam sem um espaço de informação e organização, para lutar por suas demandas e pelo respeito de suas identidades.

#### **4.5 A imprensa feminista**

De forma similar ao ocorrido com a imprensa negra, os veículos feministas surgem no Brasil e na Argentina como forma de lutar pela inserção da mulher numa sociedade que não a reconhecia de fato como cidadã, colocando-a numa posição de inferioridade em relação aos homens.

No artigo “Prensa y feminismo en La America Latina en las primeras decadas del siglo XX”<sup>187</sup>, as pesquisadoras mexicanas Rosa María Valles Ruiz e Azul Kikey Castelli Olvera, da Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, destacam que o acesso de algumas mulheres (em especial professoras e outras ligadas às classes média e alta, que tinham contato com o que acontecia em outros países) à imprensa da época, escrevendo e publicando artigos, foi essencial para trazer para as nações da região os debates e conquistas feministas ocorridos na Europa e nos EUA no século XIX.

Embora o termo “feminismo” ganhasse significados diferentes em cada jornal ou texto escrito (em alguns ele denotava a emancipação total da mulher, que deveria se impor contra todas as suas subjugações; em outros limitava-se à luta pelo acesso à educação), o legado feminista vindo do exterior permeou toda a América Latina. As ideias vanguardistas eram discutidas em reuniões, congressos e assembleias. O ponto em comum em quase todas as discussões era a importância do sufrágio feminino. Havia a consciência de que enquanto as mulheres não pudessem votar seria impossível fazer com que suas pautas fossem ao menos ouvidas. “En torno a esta demanda fue posible conjuntar diversos grupos e ideologias” (RUIZ; OLVERA, 2016, p. 18).

Beatriz Sarlo, estudiosa da imprensa latino-americana, também considera o feminismo como um dos discursos relevantes das primeiras décadas do século XX nas nações da América Latina. Ela aponta o feminismo “como un contradiscurso dentro de la experiencia de la modernidad dando cuenta de la queja por la subordinación femenina”. O feminismo mostrava que

---

<sup>187</sup> Publicado no volume 23, nº 91, da publicação Archipiélago, Revista Cultural de Nuestra América. Disponível em: <<http://www.revistas.unam.mx/index.php/archipiélago/article/view/55165/48954>> Acesso em: 26 jul. 2020.

(...) las relaciones de poder masculino sobre las mujeres no eran atribuibles al designio divino ni a la naturaleza, sino que eran producto de una construcción cultural, las mujeres latinoamericanas recogieron los reclamos por la igualdad, y elaboraron estrategias para subvertir la discriminación, reclamando igualdad social y política. (SARLO apud RUIZ; OLVERA, 2016, p. 19).

Os debates promovidos por essas mulheres começaram a aparecer em jornais, revistas e outros periódicos da época. “Así, se encuentran ejemplos de publicaciones que abordaban el tema del feminismo de diversas formas, la superación de la mujer, su papel en la familia, la política, el campo laboral” (RUIZ; OLVERA, 2016, p. 18).

Tendo em vista o grau de conservadorismo daquele momento (muito mais aflorado que hoje), diversas escritoras enfrentaram críticas e foram perseguidas. No artigo “Feminismo y femineidad: escritura y género en las primeras escritoras feministas en Chile”<sup>188</sup>(2013), a estudiosa chilena Andrea Kottow conta o caso de Delia Rojas (1883-1950) que escrevia em uma publicação intitulada *Mis observaciones*, com a assinatura Delie Rouge. Seus textos tratavam de questões como política, divórcio e o alcoolismo na classe operária. “(...) fue criticada acremente, calificada como “librepensadora”, “carente de sensibilidad y esencia femenina”. La situación fue tan difícil para Delia que su esposo la abandonó llevándose a su única hija” (KOTTOW, 2013, p. 153).

No artigo “La emergencia del feminismo en la Argentina: un análisis de las tramas discursivas a comienzos del siglo XX”<sup>189</sup>, a pesquisadora Natalia Martínez Prado, da Universidade Nacional de Córdoba, aponta que desde o século XIX é registrada em seu país a presença de periódicos voltados a mulheres, que abordavam reivindicações como o acesso à educação e à igualdade no campo legal. Dentre os impressos dessa época estão *La Aljaba* (1830), *La Camelia* (1852), o *Álbum de Señoritas* (1854), da jornalista Juana Manso, que posteriormente vem ao Brasil e atua no jornalismo feminista também por aqui ao lado de escritoras brasileiras, o que mostra que já naquele tempo havia certo intercâmbio entre ativistas da comunicação contra-hegemônica dos países latino-americanos.

No Brasil, a educadora e poetiza nordestina Nísia Floresta, nascida no Rio Grande do Norte, mas com trajetória de destaque no Recife (PE), foi uma das precursoras do feminismo

<sup>188</sup> Publicado na Atenea (Concepción)- Revista científica online de Ciencias, Artes y Letras, da Universidad de Concepción, n°. 508, 2013, págs. 151-169. Disponível em:< [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-04622013000200011](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-04622013000200011)> Acesso em: 24 jul. 2020.

<sup>189</sup> Publicado na Revista Estudos Feministas do Centro de Filosofia e Ciências Humanas e Centro de Comunicação e Expressão, da Universidade Federal de Santa Catarina. vol.23 n°1. Florianópolis jan/abr. 2015. Disponível em:< [https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-026X2015000100071&lng=es&tIng=es](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-026X2015000100071&lng=es&tIng=es)> Acesso em: 24 jul. 2020.

no país e uma das primeiras a usar a imprensa para defender os direitos das mulheres. Nísia traduziu livremente para o português, aos 22 anos, aquela que é considerada a primeira obra a tratar dos direitos das mulheres no mundo, o livro "Em Defesa dos Direitos das Mulheres" (de 1792), da inglesa Mary Wollstonecraft. Ao fazer a tradução, ela adaptou as ideias de Wollstonecraft à nossa realidade, como destaca Constância Lima Duarte, no artigo "Feminismo e Literatura no Brasil"<sup>190</sup>:

Nísia Floresta é importante principalmente por ter colocado em língua portuguesa o clamor que vinha da Europa, e feito a tradução cultural das novas ideias para o contexto nacional, pensando na mulher e na história brasileira. Ao se apropriar do texto europeu para superá-lo, ela se insere numa importante linhagem antropofágica da literatura brasileira, que desde Gregório de Matos estava inaugurada. Na deglutição geral das ideias estrangeiras, era comum promover-se uma acomodação das mesmas ao cenário nacional, e é o que ela faz. Tanto que o título de seu livro contém não apenas a ideia dos rights of woman, mas também "a injustiça dos homens". (DUARTE, 2003, p.154).

Quando faleceu, em 1885, tinha escrito outros 14 livros defendendo os direitos das mulheres, dos índios e dos escravos. Também atuou nas campanhas abolicionista e republicana. Em 31 de janeiro de 1938, aos 28 anos, Nísia, que era defensora de uma educação científica para as mulheres (o ensino da época limitava-se a preparar a mulher para desempenhar os afazeres domésticos, servindo ao homem), fundou, no Rio de Janeiro, a primeira escola para mulheres do Brasil, o Colégio Augusto. A educadora afirmava que a educação era a causa principal das diferenças entre homens e mulheres e questionava a razão da autoridade masculina sobre elas. "Por que se interessam em nos separar das ciências a que temos tanto direito como eles, senão pelo temor de que partilhemos com eles, ou mesmo os excedamos na administração dos cargos públicos, que quase sempre tão vergonhosamente desempenham?", questionava.

A primeira legislação autorizando a abertura de escolas públicas femininas data de 1827, e até então as opções eram uns poucos conventos, que guardavam as meninas para o casamento, raras escolas particulares nas casas das professoras, ou o ensino individualizado, todos se ocupando apenas com as prendas domésticas. E foram aquelas primeiras (e poucas) mulheres que tiveram uma educação diferenciada, que tomaram para si a tarefa de estender as benesses do conhecimento às demais companheiras, e abriram escolas, publicaram livros, enfrentaram a opinião corrente que dizia que mulher não necessitava saber ler nem escrever (DUARTE, 2003, p. 153).

Além dos livros, Nísia defendeu suas ideias no jornal *O Espelho das Brasileiras*, em artigos escritos entre fevereiro e abril de 1831. João Telésforo, no artigo "Nísia Floresta: A

---

<sup>190</sup> Publicado na revista Estudos Avançados, do Instituto de Estudos Avançados da Universidade de São Paulo. vol.17 n°49, São Paulo set-dec 2003. Disponível em:< [https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-40142003000300010&script=sci\\_arttext&tlng=pt](https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-40142003000300010&script=sci_arttext&tlng=pt)> Acesso em: 24 jul. 2020.



feminista brasileira que você não encontrará nos livros de história”<sup>191</sup>, lembra que, por sua postura, Nísia recebeu não só críticas pedagógicas, mas ataques à sua vida pessoal.

Artigos nos jornais tentaram desqualificá-la como promíscua nas relações com homens e até mesmo com suas alunas. Mas essa brasileira não era de baixar a cabeça para as estratégias atávicas do patriarcado. Já no nome que adotou para si e deu à escola, um grito de autonomia contra a moral sexual machista: “Colégio Augusto”, homenagem ao seu companheiro Manoel Augusto, com quem corajosamente viveu e teve dois filhos, enquanto era acusada de adúltera pelo ex-marido, com quem fora obrigada a se casar – tendo-se separado dele no primeiro ano de casamento, aos 13 anos de idade. (TELÉSFORO, 2015, online).

Até meados do século XIX, as poucas revistas e jornais brasileiros direcionados às mulheres tinham linha machista e eram dirigidos por homens. A partir de 1850, começam a surgir os primeiros periódicos editados por mulheres. Vale destacar, em especial, dois desses impressos: o *Jornal das Senhoras*, da argentina Joana Manso (já mencionada), que passa a viver no Rio de Janeiro, e *O Belo Sexo*, de 1862, editado por Júlia de Albuquerque Sandy Aguiar. “Os críticos chegam junto, considerando-a desde sempre uma imprensa secundária, inconsistente e supérflua, pois destinava-se ao segundo sexo. Mas, ainda assim, veremos o quanto aquelas páginas artesanais lograram avançar em direção à construção da identidade feminina” (DUARTE, 2003, p. 155).

Apesar de seus alinhamentos ao pensamento liberal, essas primeiras defensoras dos direitos das mulheres nos dois países ofereceram importante contribuição na formação de uma consciência crítica sobre a condição feminina.

A partir de 1870, segundo Duarte (ibid.), surge um “espantoso número de jornais e revistas de feição nitidamente feminista, editados no Rio de Janeiro e em outros pontos do país”. Dentre eles, pode ser destacado *O Sexo Feminino*, jornal dirigido por Francisca Senhorinha da Mota Diniz, que teve longa duração, de 1873 a 1896.

Em seus artigos, Francisca Senhorinha alertava às mulheres que o “grande inimigo” era a “ignorância de seus direitos”, que “a ciência dos homens” se encarregava de manter. E que apenas com a instrução seria possível “quebrar as cadeias que desde séculos de remoto obscurantismo nos rodeiam”. O sucesso do periódico pode ser avaliado quando se sabe que foram impressos mais quatro mil exemplares dos primeiros dez números para atender aos ilustres novos assinantes do Rio de Janeiro, como o Imperador D. Pedro II e a Princesa Isabel. Depois, entusiasmada com a Proclamação da República, mudou o nome do jornal para *O quinze de novembro do sexo feminino*, e passou a defender com mais ênfase o direito das mulheres ao estudo secundário e ao trabalho, e a denunciar a educação mesquinha oferecida às meninas. (DUARTE, 2003, p. 156).

<sup>191</sup> Publicado em 31 de outubro de 2015, no portal Geledés. Disponível em: < <https://www.geledes.org.br/nisia-floresta-a-feminista-brasileira-que-voce-nao-encontrara-nos-livros-de-historia-2/> > Acesso em: 26 jul. 2020.

Desta fase, merece igualmente destaque o jornal *A Família*, dirigido de 1888 a 1897 por Josefina Álvares de Azevedo. Josefina, segundo Duarte, foi uma importante militante feminista do período que questiona com mais ênfase a construção ideológica do gênero feminino, cobrando mudanças radicais na sociedade. À frente do jornal, reivindicou, dentre outras pautas, o direito da mulher ao ensino superior, ao divórcio, ao trabalho remunerado e ao voto. Além disso, incentivava as brasileiras à ação:

Formem grupos e associações, fundem jornais e revistas, levem de vencida os tirocínios acadêmicos, procurem as mais ilustres e felizes, com a sua influência, aviventar a campanha em bem da mulher e seus direitos, no Brasil: e assim terão as nossas virtuosas e dignas compatriotas pelejado, com o recato e moderação naturais ao seu delicado sexo, pela bela idéia “Fazer da brasileira um modelo feminino de educação e cultura espiritual, ativa, distinta e forte”. (A FAMÍLIA, ANO I apud DUARTE, 2003, p. 157).

Tanto no Brasil como na Argentina, além de um feminismo burguês, é preciso registrar a partir de 1850 a existência dos movimentos anarco-feminista e do feminismo socialista, que propunham a adesão da mulher à luta nas fábricas. A pesquisadora argentina Maria Zaida Lobato (2009, p. 16) reforça a presença de uma imprensa feminista operária, entre o final do século XIX e o início do século XX, de orientação anarquista e socialista, concentrada na cidade de Buenos Aires.

As condições de trabalho entre homens e mulheres eram muito desiguais. No livro “Os Direitos das Mulheres – Feminismo e Trabalho no Brasil (1917-1937)”, a professora Glaucia Fraccaro, doutora em História Social do Trabalho, destaca a importância das operárias no movimento feminista brasileiro mostrando que, se a situação enfrentada pelos homens nas fábricas era precária, no caso das mulheres ela era subumana. Em uma entrevista de 2017 ao portal da Fitmetal<sup>192</sup> sobre o cenário enfrentado pelas trabalhadoras naquele período, Fraccaro afirma: “As condições de trabalho eram péssimas, com longas jornadas, alto custo dos alimentos e nenhuma garantia de direitos ou benefícios. Além disso, os relatos de abuso por parte de feitores e gerentes de oficinas eram recorrentes”.

Segundo Natália Martínez Prado, a imprensa feminista anarquista foi a primeira a denunciar esse quadro, e, além disso, alertava as mulheres para uma dupla exploração: a do patrão e a do marido.

(...) la particularidad del periódico anarquista deviene de la articulación significativa que entablaron entre dos fuentes de opresión distintivas sobre las

<sup>192</sup> Republicada em 1 de agosto de 2019 pela CGT (Central dos Trabalhadores e Trabalhadoras do Brasil). Disponível em: < <https://ctb.org.br/movimento-trabalhista/as-operarias-ocupam-mais-as-fabricas-que-ocupem-tambem-a-politica/> > Acesso em: 25 jul. 2020.

mujeres obreras: la devenida de su explotación en las fábricas y la vinculada a sus tareas en el hogar como madres y esposas. (...) Las anarquistas presentaron con claridad dos frentes de lucha: por un lado, un "enemigo común" junto a sus "compañeros", reconocido en términos generales como "la sociedad" o la "burguesía"; y por el otro, el de los "señores maridos", que a veces también incluía a "falsos anarquistas" o "anarquistas de macana" (PRADO, 2015, online).

Como exemplo da imprensa feminista argentina de orientação anarquista Prado aponta o jornal *La Voz de la Mujer*, criado em 1895, com o lema: “Ni Dios, Ni Patrón, Ni Marido”. O primeiro editorial do periódico, que era dirigido pela militante Virgina Bolten, destacava:

(...) hastiadas ya de tanto y tanto llanto y miseria, hastiadas del eterno y desconsolador cuadro que nos ofrecen nuestros desgraciados hijos, los tiernos pedazos de nuestro corazón, hastiadas de pedir y suplicar, de ser el juguete, el objeto de los placeres de nuestros infames explotadores o de viles esposos, hemos decidido levantar nuestra voz en el concierto social y exigir, exigir decimos, nuestra parte de placeres en el banquete de la vida. (LA VOZ DE LA MUJER, 1895 apud PRADO, 2015, online).

As publicações feministas socialistas também procuravam mostrar a importância de as mulheres abraçarem a causa operária, distanciando-se do feminismo burguês que não se opunha ao capitalismo, exatamente por gozar dos privilégios que o sistema lhes garantia. Mas nos periódicos socialistas havia uma linha mais complacente com os trabalhadores homens, no sentido solidário classista (tal como as mulheres eles eram explorados e com elas somariam forças para lutar por condições justas para todos, contra a exploração dos patrões). Em um ensaio de 1894, intitulado “Separación Contundente” (Reinliche Scheidung), a ativista marxista alemã Clara Zetkin (1857-1933) já alertava que a presença feminina nas fábricas demarcou ainda mais a luta de classes na sociedade capitalista. Ela defendia que as mulheres operárias deviam lutar ao lado do operariado masculino, por condições iguais de trabalho, e não com as feministas burguesas, que viviam uma realidade distante da enfrentada por elas. Para Zetkin, as reformas que as feministas burguesas buscavam eram conformadas dentro do sistema capitalista, sem confrontá-lo. Uma síntese sobre o pensamento de Zetkin pode ser visto no artigo “As Origens Operárias e Socialistas do Dia Internacional da Mulher”, escrito pelos professores de História Contemporânea da Universidade de Córdoba Cintia Frencia e Daniel Gaido<sup>193</sup>.

Dentre as publicações feministas socialistas da Argentina merece destaque a *Nuestra Causa – Revista Mensal do Movimento Feminista*, fundada pela médica Petrona Eyle e

<sup>193</sup> Publicado em 7 de março e 2017 na revista Cult. Disponível em: < <https://revistacult.uol.com.br/home/as-origens-operarias-e-socialistas-do-dia-internacional-da-mulher/>> Acesso em: 25 jul. 2020.

publicada em Buenos Aires entre 1919 e 1921. Segundo Claudia Montero Miranda, no artigo “Revistas feministas en Chile y Argentina: escrituras de y para mujeres en los años de entreguerras”<sup>194</sup>, a publicação:

se planteó como un espacio que acogía a todas las orientaciones feministas, y defendía la gran gama de temas que el feminismo latinoamericano ponía en el tapete: la profilaxis, la reforma a la legislación del trabajo, educación sexual, divorcio, sufragio y puericultura; además informaba (sobre) las actividades del feminismo en Europa y EEUU (MIRANDA, 2009, online).

Miranda afirma que foi por intermédio dessa revista que surgiu a iniciativa de criação da União Feminina Nacional da Argentina, vinculada ao Partido Socialista, assim como o Partido Nacional Feminino, envolvendo mulheres da classe média e da classe trabalhadora. “Consideraron varios aspectos, entre ellos valorar la tarea materna, luchar por los derechos políticos de las mujeres, erradicar la prostitución, cuidar a los niños y apoyar a adultos mayores e inválidos, así como impulsar el derecho a una vivienda digna” (MIRANDA, 2009, online).

Também deve ser lembrada a revista *Vida Femenina*, que circulou entre 1933 e 1942 em Buenos Aires, criada por mulheres associadas ao Partido Socialista e dirigida por María L. Berrondo.

Esta publicación fue una de las revistas feministas más importantes de la Argentina en las décadas de 1930 y 1940, en ella se analizaron los temas del momento: crisis económicas, crecimiento del militarismo, fascismo y antisemitismo de las derechas en Europa y la Guerra Civil Española. Además se preocupó de los problemas nacionales como las condiciones negativas de la pobreza urbana y rural, la falta de justicia económica y social hacia la mujer trabajadora, la salud y el bienestar de madre y niño, el fraude político, la inmadurez cívica del pueblo, la influencia de militares en política. Expuso un feminismo que ansiaba la equiparación y reconocimiento de las mujeres y la participación de las mujeres en la vida política y cívica de la Argentina. (MIRANDA, 2009, online).

Segundo Francini Masiello (apud RUIZ; OLVERA, 2016, p. 20), autora de “Entre civilización y barbarie: Mujeres, nación y cultura literaria en la Argentina Moderna”

La publicación de *Vida Femenina* representó un llamado dramático de las mujeres socialistas en defensa de la participación femenina ante las limitaciones que asignó a las mujeres el discurso nacionalista en la década del treinta. La revista trataba con su discurso de reformar el orden social, ante diversos problemas sociales y políticos que se incrementaban en Argentina y tomó un papel de denuncia social en favor del cambio. Con un contexto “magazzinesco”, tomó fuerza *Vida Femenina*, entregando un producto ideado para el público, con ideología en favor de la igualdad y derecho de las mujeres e información que trataba de ayudar al pueblo de Argentina en aspectos cotidianos así como

---

<sup>194</sup> Publicado em 2009 no dossiê “Representaciones urbanas e identidades femeninas en América Latina (de fines del siglo XIX a principios del siglo XXI)”, coordinado por Claudia Darrigrandi, María Lucía Puppo e Graciela Queirolo. Disponível em: <https://journals.openedition.org/nuevomundo/57693#quotation> Acesso em: 26 jul. 2020.

trascendentes de la realidad social y política, otorgando también servicio a la comunidad, como datos para la solución de problemas.

No Brasil, segundo Duarte, as primeiras décadas do século XX são marcadas por uma organização mais forte das mulheres, que passam a lutar de forma veemente pelo direito ao voto, ao curso superior e à ampliação do campo de trabalho, para as áreas de comércio, repartições, hospitais e indústrias, e não só o professorado.

Muitos nomes se destacam, entre eles o de Bertha Lutz (1894-1976), formada em Biologia pela Sorbonne, que vai se tornar uma das mais expressivas lideranças na campanha pelo voto feminino e pela igualdade de direitos entre homens e mulheres no Brasil. Durante anos Bertha foi incansável nos discursos, nas audiências com parlamentares, e na redação de textos inflamados, como o que publicou na Revista da Semana, em 1918, denunciando a opressão das mulheres e propondo a criação de uma associação para “canalizar todos os esforços isolados”. Com outras companheiras, logo fundou a Federação Brasileira pelo Progresso Feminino, que se disseminou em praticamente todos os Estados e resistiu por quase cinquenta anos. (DUARTE, 2003, p.160).

Cedendo aos protestos e à mobilização feminina, o presidente Getúlio Vargas incorporou, em 1932, o direito das mulheres ao sufrágio no novo Código Eleitoral, mas, como também suspendeu as eleições, as brasileiras só puderam exercer o direito ao voto na disputa eleitoral de 1945. Na Argentina, o voto feminino foi conquistado em 1947, por intermédio da Lei nº 13.010, também conhecida como “Lei Evita”, que estabelecia o sufrágio feminino e reconhecia a igualdade de direitos políticos entre mulheres e homens. Segundo o historiador Felipe Pigna, autor do livro “Evita, realidade ou mito: a biografia definitiva da mulher mais amada e odiada da Argentina” (2013), embora a luta pelo voto feminino fosse vista no país desde o início do século XIX, a figura de Eva Perón (esposa de Juan Domingo Perón, durante seu primeiro mandato – de 1946 a 1952) foi fundamental para essa conquista. Em entrevista para as jornalistas Mayara Paixão e Vivian Fernandes, do *Brasil de Fato*<sup>195</sup>, Pigna afirma que os direitos e a politização das mulheres argentinas foram em boa parte impulsionados pelas ações de Evita (é carinhosamente chamada assim pelos argentinos). “Evita lutava pelos direitos das mulheres, direitos civis e de trabalho. Os direitos civis tinham a ver com a igualdade dos homens e das mulheres, salários iguais para trabalhos iguais, a educação em todos os âmbitos, a promoção social” (PIGNA apud PAIXÃO; FERNANDES, online).

---

<sup>195</sup> Intitulada “Eva Perón, 100 anos | Uma vida dedicada aos direitos sociais do povo argentino”, publicada em 7 de maio de 2019. Disponível em: <<https://www.brasildefato.com.br/2019/05/07/eva-peron-100-anos-or-o-legado-da-mulher-que-virou-simbolo-da-historia-argentina/>> Acesso em: 25 jul. 2020.

Em entrevista às pesquisadoras Carmen Sílvia Moraes Rial e Miriam Pillar Grossi, da Universidade Federal de Santa Catarina<sup>196</sup>, María Luisa Femenías, uma das principais filósofas feministas argentinas da contemporaneidade, destaca que, embora tenha, sem dúvida, sido uma figura feminina muito inspiradora e tenha contribuído para a conquista de direitos para as mulheres, Eva Perón não pode ser classificada como uma militante feminista, primeiro porque desconsiderou a luta das feministas que atuaram antes dela (como as das militantes anarquistas e socialistas) e, em segundo lugar, pelo fato de os princípios feministas não aparecerem em seu discurso.

(...) É verdade que Eva Perón, como figura feminina, foi muito carismática e muito importante, porém o peronismo, em geral, não reconhece toda a trajetória socialista, anarquista, radical anterior. Eva Perón era uma mulher absolutamente carismática, com uma energia muito forte, com uma implícita, eu diria implícita, reivindicação de classe, por pertencimento próprio. Não explícita, pois não há uma teoria de classe, isso não aparece no seu discurso, tampouco tem um discurso feminista. Isso foi muito bem trabalhado por Mirta Lobato, que tem um excelente livro em que discute Eva Perón, ou Eva Duarte de Perón, como se queira dizer, mostra claramente que ela não tem princípios feministas. O que tem é um discurso carismático e uma capacidade incrível de se comunicar com as pessoas, de convocar as pessoas. Mas sempre fala em nome de Perón, em nome do general. Então, do ponto de vista estritamente feminista, de gênero, há uma mediação muito forte de sua figura, que obviamente ganha votos não para ela, não se reverte para ela, mas para Perón, que termina com a vitória nas eleições etc. Então, essa é uma análise a partir de minha posição, por suposição. No discurso peronista o feminismo começa com Eva Perón; há uma espécie de tábula rasa de todas as mulheres anteriores que trabalharam realmente com o feminismo. E a figura de Eva Perón divide o feminismo. Divide o feminismo porque muitas mulheres seguem-na e reivindicam-na, ao mesmo tempo que muitas mulheres não apenas não votam nela, como não podem atuar na arena pública porque estão proscritas como antiperonistas. (LOBATO, online).

A partir de 1970, de acordo com Duarte (p. 165), começa a surgir a fase do feminismo brasileiro “mais exuberante, a que foi capaz de alterar radicalmente os costumes e tornar as reivindicações mais ousadas em algo normal”. Essa etapa se inicia com as mulheres tendo que associar as pautas feministas à luta contra uma situação que impedia a liberdade de pensamento e organização de diferentes segmentos sociais do país: a repressão e a censura instauradas com o Golpe de 1964, mais especificamente a partir de 13 de dezembro de 1968 com o Ato Institucional nº 5, que suspendeu todos direitos civis e políticos e acirrou as medidas de terrorismo de Estado.

---

<sup>196</sup> Intitulada “Nem Deus, nem amo, nem marido: uma trajetória do feminismo na Argentina - entrevista com María Luisa Femenías”, publicada vol.17, n.3, set.-dez. 2009, da Revista Estudos Feministas, da Universidade Federal de Santa Catarina. Disponível em:<[https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-026X2009000300005](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-026X2009000300005)> Acesso em: 25 jul. 2020.

Enquanto nos outros países as mulheres estavam unidas contra a discriminação do sexo e pela igualdade de direitos, no Brasil o movimento feminista teve marcas distintas e definitivas, pois a conjuntura histórica impôs que elas se posicionassem também contra a ditadura militar e a censura, pela redemocratização do país, pela anistia e por melhores condições de vida. (DUARTE, 2003, p.165).

No clássico “Jornalistas e Revolucionários – Nos tempos da Imprensa Alternativa”, Bernardo Kucinski aponta alguns veículos do jornalismo de oposição à ditadura que se destacaram nos 70 pela linha feminista. Ele começa falando do *Brasil Mulher*, criado por Therezinha Zerbini e Joana Lopes, em dezembro de 1975, com o apoio do Movimento Feminino pela Anistia (MFA). O feminismo do Brasil Mulher foi fortemente influenciado pelo marxismo. Em sua primeira edição, o jornal alertava: “Não há liberdade para a mulher enquanto não houver liberdade para o ser humano”. O impresso também tinha linha maoísta: “voltado para a temática da pobreza e da miséria, que no Brasil tem como subprodutos problemas femininos graves e específicos, entre os quais mortes por abortos clandestinos – afetando apenas as mulheres pobres – e a prostituição infantil” (KUCINSKI, 2003, p. 127).

O *Brasil Mulher* chegou a ter tiragem de 10 mil exemplares e distribuição nacional. Acabou morrendo em 1977, após divergências entre Therezinha e Joana (Therezinha defendia a anistia, mas não para os militantes da luta armada) e outras feministas que passaram a escrever no impresso e tinham forte ligação com o PCdoB (Partido Comunista do Brasil), como Maria Amélia Machado e Rosalina Santa Cruz. Essas últimas pretendiam focar o jornal nas lutas das mulheres trabalhadoras, com uma perspectiva de ampliação partidária. (KUCINSKI, 2003, p. 128).

Em 1976 surgiu o *Nós Mulheres*, criado pela militante Anamércia Veinsecher. O jornal nascia com uma base de ativismo mais ampla que o *Brasil Mulher*, incluindo membros de clubes de mães engajadas em lutas por creches na zona sul de São Paulo. “Após vários encontros organizados pelo Centro de Desenvolvimento da Mulher Brasileira, haviam decidido lançar um jornal, nascido assim diretamente dos movimentos de base femininos.” (Ibid.). O *Nós Mulheres*, que segundo Maria Amélia de Almeida Teles (apud DUARTE, 2003, p.166) teria tido o primeiro número financiado pela cantora Elis Regina, também possuía visão classista, mas autonomia para a luta feminista:

O primeiro jornal feminista brasileiro a colocar que o privado também era público e a levantar questões como a sexualidade, a criança, a privilegiar o ângulo da liberdade (...) não separamos a luta da mulher da luta de todos, homens e mulheres, pela sua emancipação. Nós Mulheres decidimos fazer este jornal feminista para que possamos ter um espaço para discutir nossa situação e nossos problemas (...) (NÓS MULHERES, 1976 apud KUCINSKI, 2003, p. 129).

O jornal criou uma Associação de Mulheres e circulou durante dois anos, com tiragens que variavam de 2.000 a 10.000 exemplares.

A pesquisadora Rosalina Leite, no artigo “Brasil Mulher e Nós Mulheres: origens da imprensa feminista brasileira”<sup>197</sup>, destaca que os dois jornais procuraram aliar as lutas gerais da esquerda às específicas do feminismo:

Durante o tempo de sua existência, os dois jornais reafirmam constantemente sua identidade feminista, porém o fazem geralmente na defensiva, argumentando que o feminismo não separa a luta pela emancipação das mulheres da luta pela emancipação humana, que a luta das mulheres não é contra os homens, mas a favor de novas relações igualitárias, etc. (LEITE, 2003, p. 239).

Kucinski qualifica como “o mais duradouro e mais feminista dos jornais feministas” a publicação *Mulherio*, lançada em 1981, no declínio do regime militar. Editado pela jornalista e designer Adélia Borges, que já tinha atuado no jornal *Movimento* (como se verá adiante esse foi um dos impressos de destaque da imprensa de resistência à ditadura), *Mulherio* circulou até janeiro de 1990 e contava com a ajuda material da Fundação Carlos Chagas. Diferentemente de seus antecessores, *Mulherio* enfatizava não representar nenhum grupo feminista em particular. O jornal, de acordo com Kucinski (2003, p. 129), fugiu do modelo organizativo da imprensa alternativa dos anos 1970, “apesar das semelhanças em conteúdo, postura e padrão editorial”.

O autor observa que muitas jornalistas feministas do período participaram simultaneamente de diversos jornais, num movimento solidário a outras colegas.

Propunham-se num primeiro momento a “subsidiar, apoiar e divulgar (...) as atividades de grupos de mulheres (que surgiram em vários estados brasileiros), assumindo a defesa de lutas políticas e econômicas, através de associações de donas de casa, clubes de mães (...). Assim como os alternativos orgânicos formulavam os propósitos ora de organizar os trabalhadores, ora de subsidiar suas lutas, a modalidade feminista, propunha-se a subsidiar essas mesmas lutas, desde que travadas por mulheres. (KUCINSKI, 2003, p. 129-130).

Vale ressaltar uma polêmica que de certa forma assistimos até hoje nas forças progressistas masculinas de nosso país. Segundo Kucinski, parte da imprensa alternativa da época menosprezava algumas questões feministas ligadas à sexualidade e ao corpo. Enquanto a liberdade sexual era amplamente debatida na Europa e nos EUA, com a exaltação de conquistas como a pílula anticoncepcional, aqui alguns intelectuais e lideranças políticas

---

<sup>197</sup> Publicado na Revista Estudos Feministas, v.11, n.1, 2003, da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Disponível em:< <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/S0104-026X2003000100014>> Acesso em: 20 jun. 2020.



progressistas torciam o nariz para esse debate. Periódicos importantes do período chegaram a ridicularizar esses temas.

(...) o feminismo ainda era tratado com desdém e mesmo chacota, inclusive por O Pasquim, que fazia o gênero do jornal machista como parte de sua postura geral “anticlasse média moralista”, especialmente através dos artigos de Ivan Lessa, Ziraldo e Paulo Francis. Frequentemente, associavam o feminismo à frustração sexual (Ibid., p. 124).

Para confrontar a visão preconceituosa e pudica de alguns impressos alternativos, nascem alguns veículos como o tabloide *O Beijo*, de 1977, criado por Júlio Cesar Montenegro, Genilson Cezar, Ronaldo Brito e Caio Túlio Costa. O jornal, que discutia, dentre outros temas, a questão do prazer e sua necessidade, atacando a repressão à sexualidade, também denunciou a concepção de homossexualidade de publicações como *O Pasquim*: “Simulando liberar, quando a imprensa progressista tratava da homossexualidade era apenas para lhe indicar rigidamente o seu lugar no meio social” (O BEIJO, 1977 apud KUCINSKI, 2003, p. 131).

Aliás, em relação à liberdade sexual e às lutas da população LGBT, é importante registrar o lançamento em 1978 do jornal *Lampião da Esquina*, por Aguinaldo Silva, que se tornaria um grande diretor de novelas na TV. Sua bandeira era “a defesa aberta e franca dos direitos das minorias sexuais”. Circulando até junho de 1981, o impresso, segundo Kucinski, começou político e terminou com viés pornográfico, convergindo com a “explosão pornográfica” (expressão usada pelo autor) no país por conta do processo de abertura e da demanda reprimida durante os anos do regime militar. Os jornalistas que atuaram no *Lampião* tornaram-se ativistas da causa LGBT, contribuindo substancialmente para o debate das pautas dessa população.

Chegaram a enviar um manifesto em defesa dos direitos dos homossexuais ao Congresso Internacional pela Anistia e Liberdades Democráticas, que então se realizava em Roma, subscrito também pelo “Somos – Grupo de Afirmação Homossexual”. O manifesto exigia, “além do direito ao trabalho, o direito legítimo e inalienável ao prazer que é parte do seu direito à vida e à sobrevivência (...). Acusavam a sociedade brasileira, inclusive “setores progressistas”, de consagrarem a “discriminação sexual”. (Ibid., p. 132).

No livro “A identidade Cultural na Pós-Modernidade”, Stuart Hall mostra que o feminismo foi um dos fatores que mais contribuíram para a fragmentação da noção de identidade ao longo do século XX. Ao questionar os papéis estabelecidos para o homem e para a mulher, criando a possibilidade de inversões e mixagens, esse movimento abriu o leque para outras discussões de gênero, inclusive as feitas pelo movimento LGBT. E a bandeira da liberdade sexual se insere em meio a essas discussões.

Mas o feminismo teve também uma relação mais direta com o descentramento conceitual do sujeito cartesiano e sociológico: Ele questionou a clássica distinção entre o "dentro" e o "fora", o "privado" e "público". O slogan do feminismo era: "o pessoal é político"; Ele abriu, portanto, para a contestação política, arenas inteiramente novas de vida social: a família, a sexualidade, o trabalho doméstico, a divisão doméstica do trabalho, o cuidado com as crianças, etc; Ele também enfatizou, como uma questão política e social, o tema da forma como somos formados e produzidos como sujeitos generificados. Isto é, ele politizou a subjetividade, a identidade e o processo de identificação (como homens/mulheres, mães/pais, filhos/filhas); Aquilo que começou como um movimento dirigido à contestação da posição social das mulheres expandiu-se para incluir a formação das identidades sexuais e de gênero; O feminismo questionou a noção de que os homens e as mulheres eram parte da mesma identidade, a "Humanidade", substituindo-a pela questão da diferença sexual. (HALL, 2001. p. 45).

Mas voltando à discussão da imprensa feminista no período da ditadura, falemos sobre a Argentina. Naquele país os militares assumiram mais uma vez o poder com um golpe no dia 24 de março de 1976, autodenominado “Processo de Reorganização Nacional”, que tirou do poder Isabelita Perón (María Estela Martínez de Perón), segunda esposa e vice de Juan Domingo Perón, eleito em 1973 (ele morreu menos de um ano depois da posse). Perón, que antes fora presidente do país por dois mandatos, já havia sido alvo de um golpe em 1955 também por parte dos militares. O clima já era tenso no país, com repressão a jornalistas, antes do golpe. Após a deposição de Isabelita, quatro juntas militares revezaram-se no poder com uma política voltada a fazer desaparecer todos que no entendimento do regime pudessem representar uma ameaça ao país. A Argentina presenciou a ditadura mais sanguinária da América do Sul, com a estimativa de 30 mil civis assassinatos entre 1976 e 1982. Apenas para se ter uma ideia, no Brasil, segundo o resultado dos trabalhos da Comissão Nacional da Verdade foram 434 mortos e desaparecidos entre 1964 e 1985.

O governo entendia que uma severa repressão era a condição necessária para combater a esquerda e instaurar uma nova ordem econômica e institucional de caráter impopular. A CGT e os mais importantes sindicatos do país sofreram intervenção governamental, seus fundos foram congelados e as greves proibidas; os partidos políticos foram proscritos e foi imposta uma rígida censura aos meios de comunicação. Para Jorge Rafael Videla, um terrorista não era só o portador de uma bomba ou uma pistola, mas também quem difundisse ideias contrárias à civilização cristã e ocidental (...) A repressão argentina foi indiscriminada, pois a maioria das vítimas não participava nem das organizações de esquerda nem da luta armada. Atingiu trabalhadores que reivindicavam melhorias salariais, jovens ligados ao movimento estudantil, jornalistas e advogados contrários à ditadura, sociólogos e psicólogos por pertencerem a profissões não confiáveis, padres, freiras e toda e qualquer pessoa suspeita de se relacionar com um grupo subversivo. Nem crianças, bebês e mulheres grávidas foram poupados (BEIRED, 1996, p. 75).

Por conta de todo um sistema voltado a assassinatos e repressões, a mídia hegemônica, que de início apoiou o golpe e foi seu sustentáculo, foi amordaçada e praticou a autocensura. Já a imprensa alternativa, incluindo aí a feminista, mal podia se dar ao luxo de existir. No artigo

“El feminismo durante la dictadura militar argentina”<sup>198</sup>, Mabel Bellucci comenta sobre o forçoso exílio a que foram submetidas as ativistas feministas nesse período:

Durante todo este período, mientras que los feminismos centrales ampliaban sus fronteras internacionalizándose como pocas veces en su historia, en nuestro país las mujeres de las izquierdas y del feminismo ingresaban al anonimato del silencio o se retiraban al exilio, dispersas por Europa y América Latina. Y aquellas agrupaciones que habían surgido durante los setenta, corrieron la misma suerte que todas las otras expresiones democráticas del país: su desaparición de la actividad pública. Ello llevó a una imposibilidad de disponer de contactos con el exterior y de acceder a la frondosa literatura feminista, como también desconocer acciones de envergadura que se estaban desarrollando en el resto del mundo (BELLUCCI, online).

Claro que algumas bravas mulheres continuavam a se reunir e se organizar em segredo e outras, como as Mães da Praça de Maio, no ímpeto do desespero, arriscaram-se ao se manifestarem publicamente a partir de 1977 pedindo respostas ao regime para o sumiço de seus filhos.

Somente com o fim da ditadura em 1983, depois da derrota argentina para os ingleses na guerra pela disputa das Ilhas Malvinas (a população se voltou contra os militares pela falta de estratégia no conflito que levou à morte de 800 argentinos; na verdade, o regime começou a se enfraquecer desde 1980 por uma série de fatores), foi que as feministas, os jornalistas, os acadêmicos e todo resto da sociedade que discordava das ideias dos militares puderam se manifestar livremente, sem ser de forma clandestina ou por subterfúgios. Como afirma a pesquisadora Paula Torricella<sup>199</sup>, da faculdade de Ciências Sociais da Universidade de Buenos Aires, “cuando en 1983 se retoma la senda democrática, las feministas vuelven a la escena pública con más énfasis que antes, aunque se puede decir que no habían dejado completamente de activar “en las catacumbas”.

Em 1984 surge a revista *Brujas*, do grupo feminista ATEM “25”. Suas integrantes participavam de atividades feministas desde 1977 e, com o fim da ditadura, puderam lançar a publicação e impulsionar a batalha por suas causas. A sigla do grupo significa “Associação de Trabalho e Estudo sobre a Mulher”. O número 25 se refere à data de 25 de novembro: Dia Internacional contra a Violência Social, Sexual e Política das Mulheres, que foi estipulado no

<sup>198</sup> Publicado no portal argentino Río Negro. Disponível em: < <https://www.rionegro.com.ar/el-feminismo-durante-la-dictadura-militar-argentina-AJHRN0109181618701/>> Acesso em: 25 jul 2020.

<sup>199</sup> No artigo “La revista Brujas, militancia feminista en democracia”, publicado no IV Congreso Internacional de letras, da Faculdade de Ciências Sociais da Universidade de Buenos Aires. Disponível em: < <http://eventosacademicos.filo.uba.ar/index.php/CIL/IV-2010/paper/viewFile/2921/1339>> Acesso em: 25 jul. 2020.

1º Encontro Feminista da América Latina e Caribe, realizado na cidade de Bogotá, na Colômbia, em 1981.

Como grupo de estudio, ATEM se propuso abordar la condición social de las mujeres en la sociedad en la que vivían las integrantes del mismo. Con el tiempo fueron privilegiando dos áreas temáticas: la violencia sexual y los derechos laborales de las mujeres, especialmente el trabajo doméstico. Pero también dedicaron mucha atención a temas vinculados con el ejercicio de la sexualidad y a los distintos modos de organizar la movilización feminista. (TORRICELLA, online)

Se na Argentina, de acordo com Torricella, o período pós-ditadura implicou no renascimento e impulsão do movimento feminista, no Brasil, para a pesquisadora Constância Lima Duarte, houve um arrefecimento e acomodação desse movimento e, conseqüentemente, sua imprensa.

Em tempos de globalização selvagem, em que os saberes instituídos parecem ter a textura da areia movediça, tal seu caráter difuso e maleável, feministas continuam assimilando novidades trazidas do exterior, subdivididas em interesses fragmentados (...) Há quem defenda inclusive, que estes seriam tempos “pós-feministas”, pois as reivindicações (teoricamente) estariam atendidas e ninguém ousa negar a presença das mulheres na construção social dos novos tempos (DUARTE, 2003, p.167).

Não concordamos com essa colocação. Primeiramente porque, conforme mostramos ao longo do nosso resgate histórico, desde sempre o movimento feminista foi fragmentado e tende a continuar a ser à medida que a mulher for enfrentando novos cenários. Consideramos também que há muitas reivindicações ainda não atendidas, tanto novas como antigas (como a luta para que as mulheres ocupem as mesmas funções e recebam os mesmos salários que os homens<sup>200</sup>, no mercado de trabalho, ou tenham a mesma participação que os homens na política). Portanto, a batalha prossegue e se mostra cada vez mais necessária e forte. Basta lembrar da conquista das mulheres argentinas que tiveram o aborto gratuito transformado em lei, em 30 de dezembro de 2020, após anos de intensa mobilização do movimento feminista (como apontaremos no próximo Capítulo, a partir da fala de diferentes entrevistados). Além disso, não é possível se falar de um único feminismo. Embora defendamos a corrente feminista marxista, que se opõe à lógica do capital, não podemos deixar de considerar a realidade de cada grupo de mulheres,

---

<sup>200</sup> Uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostra que as mulheres ganham menos do que os homens em todas as ocupações selecionadas. As mulheres ganham, em média, 20,5% menos que os homens no país, de acordo com o estudo. Disponível em: <

quando sabemos que muitas companheiras negras mal conseguem entrar nessa discussão, já que muitas vezes estão cuidando dos filhos das mulheres brancas ou lutando pela própria sobrevivência (em um país em que essas mulheres são as principais vítimas de homicídio, de acordo com um levantamento feito pelo portal *GI* em 2020, com base nos dados oficiais dos 26 estados e do Distrito Federal <sup>201</sup>). Não consideramos que o feminismo perdeu força no campo comunicacional. Conforme mostraremos no próximo Capítulo, ele é uma constante nas iniciativas de comunicação contra-hegemônica da atualidade, e essas iniciativas consideram e respeitam as realidades vividas por cada grupo de mulheres.

Antes de encerrar este item, não podemos deixar de assinalar o descaso que observamos para com a imprensa feminista nos principais livros de história do jornalismo brasileiro, como no clássico “História da Imprensa no Brasil”, de Werneck Sodré. Poucas linhas são dedicadas a essa imprensa e à participação da mulher no jornalismo. O mesmo foi observado em livros sobre a trajetória do jornalismo argentino, como na obra “Historia del Periodismo Argentino”, de Juan Romulo Fernandez. Essa é mais uma prova da prevalência da ótica dos grupos hegemônicos, no caso o masculino, na nossa história.

#### **4.6 - A imprensa de resistência à ditadura militar**

Curiosamente, um dos períodos de maior cerceamento à liberdade de expressão em nosso país, com repressão, perseguição e mortes, foi também um dos momentos mais vibrantes da imprensa contra-hegemônica brasileira. Enquanto os grandes meios de comunicação, alinhados ao capital, apoiavam o Golpe militar de 1964, em defesa da “segurança nacional”, e adotavam a autocensura, dezenas de jornalistas, acadêmicos, militantes e trabalhadores se mobilizavam para desconstruir, através de jornais, revistas e outras ferramentas de comunicação, o discurso amplificado pela grande mídia e denunciar as atrocidades que vinham acontecendo nos porões dos aparelhos de repressão do Estado, além de fortalecer as estratégias e os ânimos daqueles que, mesmo com todas as ameaças, mantinham-se firmes no propósito de lutar por um mundo mais justo. Havia ainda periódicos voltados a outras temáticas (que não diretamente a política) e com propostas ousadas de linguagem e estética que, para os militares, igualmente eram subversivos, por saírem do padrão do que eles consideravam como sendo

---

<sup>201</sup> Segundo dados do Monitor de Violência, do *GI*, presentes na reportagem “Mulheres negras são as principais vítimas de homicídios; já as brancas compõem quase metade dos casos de lesão corporal e estupro”, de Clara Velasco, Felipe Grandin, Gabriela Caesar e Thiago Reis. Disponível em: <<https://g1.globo.com/monitor-da-violencia/noticia/2020/09/16/mulheres-negras-sao-as-principais-vitimas-de-homicidios-ja-as-brancas-compoem-quase-metade-dos-casos-de-lesao-corporal-e-estupro.ghtml>> Acesso em: 25 jul. 2020.

“aceitável” para a sociedade da época. Segundo Rivaldo Chinem, na obra “Imprensa Alternativa – Jornalismo de Oposição e Inovação” (1995, p. 8), “circularam publicações que defendiam temas que iam da ecologia ao direito de fazer poesia marginal”.

Entre 1964 e 1980, existiram no Brasil cerca de 150 periódicos de oposição ao regime militar, segundo levantamento feito por Kucinski, a partir da extensa pesquisa de doutorado que resultou no seu livro “Jornalistas e Revolucionários – Nos tempos da imprensa alternativa”. Ele entrevistou diversos personagens que atuaram nessas publicações. A maioria desses impressos era tabloide e circulava localmente, com pequena tiragem e curta duração, mas existiram veículos com outros formatos, como o *standard*, com tiragens expressivas, fôlego e distribuição nacional. No período considerado por Kucinski (Ibid., p. 21) como “apogeu da imprensa alternativa” (de 1975 a 1977), a circulação simultânea dos oito maiores jornais de oposição do país somava 160 mil exemplares por semana.

Esses jornais denunciavam a tortura, a violação de Direitos Humanos e os efeitos perversos do chamado “milagre econômico” – crescimento econômico elevado que acontecia no país, usado como propaganda pelo regime e que acabou por gerar hiperinflação e uma enorme dívida externa. “Os jornais alternativos políticos foram (...) os únicos em toda a imprensa brasileira a perceberem os perigos do crescente endividamento externo, ainda em 1973, e o agravamento das iniquidades sociais” (KUCINSKI, 2003, p.14).

Os periódicos da imprensa alternativa surgiam da articulação das esquerdas (que buscavam amplificar as transformações que sonhavam para a sociedade) com jornalistas e intelectuais (que precisavam de um espaço que não fosse a mídia hegemônica para colocar suas ideias).

(...) apareciam de todas as formas, nasciam de discussões em pequenos grupos e ganhavam mercado seja pela venda de mão em mão, seja por intermédio das bancas de jornais, com todas as dificuldades implícitas da época e mais as inerentes à distribuição no intrincado mercado de jornais e revistas. (CHINEM, 1999, p. 8).

De acordo com o jornalista Flávio Aguiar, no artigo “Imprensa alternativa: Opinião, Movimento e Em Tempo, publicado no livro História da Imprensa no Brasil” (MARTINS; DE LUCA, 2008, p. 236), à demanda de jornalistas e intelectuais e militantes que estavam sedentos por expor suas ideias de maneira livre “acrescentaram-se facilidades técnicas crescentes como a introdução progressiva do offset, do xerox e do fax, permitindo a impressão compensadora de tiragens menores e mais baratas, além de facilitar as comunicações entre os grandes centros urbanos”.

Esses impressos compartilhavam um mesmo conjunto de crenças e ideais, embora tivessem muitas vezes diferentes enfoques temáticos e linhas editoriais. Alguns, por exemplo, estavam ligados a organizações políticas clássicas, como partidos, buscando apoiá-las. Todos, no entanto, nutriam uma aversão ao sistema capitalista. Segundo Kucinski (Ibid., p. 19), entre as concepções vigentes de luta contra o Capital seguidas por esses impressos destacava-se a gramsciana:

(...) entendendo os jornais como entidades autônomas, com o principal propósito de contribuir com a formação de uma consciência crítica nacional. Algumas plataformas programáticas, como as do *Informação*, dirigido por Adelmo Genro Filho, e as do *Amanhã*, liderado por Ricardo Maranhão e Chico de Oliveira, reproduziam literalmente as proposições de Gramsci sobre o papel dos intelectuais no processo de construção de uma hegemonia.

Por conta da visão gramsciana, os periódicos procuravam desmontar o discurso oficialista dos grandes meios de comunicação e convidavam para seus conselhos editoriais personalidades de prestígio do campo da intelectualidade para legitimar sua linha editorial, ampliando sua base de sustentação na luta pela hegemonia na sociedade.

Flávio Aguiar confirma que jornais como *Opinião*, *Movimento* e *Em Tempo* disputavam o poder da informação com a mídia hegemônica.

Tanto é assim que nesses jornais não se aceitava tranquilamente a classificação de “imprensa alternativa”, muito menos “nanica”. Não, a Imprensa, assim com maiúscula, deveria, de acordo com os envolvidos na fatura desses jornais, ser aplicada a eles, que se consideravam os efetivos defensores do povo brasileiro, ou dos trabalhadores, ou nacionais, o que fosse. Ainda segundo eles, os outros jornais, mesmo tendo grande circulação, é que se constituíam em imprensa minúscula, por serem subalternos, apequenados e menores do ponto de vista jornalístico. (AGUIAR, 2008 apud MARTINS; DE LUCA, 2008, p. 237-238).

No que se refere à organização, caracterizavam-se por defender uma estrutura democrática e participativa. Essa obstinação pela contemplação dos pontos de vistas de todos acabava se perdendo, de acordo com Kucinski, diante das investidas dos partidos clandestinos da época que buscavam prevalecer na linha editorial dos jornais. Assim, era comum acontecerem “rachas” em função das divergências de posicionamentos políticos a serem seguidos. Já falamos sobre isso anteriormente quando tratamos dos desentendimentos ocorridos no jornal feminista *Brasil Mulher*, que pertenceu à imprensa alternativa.

Ainda sobre como se estruturavam, cabe dizer que o viés anticapitalista levava a um repúdio ao lucro. Segundo Kucinski (Ibid., p. 19), “toda acumulação era vista como um roubo, identificada com a “acumulação primitiva” referida por Marx”. Por isso não conseguiam criar mecanismos de acumulação que seriam, de certa forma, importantes para manter os jornais.

O processo de produção dos textos costumava ser descentralizado. “Os jornalistas se encarregavam de tudo nesses jornais, desde pauta e elaboração das reportagens até distribuição em bancas e em esquemas improvisados, através de movimentos organizados nas periferias das nossas cidades” (CHINEM, 1999, p. 8).

A imprensa alternativa foi bastante importante não só por seu caráter combativo, mas por renovar a linguagem e a estética do jornalismo brasileiro. Muitos periódicos se destacavam pelo texto mais trabalhado, irônico e pela criatividade no aspecto visual. Nesse período de resistência surgem veículos, como a revista *Realidade* (1966-1976) que trabalhava a grande reportagem, com a aplicação de recursos literários, apostando em temáticas que eram proibitivas aos olhos dos militares, como o aborto e o celibato. Tudo isso com a diagramação e a fotografia sendo exploradas de maneira extremamente criativa. De acordo com Cláudia Lago e Richard Romancini, no livro “História do Jornalismo no Brasil”, é comum que a imprensa alternativa seja associada à fermentação cultural ocorrida no país (e no mundo) nos anos de 1960 e 1970.

Os movimentos estudantis que, desde as lutas parisienses de maio de 1968, proclamavam a necessidade de colocar a “imaginação no poder”; os protestos contra a guerra do Vietnam; a música dos Beatles, em sua fase mais experimental; a então romanticamente inspiradora Revolução Cubana; o jornalismo underground norte-americano e a contracultura; o Tropicalismo; o uso das drogas para alcançar “estados superiores de consciência”, entre outros aspectos, fizeram parte do contexto que influencia diretamente este jornalismo. (LAGO; ROMANCINI, 2007, p. 141).

Kucinski salienta que existiam, basicamente, duas grandes classes de jornais alternativos:

Alguns, predominante políticos, tinham raízes nos ideais de valorização do nacional e do popular dos anos de 1950 e no marxismo vulgarizado dos meios estudantis nos anos de 1960. Em geral pedagógicos e dogmáticos. (...) Revelavam novos personagens do nosso cenário, como os bóias-frias, protagonizaram em suas páginas os movimentos populares de reivindicações e de protesto e discutiam os temas clássicos das esquerdas, como o do caminho da revolução brasileira e as táticas e estratégias de oposição durante o longo processo de abertura. A outra classe de jornais tinha suas raízes justamente nos movimentos de contracultura norte-americanos e, através deles, no orientalismo, no anarquismo e no existencialismo de Jean Paulo Sartre. Rejeitavam a primazia do discurso ideológico. Mais voltados à crítica de costumes e à ruptura cultural, investiam principalmente contra o autoritarismo na esfera dos costumes e o moralismo hipócrita da classe média. (KUCINSKI, 2003, p. 14-15).

Em relação aos periódicos políticos, estavam inclusos neles os impressos operários, agora ligados a sindicatos. Desbaratados pelo regime com a forte repressão pós-68, esses jornais voltam a se articular a partir de 1974, com uma nova estratégia de combate. A luta armada,



antes vista como um dos principais caminhos por muitos desses impressos, começa a ser deixada de lado e passa-se a pensar em derrubar o sistema, para conseguir condições melhores aos trabalhadores, através de instrumentos legais, como a participação no processo eleitoral. “O primeiro indício favorável é a expressiva vitória do Movimento Democrático Brasileiro (MDB), em 1974, que ensina a oposição a “forçar a ditadura através de mecanismos político-partidários, de mecanismos de organização reivindicativa local – comunidades de base, da preparação da luta sindical, etc.” (FERREIRA, 1988, p. 50). Dentre os exemplos de jornais operários ligados a partidos políticos podem ser destacados *O Trabalho*, de meados da década de 70 (ligado à Libelu, mais tarde Organização Socialista Internacionalista), e o *Brasil Socialista*, de 1975, ligado ao PCdoB.

Kucinski (Ibid., p. 33-35) aponta pelo menos sete fases da imprensa alternativa brasileira. A primeira, de 1964 a 1966, é marcada pelo sentimento de indignação com o golpe e pelo propósito de resistência democrática. Nela estão a revista *Pif Paf* (que inaugurou o ciclo da mídia alternativa com sua irreverência; foi criada por Millôr Fernandes) e o jornal *Folha da Semana*. A segunda, centrada no ano de 1967, é marcada pela exaltação da Revolução Cubana e a ideia de uma guerrilha continental. Os jornais *O Sol*, *Poder Jovem* e *Amanhã* são expoentes desse momento. O terceiro período refere-se ao efervescente ano de 1968. Nessa fase não surgem muitos jornais. A energia das forças progressistas estava focada nas manifestações estudantis. Percebe-se uma retomada de um posicionamento mais crítico pela grande imprensa, forçada pelas lutas no espaço público. A quarta etapa, que começa a partir de meados de 1969, é uma das mais ricas, quando aparecem os jornais de maior destaque da imprensa de oposição, como *O Pasquim* e *Opinião*. A quinta fase surge entre 1971 e 1972 e é marcada por jornais que exploravam o humor e o experimentalismo no campo da linguagem, inspirados no formato Cartoon. Destacam-se nessa etapa os impressos *Grilo* e *Balão*. Deste último participaram figuras como os cartunistas Laerte e Angeli e os irmãos Chico e Paulo Caruso. Kucinski explica que, por influência desses dois jornais, surgiram famosos gibis *udigrudi* (do inglês, *underground*), como *Patota* e *Vaca Amarela*, que faziam críticas pesadas aos costumes. O sexto período acontece a partir de 1974, quando os primeiros presos políticos conseguem se reintegrar à vida civil por intermédio justamente da imprensa alternativa. Nessa fase, da qual fazem parte os jornais *Versus* e *Movimento*, já são observadas as consequências do milagre econômico. Ela é marcada pela predominância do ativismo político e pelo surgimento de muitos periódicos, estimulados não só pela iniciativa de políticos libertos, como pela indignação diante do assassinato do jornalista Vladimir Herzog, em outubro de 1975. Há ainda nessa fase, segundo

Kucinski, uma diversificação temática e espacial da imprensa alternativa, com o surgimento de jornais que defendem o ambiente, o feminismo, a anistia e impressos regionais. A sétima fase, acontece como consequência da ampliação dos públicos da imprensa alternativa, graças à multiplicação no número de jornais. Essa etapa é marcada pela chegada de impressos oriundos da massa estudantil, em especial alunos de jornalismo vindos das novas escolas de comunicação. Esses estudantes produzem jornais influenciados pelas críticas das escolas de comunicação aos meios massivos. Cláudia Lago e Richard Romancini reforçam que a modernização conservadora promovida pelos militares estimulou o crescimento do mercado das comunicações, levando ao surgimento de uma série de faculdades ou cursos de graduação nessa área. José Marques de Melo, professor e pesquisador da área de comunicação, falecido em 2018, confirma esse cenário:

Depois dos primeiros cursos para formação de jornalistas, como o pioneiro da efêmera Universidade do Distrito Federal, criado em 1935, e os da Escola de Jornalismo Cásper Líbero (1947) e da Universidade do Brasil (hoje, UFRJ), em 1948, a área passou a ter 58 cursos de comunicação na década de 1970 (MARQUES DE MELO, 2003, p. 165).

Impressos como *Batente* e *Avesso* são exemplos dessa fase estudantil. Kucinski salienta que, ironicamente, alguns desses estudantes de comunicação acabaram mais tarde se tornando famosos no jornalismo neoliberal.

A ditadura tratava os jornais alternativos de forma diversa dos veículos da grande imprensa, perseguindo-os e submetendo à censura prévia aqueles considerados mais perigosos. A imprensa alternativa era encarada como “inimiga do país” em conformidade com a Doutrina de Segurança Nacional. Editores de diferentes jornais foram presos em diversas ocasiões. Normalmente, os censores averiguavam todo o material que estava sendo preparado pelos veículos no local onde ele era produzido (redação ou oficina de impressão), vetando conteúdos ou liberando-os com restrições, como supressão de partes, a partir das instruções vindas da Polícia Federal. “Algumas vezes os cortes eram tão drásticos que praticamente inviabilizavam a publicação de certo número de um periódico.” (ROMANCINI; LAGO, 2007, p. 130).

A censura seguia uma espécie de decálogo que proibia: 1) Inconformidade com a censura de livros, periódicos, jornais e diversões; 2) Campanha pela revogação dos Atos Institucionais, nomeadamente do AI-5; 3) Contestação ao regime vigente – difere da oposição, que é legal; 4) Notícias sensacionalistas que prejudicam a imagem do Brasil e as tendentes a desnaturar as vitórias conquistadas pelo país; 5) Campanha de descrédito da política habitacional, do mercado de capitais e de outros assuntos de vital importância para o governo; 6) Notícias de assaltos a estabelecimentos de crédito e comerciais, acompanhadas de relato detalhado e instrutivo; 7) Referências à tensão entre a Igreja católica e o Estado e à agitação nos meios sindicais e estudantis; 8) Publicidade sobre nações comunistas e

peças do mundo comunista; 9) Críticas contundentes aos governadores estaduais, procurando demonstrar o desacerto da escolha pelo governo federal; 10) Exaltação da imoralidade, com notícias sobre homossexuais, prostituição e tóxicos. (CHINEM, 1995, p. 14-15).

Outras vezes, os censores agiam de forma ainda mais cruel, especialmente com jornais de maior expressão e repercussão. Obrigavam os editores a mandar todo o material para Brasília, acarretando um grande ônus para o jornal que já lutava para se custear.

Dos mais de 100 periódicos existentes no período, *O Pasquim*, *Opinião* e *Movimento* merecem mais que uma simples citação nesse Capítulo pela criatividade, força e repercussão. Por isso, falaremos brevemente de cada um deles.

*O Pasquim* surgiu em 1969, num momento em que o jornalismo político teve que arrefecer brevemente, devido à forte repressão imposta a partir do AI5<sup>202</sup>. Com isso, a crítica era possível mais no campo da sátira e da ironia. Sem dúvida, foi um dos mais bem sucedidos jornais da imprensa alternativa, inclusive em termos de venda. O primeiro número vendeu 20.000 exemplares. Quatro meses depois a tiragem chegou a 100 mil e algumas edições romperam a marca de 200 mil. O semanário carioca, que nasceu da agregação de diferentes talentos artísticos e intelectuais - os jornalistas Tarso de Castro, Sérgio Cabral e Paulo Francis e os cartunistas e desenhistas Jaguar, Ziraldo, Henfil e Millôr Fernandes-, inovou por mesclar a crítica política ao humor, com grande destaque para charges, que ironizavam bandeiras do regime, como o milagre econômico, e deixavam a leitura mais arejada e atrativa. Chamou a atenção também por novos padrões de linguagem, por exemplo, com a adoção da oralidade na escrita e a criação de neologismos, algo que era feito no novo jornalismo americano. O jornal usava termos como “sifu”, “putsgrilla” e um \* para substituir palavras. (ROMANCINI; LAGO, 2007, p. 143). O sucesso do *Pasquim* chamou a atenção da censura, que começou a persegui-lo a partir de 1970.

(...) em março uma bomba rudimentar, que não chegou a explodir, foi colocada no quintal da sede do jornal; em junho foi introduzida a censura prévia e em novembro a redação do jornal foi invadida por policiais e todos os jornalistas presentes foram presos. Ficariam aprisionados 61 dias, mas enquanto isso, outros jornalistas e colaboradores se encarregavam de publicar *O Pasquim*. (ROMANCINI; LAGO, 2007, p. 146).

O jornal encerrou suas atividades em 1980. O término de *O Pasquim*, segundo Romancini e Lago, deveu-se a um processo de decadência causado pelos efeitos da censura

---

<sup>202</sup> Abreviação do Ato Institucional nº 5, decreto emitido pela ditadura, durante o governo do general Artur da Costa e Silva, no dia 13 de dezembro de 1968. É entendido como o marco que inaugurou o período mais sombrio da ditadura, com acirramento da repressão militar.

prévia (que se manteve firme, mesmo após a libertação dos integrantes do jornal), brigas internas, concorrência com outras publicações de teor mais reflexivo e um espírito antiempresarial (os administradores não souberam reinvestir o dinheiro captado nos tempos de altas vendas).

Da linha dos jornais políticos, mais críticos e analíticos, destacam-se *Opinião* e *Movimento*. *Opinião* foi lançado em 23 de outubro de 1972. O empresário Fernando Gasparian, que era integrante de uma burguesia, segundo Romancini e Lago (Ibid.), “esclarecida” e nacionalista (de oposição ao regime), convidou o jornalista e militante da esquerda Raimundo Pereira, que tinha trabalhado na revista *Veja*, para editar o jornal. Gasparian também já havia atuado na parte administrativa de outros jornais alternativos, como *O Pasquim*. Seu objetivo era lançar um jornal de debates, nos moldes do semanário inglês *The New Statesman*, que pudesse se configurar em uma frente de oposição aos militares, reunindo em seu quadro editorial importantes intelectuais brasileiros. Dentre seus colaboradores estavam nomes como Antonio Candido, Antonio Callado, Fernando Henrique Cardoso, Francisco Weffort, Paul Singer, Darcy Ribeiro, Celso Furtado, Hélio Jaguaribe, Jean-Claude Bernardet, Aguinaldo Silva e Oscar Niemeyer. O jornal tinha vários méritos no campo editorial como as seções “Cena Brasileira” e “Gente Brasileira”, que traziam protagonistas sociais e cenários do interior, desconhecidos daqueles que habitavam os grandes centros urbanos.

*Opinião* foi logo reconhecido como um produto de excelente qualidade. O conjunto de ensaios de intelectuais brasileiros (...), que analisam questões sociais e políticas relevantes; reportagens interpretativas que procuravam correlacionar os fatos, enquadrando os eventos em seu contexto mais amplo; e traduções de material estrangeiro de fontes como o *Le Monde* e *New York Review of Books* era apresentado em um projeto gráfico de Elifas Andreatto, elegante, que incorporava caricaturas num conjunto sóbrio. (ROMANCINI; LAGO, 2007, p. 146).

Kucinski (2003, p. 261), que foi colaborador do jornal, confirma esse sucesso: “*Opinião* derrubou o preconceito de muitos jornalistas quanto ao caráter artesanal e dogmático da imprensa alternativa e logo se impôs como um veículo influente, alcançando uma média de vendagem de 29 mil exemplares por edição”. Desde o início o jornal teve problemas com a censura. Antes mesmo de ter o primeiro número nas bancas, Gasparian foi convocado pela Polícia Federal que lhe fez advertências sobre o impresso. “(...) a partir da nona edição, o jornal teria censura prévia e ainda sofreria pressões. Estas culminaram na determinação que a censura fosse feita em Brasília”. (ROMANCINI; LAGO, 2007, p. 147).

Além da marcação cerrada dos censores, divergências entre Raimundo Pereira, que conduzia a redação, e Gasparian, que era mais conservador e tinha um olhar empresarial, ficaram cada vez mais fortes, afetando o desempenho do periódico. Pereira acabou deixando a redação, após um rompimento negociado com Gasparian, e passou a se dedicar ao lançamento de um novo periódico, com a filosofia de fazer um “jornal de jornalistas”, aglutinando vários grupos políticos de esquerda. Então, em 7 de julho de 1975 surgiu *Movimento*, antecedido por uma bem sucedida campanha de arrecadação de fundos (ROMANCINI; LAGO, 2007, p. 148).

Flávio Aguiar, que foi um dos editores do jornal, fala sobre seu início:

Movimento nasceu com espírito cooperativo e corporativo. Era para ser um jornal “de” e “dos” jornalistas, daqueles que nele trabalhassem, sobretudo. Foi concebido a partir da proposta de uma coleta de cotas entre os jornalistas – o próprio Gasparian acabou comprando algumas delas-, que cediam parte do poder acionário que elas lhes davam para um Conselho de Redação, cujos membros, eleitos pelos demais, mas contando obrigatoriamente com os editores do jornal, eram quem deveriam de fato definir as balizas diretoras do jornal. Além disso, haveria um Conselho Editorial, com personagens-símbolos da luta contra a ditadura no país, que periodicamente deveria dar sugestões de grandes linhas-mestras para as pautas e para a vida política do jornal. (AGUIAR, 2008 apud DE LUCA; MARTINS, 2008, p. 242).

Às vezes, jornalistas passavam 12 horas por dia numa redação fazendo um jornal que ironizava seu próprio trabalho. Era, no entender de Raimundo, uma forma de autodestruição do jornalista. (...) Movimento para Raimundo era um projeto em que os participantes teriam direito de decidir sobre o destino do jornal, algo tão velho quando a própria história da imprensa brasileira. (CHINEM, 1995, p.70).

Participaram como colaboradores do periódico nomes como Fernando Henrique Cardoso, Celso Furtado, Perseu Abramo, Chico Buarque de Holanda, Jacob Gorender, Chico de Oliveira e Moniz Bandeira. A campanha para o *Movimento* arrecadou, segundo Chinem (Ibid., p. 73), 100 mil dólares.

*Movimento* sofreu desde o início com a censura prévia. O número zero foi considerado, de acordo com Chinem (Ibid.), um “atentado à segurança nacional”, e os seus editores foram processados. Duas equipes da Polícia Federal foram à redação do jornal em Pinheiros, na zona oeste de São Paulo, para apreender o impresso e Raimundo Pereira foi convocado a depor. Apesar de ter começado censurado, o jornal chamou a atenção do público positivamente por tratar temas necessários com linguagem mais simples que a de outros periódicos analíticos. Mas foi impossível manter seu desempenho devido à sistemática perseguição.

O jornal teve 15 números com 184 edições totalmente censuradas. A cada semana a equipe do jornal preparava três ou quatro capas, porque nunca se sabia que assunto seria velado, que reportagem seria liberada para publicação. (...) Nos três

primeiros anos de existência de Movimento foram vetados mais de seis mil artigos e ilustrações, proibidos 4,5 milhões de palavras e registrou-se uma quantia grandiosa de prejuízos, resultantes das perdas nas vendas e gastos materiais com a preparação, os despachos e recebimentos do material censurado (CHINEM, 1995, p. 75).

Além disso, o jornal não conseguiu cumprir seu objetivo inicial de contemplar as opiniões de todos, de forma democrática. Logo surgiram divergências entre as diferentes correntes de esquerda que faziam parte dele. *Movimento* acabou encerrando suas atividades em novembro de 1981, no seu número 334.

Mudando o nosso foco para o horizonte argentino, é importante começar assinalando que a comunicação de resistência à ditadura no país, embora igualmente rica e interessante, teve algumas particularidades em função do intenso sistema de repressão do regime militar, que conseguia ser mais perverso e assassino que o brasileiro. Diante dos numerosos casos de tortura, mortes e desaparecimentos que começam a ser registrados no país a partir de 1976, milhares de cidadãos argentinos, dentre os quais intelectuais, políticos, militantes, sindicalistas, artistas e produtores culturais, não viram outra opção que não fosse exilar-se em outro país, onde poderiam denunciar o que estava acontecendo em sua pátria. Assim, logo começam a aparecer artigos desses exilados em revistas do exterior, como *Eco*, na Colômbia, *Tiempos Modernos*, na França, e *Controversia*, no México.

No artigo “State Power and Strength of Civil Society in the Southern Cone of Latin America” (Poder do Estado e a Força da Sociedade Civil no Cone Sul da América Latina)<sup>203</sup>, o brasilianista Alfred Stepan mostra que em outros países da América do Sul, como a Argentina, a sociedade civil organizada foi quase que exterminada no período da ditadura, enquanto que no Brasil houve uma emergência dessa sociedade, pelo fato de o regime aqui ser comparativamente menos violento.

Mas isso não quer dizer que as forças discordantes da ditadura que permaneceram na Argentina tenham ficado paralisadas diante do cenário de horror provocado pelo terrorismo de Estado. Muitos enfrentaram o regime mantendo formas de comunicação de resistência, que circulavam de maneira clandestina nas universidades e em círculos de debate político e cultural. Alguns tiveram iniciativas mais afrontosas, que lhe custaram a própria vida. Outros trabalharam de forma mais sutil, mas bastante criativa e estratégica, desmontando o consenso que os

---

<sup>203</sup> Presente no livro “Bringing The State Back in”, de P. B. Evans, 1985.

militares tentavam impor (com a ajuda da mídia hegemônica, que no início foi esteio da ditadura), através de publicações lançadas no campo cultural.

No âmbito dos que afrontaram abertamente o regime, não podemos deixar de mencionar o jornalista e militante Rodolfo Walsh e a *ANCLA* (*Agência Clandestina de Notícias*). Três meses depois do golpe que tirou do poder Isabelita Perón, Walsh propôs à organização Montoneros (grupo guerrilheiro argentino da esquerda marxista) criar uma agência de notícias para denunciar o dia a dia da repressão e outros crimes da ditadura. Assim, em junho de 1976 surgiu a *ANCLA*.

A agência também atuava confrontando informações entre as diferentes instituições militares, de modo a deixá-las confusas, infiltrando entre elas o vírus da desconfiança. Daí o nome da agência ser irônico e ambíguo.

Um dos principais lemas da *ANCLA* era: “Derrotar el terror al acceso a la información de los que informan”. Walsh defendia que o regime só poderia ser combatido com a difusão de informações. Criou um sistema de circulação de panfletos chamado de *Cadena de la información* (Cadeia da informação), com a recomendação:

Reproduzca esta información, hágala circular por los medios a su alcance: a mano, a máquina, a mimeógrafo, oralmente. Mande copias a sus amigos: nueve de cada diez las estarán esperando. Millones quieren ser informados. El terror se basa en la incomunicación. Rompa el aislamiento. Vuelva a sentir la satisfacción moral de un acto de libertad. Derrote el terror. Haga circular esta información. (WALSH, 1976 apud SUDESTADA, online)<sup>204</sup>.

A *ANCLA* enviou clandestinamente 200 boletins a meios de comunicação de vários países sobre os desmandos econômicos comandados pelos militares, que causavam profundos impactos sociais, e sobre os sequestros, torturas e desaparecimentos. (MORAES, 2013, p. 116).

Em 24 de março de 1977, quando era completado um ano do regime militar, Walsh escreveu uma carta aberta dirigida à Junta Militar (*Carta abierta de un escritor a la Junta Militar*) com um balanço, claro e direto, de todas as iniquidades, crimes e ações equivocadas cometidas pelo regime. A carta pode ser encontrada na íntegra, em versão bilíngue (espanhol e português), no site do Ministério da Justiça e dos Direitos Humanos<sup>205</sup> da Argentina. Segue

<sup>204</sup> Trecho presente no artigo “Ancla (Agencia Clandestina de Noticias”, publicado no site da revista Sudestada. Disponível em: <https://www.revistasudestada.com.ar/articulo/1200/el-libro/> Acesso em: 14 jul. 2020.

<sup>205</sup> Disponível em: [http://www.jus.gob.ar/media/2940407/carta\\_rw\\_portuges-espa\\_01\\_web.pdf](http://www.jus.gob.ar/media/2940407/carta_rw_portuges-espa_01_web.pdf) Acesso em: 22 jul 2020.

alguns trechos do documento, que foi enviado por correio às redações dos jornais locais e a correspondentes estrangeiros:

A censura de imprensa, a perseguição a intelectuais, o mandado de busca na minha casa em el Tigre, o assassinato de amigos queridos e a perda de uma filha que morreu combatendo-os, são alguns dos fatos que me obrigam a esta forma de expressão clandestina depois de ter opinado livremente como escritor e jornalista durante quase trinta anos. O primeiro aniversário dessa Junta Militar motivou um balanço da ação de governo em documentos e discursos oficiais, onde o que os senhores chamam de acertos são erros, os que reconhecem como erros são crimes e o que omitem são calamidades. A 24 de março de 1976, os senhores derrubaram um governo do qual faziam parte, a cujo desprestígio contribuíram como executores de sua política repressiva, e cujo fim estava marcado por eleições convocadas para nove meses mais tarde. Nessa perspectiva, o que os senhores liquidaram não foi o mandato transitório de Isabel Martínez senão a possibilidade de um processo democrático onde o povo remediasse males que os senhores continuaram e tornaram ainda mais graves. Ilegítimo em sua origem, o governo que os senhores exercem pôde legitimar-se nos fatos recuperando o programa com o qual coincidiram nas eleições de 1973, 80 por cento dos argentinos e que continua em pé como expressão objetiva da vontade do povo, único significado possível desse “ser nacional” que os senhores invocam tão frequentemente. Invertendo esse caminho os senhores têm restaurado a corrente de ideias e interesses de minorias derrotadas que obstaculizam o desenvolvimento das forças produtivas, exploram o povo e desagregam a Nação. Uma política semelhante só pode ser imposta transitoriamente proibindo os partidos, intervindo os sindicatos, amordaçando a imprensa e implantando o terror mais profundo que a sociedade argentina já conheceu. Quinze mil desaparecidos, dez mil presos, quatro mil mortos, dezenas de milhares de desterrados são a cifra nua desse terror. (...) Estas são as reflexões que no primeiro aniversário de seu infausto governo quis fazer chegar aos membros dessa Junta, sem esperança de ser escutado, com a certeza de ser perseguido, mas fiel ao compromisso que assumi faz muito tempo de dar testemunho em momentos difíceis. (WALSH, 1977 apud MINISTERIO DE JUSTICIA, online)

No dia seguinte, Walsh foi sequestrado pelos militares, sendo levado para a Esma (Escola de Mecânica da Armada), centro de detenção e tortura. Acabou se tornando um dos 30 mil desaparecidos na ditadura argentina.

Conforme destaca o jornalista e historiador Luís Eblak, no texto “Carta Aberta” revelou antes o que história confirmou<sup>206</sup>: “Carta Aberta de um Escritor à Junta Militar é uma obra documental que encerrou sua carreira e vida. Expôs, com precisão incrível para a época, diversas verdades escondidas pelo governo.”

Exemplos como o de Walsh mostravam como era perigoso manter uma comunicação política de ataque frontal ao regime. Por isso, e influenciados por movimentos que aconteciam nos anos 60 e 70 em outros países, muitos jornalistas, estudantes, artistas e militantes lançaram publicações na área de cultura, como forma de resistência estratégica. Nasceram as chamadas

<sup>206</sup> Publicado em 11 de setembro de 2010, na Folha de S.Paulo. Disponível em:< <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1109201022.htm>> Acesso em: 15 jul. 2020.



revistas contraculturais, também chamadas de “subterrâneas” (*subte*) ou “*underground*” (*under*), como parte vibrante da imprensa alternativa argentina. Além de sair da mira direta dos militares, a luta pelo campo cultural era uma maneira de atingir um dos pilares essenciais de sustentação do regime: a política cultural, disseminada por mecanismos de propaganda, voltada a manipular a opinião pública. Essa política mostrava uma Argentina promissora e em paz, quando milhares eram assassinados. No artigo “Revistas contraculturales argentinas em dictadura y transición: debates alrededor del exilio”<sup>207</sup>, Evangelina Margiolakis, professora da Faculdade de Filosofia e Letras da Universidade de Buenos Aires, fala sobre o surgimento e importância dessas publicações:

En 1977, surgieron revistas culturales que fueron gestadas como órganos de difusión de grupos de estudio y formaciones culturales. Ellas desplegaron acciones que implicaron desafiar el poder imperante a partir de proponer temas, problemas y tradiciones que confrontaron con la política cultural oficial. Tales experiencias formaron parte de un conjunto de prácticas disidentes, caracterizadas por abordar “otra” agenda, cuestionar los dispositivos de prohibición, desafiar los límites de lo permitido, conformar grupos y articular esfuerzos a partir de la construcción de redes de solidaridad. (MARGIOLAKIS, 2019, p. 7).

Essas publicações se diferenciavam por seu projeto editorial, distanciado da dinâmica mercantil dos grandes meios de comunicação, e por sua forma de conceber a relação entre estética e política. Elas se encarregaram, de acordo com a pesquisadora, de representar as inquietudes das gerações mais jovens não só no que se refere à literatura. “Los artículos incluyeron la crítica, la praxis política y la reseña estética, permitiendo una extensa variedad de temas y enfoques” (MARGIOLAKIS, 2019, p. 7).

As revistas contraculturais também se destacaram por sua modalidade de intervenção na esfera pública. Considerando a teoria de Gramsci, que coloca a hegemonia como um campo em disputa, e os postulados de Raymond Williams (1979), que mostram o caráter dinâmico de uma cultura em função da existência de elementos de tensão em relação ao grupo dominante, podemos considerar que essas revistas conseguiram desafiar o poder hegemônico, gerando opiniões e posicionamentos que destoavam daqueles apresentados pelos militares.

Toda hegemonía es continuamente resistida, recreada y modificada, tiene elementos que se le oponen y resisten. Aunque con matices, en este espacio de oposición, disidencia o resistencia encontramos las revistas contraculturales y otras prácticas, cuya existencia implicó una relación de disputa, confrontación o tensión con el poder militar. (MARGIOLAKIS, 2019, p. 11).

---

<sup>207</sup> Publicado no periódico científico COMMONS - Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital, Vol 8, nº 2, 5-40, julio-diciembre, 2019. Disponível em: < <https://revistas.uca.es/index.php/cayp/article/view/5099> > Acesso em: 22 jul. 2020.

No artigo “Política y medios: las tensiones de la prensa argentina en dictadura y democracia”<sup>208</sup>, a pesquisadora Brenda Inés Di Paolo, da Universidad Nacional de Cuyo, em Mendoza, reforça como essas publicações, ao lado de outras ações de contracultura, foram importantes diante da amplificação e apoio do discurso dos militares pela grande mídia: “los discursos artísticos (teatro y literatura, pero también el rock nacional y las revistas culturales) se asumen como zonas de resistencia cultural; mientras que los discursos mediáticos se instalan como formas de “reproducción hegemónica del discurso autoritario”. (DI PAOLO, 2017, p.330).

*Humor* é uma das revistas contraculturais que merecem ser destacadas. Editada pela Ediciones La Urraca, a publicação lançada em 1978 pelo caricaturista e humorista Andrés Cascioli, embora localizada no campo cultural, contava com eixos temáticos que variavam da política econômica até os Direitos Humanos. A revista começou mensal e, por conta de seu sucesso, passou a ser quinzenal. Segundo Glenn Postolsky e Santiago Marino, no artigo “Relaciones peligrosas: los medios y la dictadura entre el control, la censura y los negocios”, foi “una de las revistas que se destacó por un posicionamiento cuestionador frente al poder” (POSTOLSKY; MARINO, 2006, p.12).

Maria Elisa Burkat, no artigo “HUM® y la literatura sobre los medios de comunicación bajo la última dictadura militar”<sup>209</sup>, explica que a publicação começou timidamente e, à medida que intensificava as críticas ao regime, foi aumentando sua repercussão.

La revista HUM® surgió en 1978 en los márgenes del campo periodístico sin embargo, rápidamente, fue aumentando las ventas, la cantidad de páginas publicadas y de colaboradores esto es, recibiendo el reconocimientos del público lector y de sus pares. El crecimiento de HUM® se acompañó con el fortalecimiento de sus posturas críticas y opositoras a la dictadura militar (1976-1983) que derivó en un proceso de transformación de una revista de humor a una revista política, sin abandonar el primer sentido. (BURKAT, 2007, p.1-2).

Martín Malharro e Diana López Gijberts, no livro “La Tipografía de Plomo. Los grandes medios gráficos en la Argentina y su política editorial durante 1976- 1983” (2003, p.167), dedicam um capítulo à *Humor*, chamando a atenção dos leitores (para além da oposição que a revista fazia à ditadura) à “gran variedad de recursos retóricos y humorísticos”, como caricaturas, historietas, entrevistas e artigos jornalísticos. Os pesquisadores também salientam

<sup>208</sup> Publicado no período científico Millcayac - Revista Digital, Vol. 4, nº 6, marzo-agosto, 2017. Disponível em: <<http://revistas.uncu.edu.ar/ojs/index.php/millca-digital/article/view/894>>. Acesso em: 22 jul. 2020.

<sup>209</sup> Publicado na XI Jornada Interescuelas/Departamentos de Historia, da Facultad de Filosofía y Letras, da Universidad de Tucumán, em 2007. Disponível em: <<http://cdsa.aacademica.org/000-108/214.pdf>> Acesso em: 22 jul. 2020.

o caráter intelectual da revista, incorporando colunistas prestigiados de diversas áreas e até de outros países. Dentre os colaboradores da publicação destacam-se Hugo Paredero, Gloria Guerrero, Carlos Abrevaya, Aída Bortnik, Mona Moncalvillo, Jorge Sabato, José Pablo Feinmann, Sandra Russo, Carlos Ulanovsky, Alejandro Pose, Moira Soto, Cristina Wargon, Enrique Vázquez e Horacio Verbitsky. A linguagem satírica e irônica contribuiu para o sucesso da *Humor*, que só deixou de circular em 1999, na sua edição de número 566.

*El Expreso Imaginario*, lançada em 6 de agosto de 1976 (antes da *Humor*) pelo jornalista e ilustrador Jorge Pistocchi e pelo compositor e ideólogo do rock argentino Pipo Lernoud, além de um grupo de colaboradores, também deve ser lembrada. Publicada até 1983, a publicação, que dava bastante ênfase à música, em especial o Rock (tinha uma seção só para esse gênero, chamada “Mordisco”), assentava-se no terreno contracultural, abordando temas que não eram tratados pela mídia hegemônica.

No estudo “Expreso Imaginario: Contracultura durante la última dictadura militar (1976-1983)”<sup>210</sup>, a pesquisadora María Sol Musa, da Universidad de Belgrano, fala sobre o nascimento da revista:

Pistocchi y Lernoud convocaron detrás de sí y de sus ideales, influenciados por el hippismo, el pacifismo y el rock, a varios jóvenes amantes de la música y aspirantes a periodistas, que dieron en la revista sus primeros pasos. (...) Em su concepción inicial, la música ocupaba em Expreso Imaginario um lugar tan destacado como la ecología, la poesía, la cultura aborígen, las formas de vida alternativas y tantos otros temas más, inéditos para la época (MUSA, 2008, p. 5).

O jornalista Daniel Amiano, em artigo para o *La Nación*<sup>211</sup> sobre a revista, aponta que *El Expreso Imaginario* se destacou pelo vínculo que criou com seu público, os jovens:

el correo de lectores se convirtió rápidamente en un espacio de debate y comunicación cuando no se podía debatir. El Expreso representa un momento muy particular, en el que la cultura joven se movía por carriles alternativos tan amplios como disímiles, que sin embargo podían convivir según un concepto unificador. (AMIANO, online).

Musa confirma esse diferencial:

En la revista la comunicación íntima entre los miembros de la redacción y con los lectores era vital. Desde el correo que llegaba a la revista se abrían debates sobre la forma de ver el mundo y de vivir, haciendo uso de ese forum público para

<sup>210</sup> O estudo trata-se de um Trabalho de Conclusão do Curso de Licenciatura em Psicologia, da Faculdade de Humanidades, da Universidade de Belgrano. Foi defendido em novembro de 2008. Disponível em: <[http://repositorio.ub.edu.ar/bitstream/handle/123456789/5265/258\\_musa.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ub.edu.ar/bitstream/handle/123456789/5265/258_musa.pdf?sequence=1&isAllowed=y)> Acesso em: 25 jul. 2020.

<sup>211</sup> Intitulado *Rock. La increíble aventura de Expreso Imaginario*, publicado em 18 de agosto de 2006. Disponível em: <<https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/musica/la-increible-aventura-de-expreso-imaginario-nid832447/>> Acesso em: 26 jul. 2020.

compartir pensamientos e ideas con gente que podía coincidir con ellas. (MUSA, 2008, p.42).

A pesquisadora também ressalta que a publicação nunca sofreu censura por parte do regime, que a menosprezava, sem entender que ela oferecia um olhar alternativo a seus valores.

Los militares no pudieron ver más allá de los títulos y subestimaron el poder del Expreso. Al no difundir manifiestos políticos ni estar alineada con un partido político determinado, los censores le la dictadura no veían peligro alguno, y consideraron a la revista una excentricidade de un grupo de hippies. (MUSA, 2008, p.41).

De maneira geral, essa foi a postura dos militares argentinos com as revistas contraculturais.

Vale também ser destacada a revista *Punto de Vista*, criada em 1978, por Beatriz Sarlo, Ricardo Piglia e Carlos Altamirano. Na dissertação “Escrita de um passado argentino: a revista cultural *Punto de Vista* (1982 – 1989)”<sup>212</sup>, a pesquisadora brasileira Andresa Martins Rodrigues, da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), explica que

a revista teve participação importante nos debates realizados entre o final da ditadura militar e no período de redemocratização por, dentre outros aspectos, congregar um grupo de intelectuais que pensaram as características culturais argentinas como parte do debate político e social, sobretudo no que se refere à construção de uma cultura política democrática. (RODRIGUES, 2014, p.1).

Sofía Mercader, pesquisadora da Universidad Autónoma de México, ressalta<sup>213</sup> que a publicação foi lançada para ser uma alternativa para a intelectualidade de esquerda que não quis se exilar, mas pretendia continuar a expor suas ideias.

La atroz dictadura militar que se instaló en la Argentina en 1976 impuso la censura y la persecución de numerosos sectores de la sociedad, entre ellos, los intelectuales. Muchos de los que habían adscripto a ideas y prácticas de izquierda, con mayor o menor grado de participación política, debieron o bien partir hacia el exilio o bien quedarse en el país en un silencioso estoicismo, a la espera de la conclusión del sombrío capítulo de la historia argentina. Algunos de aquellos intelectuales que habían tenido participación política en las filas del marxismo revolucionario decidieron enfrentarse a este escenario de máxima censura con la esperanza de que aún se pudiera mantener abierto un espacio para la cultura, para el debate de ideas y para el pensamiento. En condiciones de semiclandestinidad, este grupo de jóvenes intelectuales, ex militantes de izquierda, impulsó en 1978 la revista *Punto de Vista*. (MERCADER, 2018, online).

<sup>212</sup> Apresentada ao Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), em 2014. Disponível em: <[http://repositorio.unicamp.br/jspui/bitstream/REPOSIP/279652/1/Rodrigues\\_AndresaMartins\\_M.pdf](http://repositorio.unicamp.br/jspui/bitstream/REPOSIP/279652/1/Rodrigues_AndresaMartins_M.pdf)>. Acesso em: 25 jul. 2020.

<sup>213</sup> No artigo “Notas sobre la historia de la revista *Punto de Vista* (1978-2008) y su colocación en el campo intelectual argentino de fin de siglo”, publicado no periódico científico online *Nuevo Mundo – Mundos Nuevos*, em 16 de fevereiro de 2018. Disponível em: < <https://journals.openedition.org/nuevomundo/72032>> Acesso em 25 jul. 2020.

Além das revistas contraculturais de grande repercussão, pequenas publicações *underground*, produzidas de forma mais artesanal e com curta duração, também eram lançadas no campo estudantil. O professor e comunicador argentino Ramiro Blanco, mestre em Linguística pela Universidade de São Paulo (USP), responsável pelo site *Argentina Traduzida* (que compila e traduz para o português notícias veiculadas pela mídia contra-hegemônica de seu país), conta<sup>214</sup> sobre sua experiência, no período da ditadura, em pequenos jornais de resistência feitos com a comunidade de estudantes: “Havia muitas iniciativas de comunicação que surgiram nesse meio, muitas feitas em mimeógrafo. Produzíamos e distribuíamos. Eu mesmo participei de duas. Um dos impressos se chamava *Alternativa*. Conseguimos fazer quatro números desse informativo.”

Todos os fronts de comunicação contra-hegemônica - os fanzines feitos por estudantes, as revistas contraculturais e mesmo os textos escritos por exilados fora da Argentina (que geraram pressões de outras nações e entidades ligada aos Direitos Humanos) - foram fundamentais para ir minando, com o tempo, a hegemonia do regime militar. Ao lado da própria mudança de postura da grande imprensa (que, com o tempo, passou para o lado dos que lutavam pela democracia), essas iniciativas mostraram para a sociedade argentina que era preciso derrubar aquele estado de coisas.

#### **4.7 – A internet, o novo paradigma comunicacional e o renascimento da comunicação contra-hegemônica**

Em abril de 2010, um homem colocava a nação-símbolo do capitalismo mundial em uma situação complicada ao revelar um dos maiores segredos de Estado da história. Divulgou um vídeo de 2007 que mostrava soldados em um helicóptero Apache norte-americano matando pelo menos 18 civis em Bagdá (no contexto de ocupação do Iraque), dentre os quais dois jornalistas da agência de notícias *Reuters*. Meses depois, publicou documentos que explicitavam o tratamento desumano a detentos da prisão militar de Guantánamo, em Cuba, e que reportavam a morte de milhares de civis na Guerra do Afeganistão, em 2001, em função da ação de militares estadunidenses. Ele também deixava em maus lençóis a imprensa hegemônica que não tinha exclusividade nos vazamentos que agitavam o mundo, tampouco podia ocultar a grande promiscuidade existente entre algumas de suas personalidades e as embaixadas americanas nas nações da América Latina, confirmada a partir de documentos secretos que

---

<sup>214</sup> Em depoimento colhido para esta pesquisa, via *WhatsApp*, em 29 de julho de 2020.

essas embaixadas mandavam ao governo dos EUA, e que também foram espalhados a milhares de cidadãos no planeta por esse homem.

Julian Assange conseguiu esse feito por intermédio de um meio de comunicação que começou a ser concebido no final dos anos 60, no contexto da Guerra Fria, e que foi aberto para uso do grande público na década de 90, a Internet. Foi a partir do site *Wikileaks*, criado em 2006 para publicação de documentos e imagens confidenciais, que o ativista australiano fez essas revelações. E é essencialmente por conta disso, a despeito de outros alegados motivos, que ele permanece preso e segue sendo perseguido<sup>215</sup>.

A capacidade de “estremecer” governos e forças hegemônicas com a internet não é privilégio de Assange. Também em 2010 (a partir de dezembro daquele ano), uma onda de protestos e guerras civis, insufladas por redes sociais como *Facebook* e *Twitter*, derrubou governos ditatoriais em diversos países do Oriente Médio e no norte do continente africano no movimento que ficou conhecido como “Primavera Árabe”. Em junho de 2013, uma série de manifestações iniciadas por movimentos sociais da juventude, que contestavam o aumento nas tarifas de transporte público nas principais capitais do Brasil (depois esses atos passaram a incorporar outras pautas e outros segmentos da população), também colocou o país no centro dos debates mundiais e foi igualmente organizada, impulsionada e divulgada pela Internet (voltaremos a falar dessas emblemáticas manifestações, que ficaram conhecidas como “Jornadas de Junho”, no Capítulo 5, a partir da história de alguns dos veículos analisados nesta pesquisa).

Esse novo meio de comunicação deu a oportunidade de atores que até então eram alijados do processo de produção e veiculação de conteúdo para grandes públicos não só entrarem nesse cenário, como fazerem as forças hegemônicas terem que os ouvir. Proporcionou, portanto, o renascimento e impulsão da mídia contra-hegemônica que, calcada nas Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTICs) conectadas à Internet, como smartphones e outras plataformas móveis, consegue fazer com que suas narrativas alcancem públicos muito maiores. Se na época da imprensa de resistência à ditadura um pequeno jornal comemorava

---

<sup>215</sup> Em abril de 2019 Assange foi preso na Embaixada do Equador, em Londres. Ele estava exilado lá há sete anos, para não ser deportado para a Suécia, onde era acusado de agressão sexual. Assange negou o abuso sexual, dizendo que as relações foram consensuais, e que ele estava sendo perseguido por uma campanha de “caça às bruxas”, promovida pelos EUA. O caso de abuso sexual foi arquivado, mas Assange espera a determinação se será ou não extraditado aos Estados Unidos. Até a data de defesa desta tese ele permanecia detido em Londres. Assange enfrenta 18 ações criminais nos EUA por espionagem. Em 25 de junho de 2020, o Departamento de Justiça norte-americano reforçou essas ações, dizendo ter novas provas sobre um suposto recrutamento de hackers, que teria sido comandado por Assange.

quando suas pautas chegavam até os rincões do país, hoje um blogueiro que se posicione contra uma empresa ou um governo pode ver sua denúncia ser repercutida em diversas outras nações, com um simples post feito por intermédio do seu celular. A internet quebrou o paradigma secular da comunicação unidirecional, onde oligopólios midiáticos produziam uma mensagem única e enlatada para o público e este, como receptor passivo, era obrigado a “engoli-la”, sem poder ampliar sua voz para mostrar as falhas dessa mensagem. Não que os grandes meios tenham deixado de influenciar as massas. Obviamente que seu forte poder econômico continua os colocando numa posição de hegemonia. Mas hoje eles não são os únicos que podem fazer sua mensagem chegar a milhares. É o fenômeno chamado pelo sociólogo espanhol Manuel Castells de “autocomunicação de massa”.

A autocomunicação de massa fornece a plataforma tecnológica para a construção da autonomia do ator social, seja ele individual ou coletivo, em relação as instituições da sociedade, por isso que os governos têm medo da internet, e é por isso que as grandes empresas têm com ela uma relação de amor e ódio, e tentam obter lucros com ela, ao mesmo tempo que limitam seu potencial de liberdade (por exemplo, controlando o compartilhamento de arquivos ou as redes com fonte aberta). (CASTELLS, 2013, p. 10).

Venício de Arthur Lima (2009, p. 50), em entrevista ao jornalista Bernardo Kucinski, no livro “Diálogos da Perplexidade – reflexões críticas sobre a mídia”, destaca que a Internet dinamitou o monopólio dos formadores de opinião tradicionais, pois ao longo dos últimos anos foram sendo criadas novas lideranças locais, municipais e regionais, com acesso à web. E mesmo que boa parte da população ainda não tenha acesso direto, a análise da conjuntura política passada pela mediação dessas novas lideranças atinge um número grande de pessoas.

A mudança no paradigma comunicacional - de uma relação UM-TODOS para um modelo TODOS-TODOS - oportuniza o que Castells e outros teóricos pós-modernos chamam de “ciberativismo”. O economista e tecnólogo espanhol David de Ugarte, no livro “O poder das redes” (2008), relaciona o “ciberativismo” à luta por visibilidade nas instituições hierarquizadas.

Poderíamos definir “ciberativismo” como toda estratégia que persegue a mudança da agenda pública, a inclusão de um novo tema na ordem do dia da grande discussão social, mediante a difusão de uma determinada mensagem e sua propagação através do “boca a boca” multiplicado pelos meios de comunicação e publicação eletrônica pessoal (UGARTE, 2008, p.55).

E como se trata de uma “batalha” para fazer com que assuntos que não se encontram na agenda de grupos hegemônicos passem a ser pensados pela sociedade podemos relacionar esse conceito ao processo de disputa pela hegemonia, teorizado por Gramsci. Nesse sentido, conforme destaca Dênis de Moraes (2013, p. 103), na obra “Mídia, Poder e Contrapoder”,

escrita em parceria com Ignacio Ramonet e Pascual Serrano, “a internet constitui hoje uma arena de embates pela hegemonia cultural e política, da qual já não podemos abrir mão, em qualquer dos horizontes abertos ou requeridos pelo pensamento crítico”.

A maioria das iniciativas de comunicação contra-hegemônica no século XXI leva em conta esse novo meio de comunicação para projetar suas atividades ou, mais ainda, nasceu desse meio, como um veículo nativo digital, beneficiando-se de, com ele, fazer uma comunicação instantânea, com alcance ilimitado e acessível do ponto de vista de investimento, muito mais em conta, financeiramente falando, que rodar um jornal ou uma revista em uma gráfica, por exemplo.

A instantaneidade, a transmissão descentralizada, a abrangência global, a rapidez e o barateamento de custos tornaram-se vantagens ponderáveis para o desenvolvimento de um modo de produção que se assenta em rotinas de criação virtual sem correspondência nas engrenagens de industrialização da notícia e sem subordinação aos crivos editoriais da mídia corporativa. (MORAES, 2013, p. 121).

Conforme ressalta Natalia Vinelli, pesquisadora da Faculdade de Ciências Sociais da Universidade de Buenos Aires, no artigo “Nuevos Escenarios de la Comunicación Alternativa en lo que va del siglo XXI”<sup>216</sup>, historicamente a comunicação alternativa sempre se constituiu contra o autoritarismo ou o cerceamento da liberdade de expressão. No século XXI, em especial, ela vem se posicionando “contra el mercado como forma de recuperar la palabra negada, contra la transnacionalización y la concentración de medios”.

Entendida tanto como “medio de” los sin voz o como vehículo de expresión “al servicio” de aquellos, la comunicación alternativa y popular recorrió un largo camino zanjado por la desigualdad, acompañando los procesos gestados por las clases y grupos subalternos. Esta politicidad y organicidad ubicó a los medios alternativos en un lugar de enfrentamiento a lo dominante, que se expresó en su inserción en proyectos más amplios de transformación y en un discurso de contrainformación. (VINELLI, 2018, online)

Vinelli reforça a ideia de que a extensão da Internet e das NTICs abriram possibilidades de uso e apropriação da comunicação a novos atores. Ela cita, por exemplo, as emissoras de rádio e TV comunitárias.

Los escenarios legal y tecnológico atravesaron modificaciones sustanciales, imprimiendo desafíos novedosos en algunos casos –y no tanto en otros– a este heterogéneo universo de medios de comunicación. Los estándares internacionales en materia de libertad de expresión destacaron en declaraciones y recomendaciones la importancia de los medios alternativos y comunitarios, y promovieron la diversidad de actores. Esto favoreció –dos décadas después del

---

<sup>216</sup> Publicado em dezembro de 2018, no número 74 da revista *Voces en el Fénix*. Disponível em:< [https://www.vocesenelfenix.com/sites/default/files/numero\\_pdf/fenix74%20baja.pdf](https://www.vocesenelfenix.com/sites/default/files/numero_pdf/fenix74%20baja.pdf)> Acesso em: 28 jul. 2020.



informe McBride— el reconocimiento de las emisoras de radio y televisión comunitarias en las legislaciones de una docena de países latinoamericanos, aunque su estatuto varía de una norma a otra y en algunos casos la regulación sigue siendo restrictiva, afectando su sostenibilidad. (VINELLI, 2018, online)

Ao longo dos anos 2000, ocorre o surgimento da blogosfera política progressista no Brasil, com blogs como o de Renato Rovai, o de Luis Nassif e o *Blog da Cidadania*, de Eduardo Guimarães. Em 25 de janeiro de 2003, surge o jornal *Brasil de Fato*, com os ânimos oriundos do emblemático Fórum Social Mundial, ocorrido em Porto Alegre, e o entusiasmo de se estar sob a égide do governo do ex-líder metalúrgico de esquerda Luiz Inácio Lula da Silva (falaremos mais sobre a história do *Brasil de Fato* no próximo Capítulo). No início de 2010 foi formado um grupo conhecido como “blogueiros progressistas”, que tinha como objetivo, de acordo com Luis Nassif (2014, online<sup>217</sup>), impedir que, com a eleição de José Serra (do PSDB), a democracia brasileira “sofresse um retrocesso histórico”. Esse grupo era formado por jornalistas prestigiados, que atuaram durante muitos anos na mídia hegemônica, mas acabaram saindo dela, justamente por não concordarem com algumas situações que presenciaram e/ou para terem a oportunidade de trabalhar com outras narrativas. Luis Nassif mesmo, antes de partir para a comunicação alternativa, atuou como colunista e membro do Conselho Editorial da *Folha de S.Paulo*. Após as eleições de 2010, com a vitória de Dilma Rousseff (PT), houve um encontro dos blogueiros progressistas, no qual Nassif afirmou:

Foi uma batalha inesquecível que cada um de nós levará para sempre na lembrança. A batalha deixou inúmeras crias relevantes, como a disseminação da blogosfera e a organização de parte dela para a grande batalha da comunicação. Terminada a batalha, o grande desafio será aprendermos a conviver civilizadamente com nossas diferenças.

Os blogueiros progressistas receberam muitos ataques de forças políticas conservadoras (Serra chegou a taxá-los de “blogueiros sujos”, afirmando que eles eram financiados com dinheiro público, para disseminar inverdades) e de jornalistas da grande mídia, que os colocavam em suspeição. Sua atuação realmente inspirou muitas outras iniciativas de comunicação alternativa. De lá pra cá, houve uma explosão de veículos digitais, muitos deles contra-hegemônicos.

---

<sup>217</sup> Luis Nassif conta a história do grupo no texto “Sobre os ‘blogueiros sujos’ ou ‘progressistas’”, de 8 de novembro de 2014. Disponível em: <https://jornalggn.com.br/noticia/sobre-os-blogueiros-sujos-ou-progressistas/> Acesso em: 28 jul. 2020.

Na Argentina não foi diferente. Na tese “La interactividad em el periodismo digital”<sup>218</sup>, o pesquisador Alejandro Rost destacava em 2006 (época em que defendeu seu trabalho, que teve como foco a realidade argentina e a espanhola) que o processo de criação de blogs estava em plena ebulição. (ROST, 2006, p. 98).

Vinelli (2018, online) cita dois acontecimentos importantes dos primeiros momentos do século XXI que, somados a uma tendência progressista na América Latina, revitalizaram a comunicação alternativa na região, impulsionando o surgimento de diversos veículos:

El primero arranca con el cambio de milenio, y se expresa en la coronación de las luchas contra la hegemonía neoliberal, con énfasis en las jornadas de diciembre de 2001 en la Argentina y en la resistencia al intento de golpe de Estado en Venezuela en 2002. El segundo tiene como punto de partida el debate y la sanción de la ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, prologada por las discusiones generadas en torno a las patronales del agro. Pero estas corrientes convivieron con otras: las clásicas de la izquierda y otras que progresivamente se nutrieron de las propuestas de la Revolución Bolivariana y de las nociones de poder popular, que recuperaron la tradición del nacionalismo y la Revolución Cubana, y permitieron conectar con los progressismos de la región leyendo la historia de las décadas pasadas. La conflictividad social y el cuestionamiento del papel de los medios de comunicación sobre la subjetividad alimentaron la creación de medios populares. (...) Los medios alternativos que se multiplicaron en esos primeros años de los 2000 en nuestro país tuvieron en común un reconocimiento de sí mismos como espacios de organización político cultural.

Hoje, tanto no Brasil como na Argentina, observamos milhares de blogs, sites, canais no *YouTube* e perfis em diferentes redes sociais que conseguem projetar nacional e internacionalmente a voz de grupos que não costumam ser ouvidos pela grande mídia. Por isso Ramonet defende que saímos do mundo da “mídia de massa para um cenário da massa de mídia”:

Antes, as ‘médias-sol’, no centro do sistema, determinavam a gravitação universal da comunicação e informação em torno delas. Agora, ‘médias-poeira’, espalhadas pelo conjunto do sistema, são capazes de aglutinar para constituir, em certas ocasiões, superplataformas midiáticas gigantescas... A lógica do predador solitário é sucedida pela estratégia do enxame. (RAMONET, 2012, p. 27).

Embora a exclusão digital continue sendo um problema sério a ser enfrentado, aqueles que possuem acesso a uma rede wi-fi gratuita, seja numa comunidade urbana ou ribeirinha, podem fazer sua voz receber a atenção de pessoas de outra parte do mundo.

Obviamente que aqueles que desde sempre tiveram o poder em suas mãos lutam hoje para restringir o acesso à Internet e a liberdade no seu uso. Conforme destaca o sociólogo

---

<sup>218</sup> Apresentada ao Programa de Doctoract en Periodisme y Ciències de la Comunicació, da Facultat de Ciències de la Comunicació, de la Universitat Autònoma de Barcelona, em 2006. Disponível em: <<https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2006/tdx-1123106-104448/ar1de1.pdf>> Acesso em: 28 jul. 2020.

brasileiro Sérgio Amadeu da Silveira, no artigo “Redes virais e espectro aberto” (2007), as forças hegemônicas, a princípio (quando do surgimento da rede mundial de computadores), subestimaram o poder da rede. Por isso, perderam o bonde no processo que foi estabelecendo ao longo dos anos como essa rede teria de ser regulada, para seu bom funcionamento. Hoje, tentam reverter a atitude passiva do passado, buscando estabelecer limites sobre um meio que não conseguem controlar.

(...) a internet, não surgiu como um produto acabado. Ela foi sendo reconfigurada ao longo de sua história por seus criadores e usuários. Esse processo envolveu hackers, acadêmicos, militares, empresários, visionários e militantes da contracultura. (...) foi erguida com regras e protocolos de funcionamento que garantiam o livre fluxo dos conteúdos comunicados. Isso expressava o pensamento de seus arquitetos. A internet nasceu silenciosa e cresceu de modo vertiginoso, pois se baseou na liberdade dos fluxos, em padrões abertos e na colaboração. A comunicação mediada por computadores criou uma cultura de rede, cultura que foi construída em um mundo que vivia o processo de desmonte do welfare state, de desagregação do socialismo real e de liberdade de criação. A grande mídia, a velha indústria cultural e os grupos econômicos do capitalismo mundial não notaram, a princípio, a dimensão da rede e da comunicação mediada por computadores. A ausência de percepção dessa indústria permitiu que grupos, fora de seu controle, fossem construindo as tecnologias fundamentais da rede e que dessem as cartas do processo. (...) No já longínquo início dos anos de 1990, a criação do Hyper Text Transfer Protocols (HTTP) por Tim Berners-Lee e sua equipe do CERN (Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire – Conselho Europeu para a Pesquisa Nuclear) viabilizou o modo gráfico da internet e impulsionou seu espraiamento. Milhares de sites foram criados, o comércio eletrônico tornou-se viável. Governos e comunidades perceberam imediatamente as vantagens de garantir sua presença no ciberespaço. Foi principalmente esse o momento em que a internet chamou a atenção dos desatentos para o seu enorme potencial. (...) A evolução da rede seguiu seu caminho, não sem um intenso combate. Os grupos que monopolizavam as mídias de massa sentiram seus negócios abalados pela livre difusão de informações e armaram reações. (...) (SILVEIRA, 2007, p.26).

Por isso hoje vemos, como mostrado no Capítulo 3, tentativas de mudar o Marco Civil da Internet no Brasil, para ferir a liberdade e acessibilidade que a rede proporciona a todos. E por isso que é tão importante que a mídia contra-hegemônica, que hoje é impulsionada por esse meio de comunicação, denuncie esses ataques.

Ainda sobre o renascimento das iniciativas de jornalismo alternativo com a internet é importante frisar que a rede mundial de computadores e as NTICs acentuaram o caráter colaboracionista da comunicação, que sempre foi um traço marcante da mídia contra-hegemônica (muito mais que da grande mídia), basta lembrar que os jornais operários e feministas do início do século XX ou aqueles produzidos durante a ditadura no Brasil e na Argentina nas décadas de 60 e 70 foram feitos com a ajuda de muitos militantes, seja por intermédios de artigos, esquemas de distribuição ou por contribuições de pensamentos, debates

e verbas. Agora, com a internet e smartphones que possuem poderosas câmeras e gravadores de voz, essa participação do público no processo de produção dos conteúdos se torna ainda mais viável. É o chamado “jornalismo colaborativo” ou “jornalismo cidadão” ou, ainda, o que os pesquisadores Ana Carmen Foschini e Roberto Romano Taddei classificam como sendo “jornalismo *grassroots*” (gíria inglesa para “povo”): “a participação na produção e publicação de conteúdo na web das camadas periféricas, aquelas que geralmente não participam das decisões da sociedade” (FOSCHINI; TADDEI, 2006, p. 19). Iniciativas contra-hegemônicas como a da *Mídia NINJA* trabalham muito com vídeos e imagens enviados por internautas de diferentes lugares do Brasil, como veremos no próximo Capítulo. Podemos relacionar esse quadro ao conceito de “inteligência coletiva” que, segundo Pierre Lévy, é um dos principais motores da cibercultura (forma de cultura surgida junto com o desenvolvimento das tecnologias digitais). De acordo com Lévy (1994, p. 28), “a inteligência coletiva é uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em mobilização efetiva das competências”. Ela se concretiza pelas conexões sociais que se tornam viáveis pela utilização das redes abertas de computação da internet.

De fato, o estabelecimento de uma sinergia entre competências, recursos e projetos, a constituição e manutenção dinâmicas de memórias em comum, a ativação de modos de cooperação flexíveis e transversais, a distribuição coordenada dos centros de decisão, opõem-se à separação estanque entre as atividades, às compartimentalizações, à opacidade da organização social. Quanto mais os processos de inteligência coletiva se desenvolvem – o que pressupõe, obviamente, o questionamento de diversos poderes –, melhor é a apropriação, por indivíduos e por grupos, das alterações técnicas, e menores são os efeitos de exclusão ou de destruição humana resultantes da aceleração do movimento tecnossocial. (LÉVY, 2010, p.28-29)

Na produção de conteúdo de forma colaborativa temos a união de diferentes inteligências individuais, oportunizando saberes mais completos e aprofundados.

Aqui também cabe discutir o conceito de “jornalismo líquido”, que marca o fazer jornalístico na contemporaneidade. Quando falamos de jornalismo líquido estamos aplicando no campo jornalístico o conceito de “modernidade líquida” do sociólogo polonês Zygmunt Bauman, que mostra como o mundo em que vivemos está marcado pela fluidez, por mudanças rápidas que estão sempre alterando as formas de agir, exigindo permanente atualização. “Líquido-moderna é uma sociedade em que as condições sob as quais seus membros agem mudam num tempo mais curto do que aquele necessário para a consolidação, em hábitos e rotinas, das formas de agir.” (BAUMAN, 2007, p. 7). Nessa perspectiva, o próprio jornalismo tradicional, enquanto uma das principais instituições mediadoras do mundo moderno, entra em crise, tendo sua legitimidade e credibilidade questionada, como apontamos no Capítulo 2. Mas,

além disso, o cenário de jornalístico líquido implica em uma ampliação do campo jornalístico, com a presença de novos atores e novas formas de produção. É o que defendem os pesquisadores Anelise Rublescki e Alexandre Rocha da Silva, no artigo “Jornalismo líquido: tendências de ampliação do campo”:

(...) o jornalismo líquido é uma expressão que pode ser entendida em dois níveis. No primeiro, de cunho conceitual, evidencia o declínio do jornalismo como instituição mediadora, a exemplo de outras instituições como Estado, Igreja, escola e mesmo família. Com tal enfoque, a expressão jornalismo líquido foi usada por Mark Deuze (2006) em um artigo para questionar a legitimidade e credibilidade ainda pretendida pelo campo jornalístico. No segundo nível, referente ao jornalismo como prática social, a expressão refere-se aos fluxos noticiosos que emergem entre sites diversos, muitos dos quais extrapolam as redações institucionais, mas que realmente se inserem no circuito noticioso. (RUBLECKI; ROCHA DA SILVA, 2012, online).

Para os pesquisadores, o crescimento do jornalismo feito em colaboração, que se caracteriza também por comentários e links que possibilitam uma interligação entre fragmentos de complementação, propicia um conteúdo mais aprofundado, já que esses links, juntos, configuram maior carga informativa à postagem original. Além disso, a impulsão desse tipo de jornalismo valoriza a figura do leitor, dando-lhe protagonismo.

As mudanças constantes por que tem passado o jornalismo em tempos líquidos também implicam em novas formas de se produzir conteúdo e linguagens diferenciadas. Tudo isso impacta no meio contra-hegemônico e não pode ser ignorado. Essas novas linguagens são pertinentes a uma nova geração de militantes e ativistas não acostumados com a cultura impressa. Hoje vemos reportagens produzidas para os Stories do *Instagram* e mesmo na forma de mensagem de *WhatsApp*, por exemplo, a matéria “Os 'whatsapps' de uma campanha envenenada”<sup>219</sup>, publicada pelo laboratório de reportagens especiais do *El País*, em 28 de outubro de 2018, que mostra os perigos das campanhas de desinformação feitas pelos políticos via *WhatsApp*. A *Agência Pública de Jornalismo Investigativo* já produziu reportagens na forma de história em quadrinhos, como a matéria “Meninas em Jogo”, publicada em 12 de maio de 2014<sup>220</sup>, que denuncia a exploração sexual infantil de meninas.

Diferentemente do que alguns criticam costumam propalar sobre o jornalismo online que adota essas novas linguagens, esses exemplos mostram que não se trata de um jornalismo superficial, pelo contrário. São reportagens aprofundadas e que problematizam os fatos

<sup>219</sup> Disponível em:< [Os WhatsApp envenenados das eleições Brasil 2018 | EL PAÍS \(elpais.com\)](https://elpais.com/brasil/2018/10/28/os-whatsapps-de-uma-campanha-envenenada/)> Acesso em: 25 jun.2020.

<sup>220</sup> Disponível em:< [Meninas em Jogo - Agência Pública \(apublica.org\)](http://apublica.org/pt-br/2014/05/meninas-em-jogo/)> Acesso em: 25 jun.2020.

abordados, com a voz de diferentes fontes, pesquisa de campo e consulta a diversos documentos.

A nosso ver, as novas tecnologias, plataformas e linguagens derivadas delas não só podem como devem ser utilizadas pela comunicação contra-hegemônica para atrair e aumentar o alcance do público, especialmente os mais jovens, que serão os responsáveis, no futuro, pelas mudanças hoje buscadas.

Também cabe discutir a convergência digital e o hibridismo de diferentes linguagens e recursos midiáticos que vêm marcando o jornalismo na atualidade, com reflexos na comunicação contra-hegemônica. Vemos a associação do texto a imagens, vídeos, áudios, memes, gráficos, dentre outros elementos, que geram uma comunicação multimídia e/ou transmídia. O espanhol Ramón Salaverría, especialista em jornalismo digital, define o multimídia como “la integración sincrónica y unitaria de contenidos expresados en diversos códigos, principalmente mediante textos, sonidos e imágenes. (SALAVERRÍA, online<sup>221</sup>). Já o transmídia é definido por Henry Jenkins como um fenômeno da cultura da convergência, que é típica de nossos tempos. Trata-se de um novo tipo de narrativa em que a história “se desenrola por meio de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo” (JENKINS, 2009, p. 138). Apenas a título de exemplo, um determinado veículo contra-hegemônico pode oferecer uma grande reportagem em seu site sobre trabalho escravo, com texto, vídeo, áudio, gráfico e fotos (que seria o multimídia) e linkar essa matéria a um documentário produzido para o seu canal no YouTube (o doc trata apenas do caso de mulheres que trabalham em situação análoga à escravidão, e não ao trabalho escravo como um todo) e a uma exposição fotográfica que traz flagrantes de trabalho escravo infantil. Esse conjunto de plataformas interligadas seria o transmídia.

Defendemos que é preciso estar atento a esse cenário e dominar, para um uso benigno, as novas tecnologias, linguagens e mídias que hoje são muitas vezes utilizadas na disseminação das chamadas *fake news* (notícias falsas), em vez de demonizá-las como fabricantes de um jornalismo efêmero, superficial e mercadológico. Durante o IV Curso Nacional de Comunicação do Centro de Mídia Alternativa Barão de Itararé, realizado em São Paulo de 29 a 31 de julho<sup>222</sup>, diversos integrantes da mídia contra-hegemônica destacaram a importância de as forças progressistas estudarem essas novas tecnologias e as mudanças que estão acontecendo

---

<sup>221</sup> No artigo “Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental”. Disponível em: < [https://webs.ucm.es/info/emp/Numer\\_07/7-5-Inve/7-5-13.htm](https://webs.ucm.es/info/emp/Numer_07/7-5-Inve/7-5-13.htm) >. Acesso em: 25 jul. 2020.

<sup>222</sup> Fizemos esse curso como forma de contribuir com esta pesquisa.

no âmbito da comunicação, inclusive questões relacionadas a marketing digital. Um dos consensos costurados pelos participantes do curso foi que enquanto o campo conservador tem se apropriado muito bem dessas tecnologias – e a eleição de Jair Bolsonaro ilustra muito bem isso<sup>223</sup> – a esquerda, muitas vezes, permanece alheia, numa atitude de pudor e puritanismo. Claro que a forma e a estética não podem se sobrepor ao conteúdo, caso contrário reforçaremos o quadro de esvaziamento da política que marca esses tempos líquidos. Mas é preciso ter em mente que fazer jornalismo contra-hegemônico no século XXI implica em saber fazer uso das NTICs, da internet e das redes sociais, para que as práticas de comunicação sejam mais eficientes, abrangentes e atrativas.

#### **4.8 A prática emancipatória como norte**

Outro ponto discutido no IV Curso Nacional de Comunicação do Centro de Mídia Alternativa Barão de Itararé, em 2019, e que queremos destacar aqui como uma questão-chave a ser pensada pela mídia contra-hegemônica nos dias atuais, é a necessidade de as iniciativas desse campo estarem mais conectadas às bases dos movimentos sociais, conhecendo profundamente suas realidades e incluindo seus atores no processo de produção de conteúdo.

Vale ressaltar que os grupos historicamente oprimidos no continente latino-americano muitas vezes permanecem alijados de algumas iniciativas de mídia contra-hegemônica, tanto como partícipes como quanto público. São por elas defendidos, mas nem sempre com uma perspectiva correta, condizente com as problemáticas por eles vivenciadas. Por isso, não conseguem “se enxergar” nessas iniciativas. Uma pessoa oriunda da classe média pode cometer erros ao escrever sobre as comunidades periféricas, porque aquela é uma realidade que não é a dela. Não que essa pessoa não possa escrever corretamente sobre o assunto, mas ela precisa estudar profundamente a realidade a ser retratada, a partir das experiências vividas pelos integrantes daquela comunidade, só assim evitará tropeços na comunicação, que podem mostrar um quadro diferente do enfrentado por aquele segmento social. Outro exemplo, apenas a título de ilustração, que também foi comentado pelos participantes do IV Curso de Comunicação do Centro de Mídia Alternativa Barão de Itararé: hoje existe uma influência grande das igrejas evangélicas em comunidades carentes e essas instituições muitas vezes desempenham um papel importante para essa população. No entanto, vemos alguns comunicadores do campo da contra-

---

<sup>223</sup> O artigo “Um presidente eleito pelas redes sociais”, escrito para o portal Congresso em Foco, em 4 de novembro de 2018, pelo advogado e cientista político Leonardo Volpatti e o advogado Fábio Monteiro Lima, aborda o fato de Bolsonaro ter usado as redes sociais como principal plataforma de campanha, e os meios de comunicação tradicionais. O artigo está disponível em: <<https://congressoemfoco.uol.com.br/opiniaoforum/um-presidente-eleito-pelas-redes-sociais/>> Acesso em: 26 jul. 2020.

hegemonia que se posicionam de forma taxativa contra essas igrejas, sem uma análise mais profunda e crítica que permita reconhecer os pontos que deixaram de ser desempenhados pelo Estado e pelas forças progressistas e que acabaram sendo ocupados por essas instituições. Para conhecê-los, é preciso uma conversa próxima com as pessoas que vivem naquele local e frequentam aquelas igrejas, entendendo todos os aspectos daquela problemática, sem “achismos”.

Por isso, baseados no conceito de jornalismo emancipatório do professor Dennis de Oliveira, defendemos que a comunicação contra-hegemônica precisa estar em perfeita sintonia com a realidade do oprimido, só assim será efetiva e poderá contribuir com uma libertação. Parece óbvio dizer isso – já que se pode pensar que toda mídia contra-hegemônica automaticamente tem essa sintonia, mas, ao observamos que algumas experiências se diferenciam de outras, percebemos que essa obviedade não existe. Hoje existem veículos totalmente produzidos por pessoas que moram nas periferias da cidade, como a *Agência Mural*, no Brasil, e *La Garganta Poderosa*, na Argentina. Há também aqueles que justamente com a preocupação de não fazer um jornalismo descolado da realidade dos povos oprimidos incluem em sua redação, dentre jornalistas brancos e oriundos da classe média, comunicadores negros, homossexuais e mulheres e homens da periferia, como a *Ponte Jornalismo*, no Brasil. Há outros que, mesmo sendo feitos por pessoas que não fazem parte dos grupos oprimidos, realizam uma escuta ativa, mantendo contato e trocas constantes com os movimentos sociais de base, e portanto, também conseguem atingir uma perspectiva emancipatória.

No livro “Jornalismo das Periferias – O diálogo social solidário nas bordas urbanas” (2020), a pesquisadora e jornalista Mara Rovida, a partir de uma pesquisa de campo realizada entre 2018 e 2019 com comunicadores de periferias da Região Metropolitana de São Paulo, mostra como as iniciativas jornalísticas que incluem as experiências dos moradores dessas comunidades nos conteúdos e nos processos de produção, marcadas pela horizontalidade e pela disseminação de informações em rede, são ricas e únicas.

(...) as narrativas produzidas por esses jornalistas periféricos são elaboradas a partir de um determinado território, o que as diferencia por conterem perspectivas específicas que não podem ser entendidas fora dessa relação com o lugar de pertencimento dos sujeitos representados nas histórias e dos sujeitos produtores da comunicação, eles também são sujeitos periféricos. Essa vinculação com o espaço é geradora de identidade social e determina como os sujeitos sociais participarão da vida na cidade, na sociedade. Em outros termos, como diria Milton Santos, “cada cidadão vale pelo lugar onde está: o seu lugar como produtor, consumidor, cidadão, depende de sua localização no território” (ROVIDA, 2020, p. 19).



Detalharemos sobre a história e a ação dos veículos que abraçam o jornalismo emancipatório no próximo Capítulo, mas já adiantamos que eles se diferenciam de alguns blogs e portais feitos por intelectuais, jornalistas e acadêmicos distantes da realidade por eles retratada, por maior que sejam suas boas intenções e seu desejo de libertação daqueles que são historicamente explorados (e não duvidamos de maneira nenhuma que sejam). Não que esses blogs, sites e canais não sejam importantes na luta contra os grupos hegemônicos. A credibilidade que eles atestam, por serem feitos por pessoas com prestígio na sociedade, contribui para fazer frente às narrativas da grande mídia. Mas é preciso avançar nessa batalha.

Voltando ao conceito de jornalismo emancipatório do professor Dennis Oliveira, podemos defini-lo como uma proposta de comunicação libertadora que entende o jornalismo não como uma ferramenta “salvacionista”, que por si só é capaz de acabar com a opressão (como defendem os teóricos que instrumentalizam a imprensa), mas como um espaço no qual pode-se construir um pensamento crítico e de superação.

Para formular esse conceito, Oliveira toma alguns preceitos teóricos como base. Considera a potencialidade emancipatória que o professor e jornalista Adelmo Genro Filho vê no jornalismo, a defesa do dialogismo nas ações culturais libertadoras, feita pelo educador brasileiro Paulo Freire, além da sistematização metodológica proposta pelo sociólogo e educador peruano Oscar Jara, para analisar as experiências vividas por povos oprimidos.

Conforme destacamos no Capítulo 2, para Genro Filho, o jornalismo é capaz de compartilhar a imediaticidade do mundo, mediando a relação entre o indivíduo e a sociedade. Assim o indivíduo consegue conectar o seu cotidiano com o contexto, integrando-se à realidade, como sujeito partícipe, e ajudando a construí-la.

Dennis destaca que essa potencialidade de compartilhamento de imediaticidades tem sido prejudicada. Na maioria das vezes ela está a serviço dos sistemas de opressão, em função da “Ação Direta do Capital”, que tenta tirar a política da intermediação das relações sociais, esvaziando-a, e transformando tudo em relações mercantis de consumo. A atividade jornalística foi colonizada pela espetacularização e a notícia virou uma mercadoria fetichizada, distante do interesse público.

A sociedade capitalista contemporânea, na fase das cadeias produtivas globais, caracteriza-se pela desregulação das relações produtivas possibilitando a Ação Direta do Capital. Com isso, o poder se dissocia da esfera política e se concentra em mãos privadas, particularmente no tripé dos monopólios do dinheiro, das armas e da indústria da comunicação e da cultura. As sociedades deixam de ser reguladas por pactos, contratos e normas, para se colocarem no fluxo dinâmico do

consumo – não há mais cidadãos, mas sim indivíduos consumidores. Esse universo do sonho do consumismo é o cenário para a atuação do jornalismo-espetáculo em que a verossimilhança passa a ser o critério norteador. Dessa forma, não é possível o compartilhar de imediaticidades, ainda que dentro de uma perspectiva ideológica burguesa por conta da inexistência de uma esfera pública no sentido clássico do termo, como um espaço de debate mediado pela razão (ainda que instrumentalizada pelo capital). O que existe é um lugar-simulacro, espetacularizado com a presença de indivíduos (e não cidadãos). (OLIVEIRA, 2017, p. 188).

Para reverter essa lógica e fazer com que o jornalismo volte a atuar como práxis, que leve o indivíduo a refletir sobre a sua condição e a agir, Oliveira propõe a defesa que Paulo Freire faz do dialogismo nas ações de cultura emancipatória. Para Freire, a emancipação é construída coletivamente, já que “ninguém se conscientiza separadamente dos demais. A consciência se constitui como consciência do mundo” e “ninguém liberta ninguém, ninguém se liberta sozinho, os homens se libertam em comunhão” (FREIRE, 2005, p.52). Por isso, o educador destaca a importância de a luta emancipatória envolver o diálogo com os grupos explorados, contribuindo com a libertação tanto destes como dos próprios opressores, já que, de acordo com ele, um sistema de opressão objetifica o oprimido e desumaniza o opressor.

Freire critica o diálogo de libertação feito sem os oprimidos.

O diálogo crítico e libertador, por isso mesmo que supõe a ação, tem que ser feito com os oprimidos, qualquer que seja o grau em que se esteja a luta, por libertação. Não um diálogo às escâncaras, que provoca a fúria e repressão maior do opressor. (...) Pretender a libertação destes sem a sua reflexão no ato desta libertação é transformá-los em objeto que se devesse salvar de um incêndio. É fazê-los cair em um engodo populista e transformá-los em massa de manobra. (FREIRE, 2005, p. 59).

Em um ensaio escrito em 1968, com o título “Extensão ou Comunicação?”<sup>224</sup>, Freire contrapõe a comunicação à transmissão de uma informação, argumentando que a comunicação é a co-participação de sujeitos no ato de conhecer, e que a extensão implica transmissão, transferência, invasão, ou seja, um obstáculo ao conhecimento.

Oliveira reforça que é da naturalização das hierarquias, em um processo em que um grupo se acha no direito de “conscientizar” o outro, que emerge o conceito freireano de “cultura do silêncio”, algo que está articulado com o nosso passado colonial:

Só é possível compreender a cultura do silêncio se a tomarmos como uma totalidade que é, ela própria, parte de um todo maior. Neste todo maior devemos reconhecer também a cultura ou culturas que determinam a voz da cultura do silêncio. (...) A compreensão da cultura do silêncio pressupõe uma análise da dependência enquanto fenômeno relacional que acarreta diversas formas de ser, de pensar, de expressão, tanto da cultura do silêncio como da cultura que “tem

<sup>224</sup> O trabalho foi escrito para o Instituto de Capacitación e Investigación en Reforma Agraria (ICIRA), do Chile.

voz” (...). A sociedade dependente é por definição uma sociedade silenciosa. Sua voz não é autêntica, mas apenas um eco da voz da metrópole – em todos os aspectos, a metrópole fala, a sociedade dependente ouve. O silêncio da sociedade-objeto face à sociedade metropolitana se reproduz nas relações desenvolvidas no interior da primeira. Suas elites, silenciosas frente à metrópole, silenciam, por sua vez, o seu próprio povo. Apenas, quando o povo da sociedade dependente rompe as amarras da cultura do silêncio e conquista seu direito de falar – quer dizer, apenas quando mudanças estruturais radicais transformam a sociedade dependente – é que esta sociedade como um todo pode deixar de ser silenciosa face à sociedade metropolitana (FREIRE, 1976, p. 70-71)

Portanto, um jornalismo que se pretenda, de fato, libertador deve partir da realidade do oprimido, considerando-o como sujeito das estratégias e ações a serem tomadas, possibilitando uma conscientização coletiva. Até porque, como colocado por Oliveira, a partir da perspectiva de Milton Santos (em uma entrevista concedida à revista *Caros Amigos* em agosto de 1988), é nas classes oprimidas que a ideia de cidadania é mais reivindicada e a discussão política, sequestrada pela Ação Direta do Capital, tem a possibilidade de crescer, por intermédio dos movimentos sociais, ou na dinâmica das próprias periferias.

(...) Os políticos não fazem política, o aparelho de Estado não faz política, são porta-vozes. O povo faz política, os pobres é que fazem política. Porque conversam, porque conversando eles defrontam o mundo, e buscam interpretar o mundo. (...) A gente quer repetir a interpretação do Brasil através do que aprendeu na Europa e nos Estados Unidos, com a classe média, porque pobres não havia. Na Europa em que essa geração estudou quase não tinha pobre, e a classe média era defensora da democracia e do seu aperfeiçoamento. Tanto que houve a expansão da social-democracia, que era uma forma de aperfeiçoamento da democracia. E os pobres são tratados por nós, que aprendemos a epistemologia europeia na universidade, como o chantilly no bolo. A gente faz a construção, depois coloca o pobre em cima. Partidos de esquerda também fazem isso. Quer dizer, a construção toda é de classe média, e depois os pobres são colados lá em cima, porque resta aquela ideia de que a classe média queria defender os princípios fundamentais da humanidade e que os pobres, coitados, não têm nenhuma possibilidade de ser visionários, porque estão no dia a dia, “vivendo da mão para a boca”. (...) Quando é o contrário, porque quando tenho que todo dia renovar o meu estoque de impressões, de conhecimentos, de luta, que é o que o povo faz, sou obrigado a renovar também a minha filosófica, vamos dizer assim. Quer dizer, todos os dias o povo se renova, e, num país como o Brasil, essa urbanização tão galopante, tão rápida, essa mudança de lugar (...) tem um papel extraordinário na produção desse outro homem, já não tão seguro, ainda que ao mesmo tempo lhe ensinam que o consumo é bom, e o façam crer que ele vai poder consumir (...) (SANTOS, 1998 apud OLIVEIRA, 2017, p. 190-191)

Daí a importância de incluir as experiências dos segmentos sociais alijados nos projetos de comunicação que se pretendam emancipatórios.

Sendo assim, são nesses espaços vividos que residem as possibilidades de constituição de um jornalismo como forma de apropriação do conhecimento cristalizada nas singularidades. Aqui, o compartilhamento das imediatidades vividas pode atuar no sentido de emancipação, desde que construída na perspectiva da dialogia freireana, rompendo coma cultura do silêncio,

contrapondo com o conceito antropológico de cultura e se constituindo em uma ação cultural para emancipação. (OLIVEIRA, 2017, p. 191).

E para compreender com profundidade a vivência dos segmentos sociais oprimidos Oliveira sugere que seja colocada em prática a metodologia de “sistematização de experiências”, utilizada por Oscar Jara. O sociólogo peruano elaborou uma proposta metodológica que busca analisar as experiências vividas por grupos subalternos. Ele se debruçou, por exemplo, sobre o caso de um grupo de camponeses que tinha sido deslocado da Guatemala por conta da violência e da repressão política. “A proposta de Jara compreende uma observação densa dos processos cotidianos e a sua reflexão constante, articulando dialeticamente com elementos conceituais” (OLIVEIRA, 2017, p.193).

Tendo como base as categorias lucacksianas (singular, particular e universal), também usadas por Genro Filho, Jara propõe (apud OLIVEIRA, 2017, p.193) que as interpretações das experiências sistematizadas levem em consideração os seguintes elementos:

Entender as experiências com todas nossas capacidades humanas (mentais, sensíveis, emotivas, intuitivas); entender as diferentes etapas, as mudanças mais importantes, as razões dessas mudanças e seus efeitos, a lógica de todo o processo; entender como os momentos de mais dificuldades contribuíram para que se tenha maior criatividade para buscar soluções; entender a relação entre o pequeno e o grande, entre o particular e o geral; entender a particularidade das experiências dentro da estrutura econômica, social, política e ideológica do país; entender como se localiza nossa experiência no transcurso da história; entender como os elementos culturais e que marcam nossa identidade estão presentes em cada experiência; entender, a partir de várias experiências particulares, fatores que podem sinalizar para certas generalizações e reflexões teóricas.

Jara não tem a intenção de olhar as experiências vividas pelos povos oprimidos com objetividade. Ele prevê uma tomada de posição por parte do observador. Da mesma forma, Oliveira defende que o jornalismo emancipatório se faz, necessariamente, por um ponto de partida de criticidade do contexto vivido, considerando-o como opressor. Portanto, há uma tomada de posição do jornalista em prol do oprimido:

Primeiro, uma posição contra todas as formas de opressão estabelecidas, o que significa tomar o lado dos segmentos sociais oprimidos (trabalhadores, negros, mulheres, homossexuais, etc). Essa tomada de “partido” não significa empunhar bandeiras na redação, mas procurar entender os fenômenos sociais dentro da perspectiva de que há essa relação de opressão e que é necessário superá-la. (OLIVEIRA, 2017, p. 195)

Nesse ponto observa-se que a metodologia de Jara e a proposta jornalística de Oliveira mostram-se em total sintonia com as ideias de Paulo Freire, que fez o famoso questionamento: “Que é mesmo a minha neutralidade senão a maneira cômoda, talvez, mas hipócrita, de esconder minha opção ou meu medo de acusar a injustiça? Lavar as mãos em face da opressão

é reforçar o poder do opressor, é optar por ele.” Também têm sintonia com o pensamento de Adelmo Genro Filho que critica a perseguição da neutralidade e da objetividade vista nos Manuais de Redação da mídia hegemônica. Segundo Adelmo, esses princípios são usados de forma estratégica pelo Capital, para mascarar suas intenções.

Oscar Jara propõe que no processo de análise das experiências dos povos oprimidos sejam respondidas duas questões centrais: “por que isto aconteceu” e “por que não aconteceram outras coisas”. Essas questões, segundo Oliveira, mostram-se importantes na prática do jornalismo emancipatório, para compreensão dos fenômenos que permitirão ao jornalista/comunicador entender como se dá o sistema de opressão.

Ao sistematizar as experiências cotidianas dos seres humanos com diversas formas em que o sistema opressivo se manifesta direta ou indiretamente (...) e verificar como tais mecanismos se manifestam e as pessoas reagem, sucumbem ou dialogam com os mesmos, o jornalismo emancipatório contribui para que o cotidiano seja politizado e discutido publicamente, para além das esferas políticas tradicionais contaminadas com a realpolitik e próximas do que Adorno chamava de “sociedade administrada” (OLIVEIRA, 2017, p.211).

De acordo com Oliveira, a prática do jornalismo emancipatório pode ser observada esporadicamente na grande imprensa em reportagens que saem da espetacularização e do mero registro do acontecimento, problematizando um tema, a partir de seus variados personagens e perspectivas, reconhecendo os mecanismos que interferem naquela realidade de opressão, tomando um posicionamento a favor dos oprimidos. No entanto, pelos motivos anteriormente explicitados (o fato de o jornalismo ter se midiaticizado, entrando na dimensão da superficialidade e da espetacularização), essa prática não pode ser vista na maioria dos textos jornalísticos produzidos nos grandes meios de comunicação.

Oliveira ressalta que a prática emancipatória também encontra limitações no jornalismo contra-hegemônico pelo fato de algumas iniciativas deste se preocuparem principalmente em disseminar ideologias de contraposição àquelas apresentadas pela mídia hegemônica, propagandeando as posições dos grupos e segmentos subalternizados (em particular as suas entidades representativas), mas sem procurar se inserir nas realidades desses grupos e entender, de fato, suas problemáticas. Assim, o jornalismo contra-hegemônico acabaria se aproximando mais de um discurso de propaganda ideológica. “Evidente que tal prática jornalística se explica quando é realizada dentro de órgãos de comunicação de entidades e partidos políticos, porém não esgotam aí as possibilidades do jornalismo” (OLIVEIRA, 2017, p. 204).

Portanto, no nosso entender, é essencial que as iniciativas de comunicação contra-hegemônica abracem cada vez mais a prática emancipatória, compreendendo a complexidade

vivida pelos segmentos sociais prejudicados e enxergando-os como ricos politicamente, repletos de experiências essenciais e discussões que podem contribuir com estratégias efetivas para mudar o sistema de opressão. Com essa postura, o campo da comunicação contra-hegemônica evitará emitir mensagens descoladas da base, com pouca adesão. Como disse Freire, “a experiência nos ensina que nem todo o óbvio é tão óbvio quanto parece”. Portanto, assim como quem está na prática precisa ir até a teoria, quem está teorizando também precisa ir até a prática, para chegar mais próximo de todas verdades de uma realidade.

O momento atual parece mostrar que é preciso mais do que repercutir um discurso ideológico, direcionado a desmascarar as armadilhas dos grupos hegemônicos. As bases precisam voltar a ser ouvidas, compreendidas e valorizadas. O caminho para reverter o processo de exploração histórico a que estão submetidos os povos latino-americanos não se dará sem um diálogo verdadeiro com os segmentos sociais oprimidos e o entendimento profundo de suas realidades.

## **CAPÍTULO 5 EXPERIÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO CONTRA-HEGEMÔNICA NA ARGENTINA E NO BRASIL NO SÉCULO XXI**

Conforme abordado no Capítulo anterior, a internet e as Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTICs) têm representado uma grande oportunidade para o lançamento e impulsão da mídia contra-hegemônica. Diversos veículos nativos digitais (que nasceram no ambiente da rede mundial dos computadores) surgiram nas últimas três décadas e outros tantos meios alternativos nos campos impresso e de radiodifusão (alguns existentes bem antes da abertura da internet para uso comercial) também puderam se projetar melhor através da web e das plataformas a ela relacionadas, como as mídias sociais.

Claro que a internet e as NTICs por si só não são responsáveis pelo surgimento de novos veículos. Há outros fatores que certamente contribuíram para esse cenário. Observamos um momento em que segmentos sociais historicamente excluídos da esfera pública, como coloca Nancy Fraser (1990), com sua teoria de contra-públicos subalternos, empoderaram-se e começam a cobrar espaços para amplificar suas vozes contra injustiças seculares. Defendemos que, diante da falta de políticas direcionadas a garantir suas pautas, esses setores sociais têm visto na criação de veículos engajados (dentre outras estratégias), que os representem, uma oportunidade de amenizar um panorama injusto.

Além disso, cabe destacar conjunturas político-sociais configuradas na América Latina que estimularam a criação de veículos alternativos, como destaca a pesquisadora argentina Natalia Vinelli (2018), ao lembrar da onda progressista observada na região, na primeira década do século XXI, dos debates fomentados pela “Ley de Medios” e da cobrança feita por diversos atores que até então não participavam da cena comunicativa por políticas contra a concentração da propriedade midiática.

Cabe ainda ressaltar a crise por que tem passado os veículos da mídia tradicional, com fechamentos de jornais, revistas e outros meios, demissões em massa e precarização das condições de trabalho. Isso sem contar as pressões que muitos profissionais sofrem dentro da grande imprensa para fazer um texto enviesado, que atenda os interesses dos grandes grupos políticos e econômicos que estão por trás dos oligopólios midiáticos. Como salienta Ciro Marcondes Filho (1989, p. 11), um conglomerado jornalístico raramente fala sozinho: “(...) ele é ao mesmo tempo a voz de outros conglomerados econômicos ou grupos políticos que querem dar às suas opiniões subjetivas e particularistas o foro da objetividade”. Todos esses fatores

têm levado muitos jornalistas a empreender, lançando iniciativas independentes de produção de conteúdo, nas quais possam atuar com mais liberdade, criatividade e mais próximos do interesse público. E a internet acaba sendo um meio vantajoso em termos de custo-benefício para se aventurar em uma nova experiência, alcançando públicos segmentados.

Quando pensamos em “mídia contra-hegemônica” concordamos (tal como explicitado no Capítulo anterior) com a concepção do jornalista Altamiro Borges, do Centro de Estudos de Mídia Alternativa Barão de Itararé, ou seja, consideramos essa expressão como um grande guarda-chuva que envolve diversificados meios de comunicação voltados a oferecer uma narrativa diferente daquela apresentada pela mídia hegemônica, ou seja, que dão preferência às visões populares e progressistas. Nesse sentido, consideramos como meios contra-hegemônicos tanto as rádios e tevês comunitárias, como jornais de sindicatos e outras entidades de classe e, é claro, os veículos nativos digitais posicionados a favor da classe trabalhadora e dos Direitos Humanos. Ou seja, um rol muito amplo e numeroso de iniciativas.

Tanto o Brasil como a Argentina carecem de levantamentos sobre o número de mídias no campo da contra-hegemonia, pelo menos segundo pudemos apurar. Em boa parte isso acontece, a nosso ver, pelo fato de não haver entre as próprias iniciativas de jornalismo contra-hegemônico um consenso sobre como elas devem ser classificadas. Algumas experiências desvinculadas de entidades ou grupos políticos autointitulam-se como “independentes”, rejeitando se ver equiparadas a jornais sindicais ou de movimentos sociais, por exemplo, que consideram ser uma “mídia alternativa”. Outras veem na expressão “mídia alternativa” a ideia de algo menor, que não consegue alcançar grandes públicos, e por isso também são relutantes em adotar essa terminologia.

Existem poucos estudos contemporâneos que mapeiam a mídia independente e os disponíveis estão mais centrados nos veículos nativos digitais. Um levantamento feito pela *Agência Pública de Jornalismo Investigativo*, com foco no território brasileiro, registrou 79 iniciativas de comunicação digital independentes em 12 estados e no Distrito Federal, entre novembro de 2015 e fevereiro de 2016. Não foram incluídos nesse levantamento meios não digitais e os que existiam antes da abertura comercial da rede mundial de computadores. Ou seja, milhares de publicações impressas populares e rádios e emissoras comunitárias, que também apresentam narrativas diversas às da mídia hegemônica, ficaram excluídos.

É notável, no entanto, que os meios nativos digitais independentes possuem hoje um papel significativo na contra-hegemonia, haja vista a capacidade de, por intermédio das redes



sociais, atingirem grande audiência, nacional e internacionalmente, possibilitando ao público participar do processo de produção, além de até mesmo fazerem, algumas vezes, a mídia tradicional pautar assuntos que antigamente ficariam invisibilizados. Isso sem contar o fato de apresentarem linguagens novas e sedutoras.

O objetivo deste Capítulo é detalhar algumas iniciativas argentinas e brasileiras da cena atual da mídia contra-hegemônica, independentemente de serem ou não nativas digitais, que se destacam por cobrirem questões e demandas que são requeridas há séculos por setores sociais oprimidos (as mulheres, os negros, os povos originários, a população residente nas periferias, dentre outros grupos). Não tivemos a pretensão de fazer um mapeamento de todas as iniciativas nos dois países (até pela dificuldade classificativa já apontada), mas de oferecer, de forma aprofundada, a trajetória dessas experiências, seu modo de fazer jornalismo, seus diferenciais e formas de sustentação financeira. Também tivemos como meta verificar se essas experiências têm conseguido abraçar a prática jornalística emancipatória, defendida pelo professor Dennis de Oliveira, ou seja, se têm contribuindo para a reflexão crítica coletiva proposta por Paulo Freire.

Ao todo pesquisamos 14 veículos: sete na Argentina e sete no Brasil. São mídias que possuem reconhecimento do campo progressista por focarem sua cobertura nas pautas de Direitos Humanos e nos interesses de grupos aliados. Coincidentemente a grande maioria dos veículos selecionados é nativa digital. Claro que outras iniciativas importantes ficaram de fora, mas, como dissemos, não seria possível mergulhar em todas elas.

Para estudar esses veículos, além de termos feito entrevistas presenciais e a distância (por intermédio de tecnologias de videochamada e de mensagem de texto e voz) com seus representantes, pudemos conhecer algumas das redações (no caso daqueles que as possuem) e, em alguns casos, acompanhamos suas reuniões de pauta. Quando possível, procuramos conversar com mais de um integrante das iniciativas e analisar algumas de suas reportagens emblemáticas. No caso argentino, estivemos em Buenos Aires de 30 de junho a 6 de julho de 2019 para realizar todas as entrevistas *in loco*. Os detalhes sobre a metodologia adotada nessas entrevistas já foram oferecidos na Introdução desta tese.

Foram pesquisados naquele país: *Página/12*, *Cooperativa Lavaca*, *La Garganta Poderosa*, *Agencia Paco Urondo*, *Cosecha Roja*, *Marcha Noticias* e *Emergentes*.

No Brasil os veículos analisados foram: *Brasil de Fato*, *Énois*, *Agência Mural de Jornalismo das Periferias*, *Mídia NINJA*, *Amazônia Real*, *Ponte Jornalismo* e *Alma Preta*.

Nas próximas páginas o leitor poderá acompanhar a história de cada um dos veículos selecionados, de seus primeiros passos aos momentos atuais, e descobrirá particularidades sobre seu processo de produção jornalística, as pautas defendidas, suas parcerias, conquistas e suas formas de financiamento. Posteriormente, oferecemos uma análise dos pontos em comum e díspares que as iniciativas argentinas e brasileiras possuem e das principais problemáticas e vitórias por elas compartilhadas. Também destacaremos as iniciativas que mais abraçam a perspectiva emancipatória (segundo o conceito de Dennis de Oliveira), e como isso acaba impactando positivamente na sua forma de fazer jornalismo.

## 5.1 Iniciativas pesquisadas na Argentina

### 5.1.1 *Página/12*



Figura 4 - Site do jornal *Página/12*: [www.pagina12.com.ar](http://www.pagina12.com.ar)

*Página/12* é um dos mais antigos e tradicionais veículos de comunicação do campo progressista argentino e latino-americano. O jornal foi lançado em 6 de maio de 1987, no governo de Raúl Alfonsín (UCR – União Civil Radical), primeiro presidente eleito pelos argentinos após sete anos de ditadura militar. Era um contexto de redemocratização do país, com cobranças da sociedade em relação aos milhares de desaparecidos (incluindo crianças)

durante a chamada “guerra suja”<sup>225</sup> e em relação à punição a militares que cometeram diversas violações aos direitos humanos.

Criado por um grupo de jornalistas, escritores, militantes e intelectuais, dentre os quais Jorge Lanata, Osvaldo Soriano e Horacio Verbitsky, o jornal, que começou de maneira modesta, com pouco investimento, cerca de 30 mil exemplares e 12 páginas, foi crescendo e consolidando-se. Perdura por mais de três décadas como um dos diários argentinos com maior prestígio, tendo atravessado diferentes governos. Poucas semanas depois de seu lançamento já era sucesso de vendas nas bancas de Buenos Aires, aumentando seu tamanho e passando a contar com uma edição dominical. O impresso iria ser batizado com o nome de *Reporter*, mas como esse título já aparecia no registro argentino de propriedade de marcas, seus jornalistas resolveram intitulá-lo com a quantidade de páginas que ele possuía (em sua fundação). Em entrevista a esta pesquisa<sup>226</sup>, o colunista Martín Granovsky, que é pioneiro no jornal (ingressou no diário três meses depois de sua fundação), sintetiza a longa trajetória do veículo como “um milagre”, já que *Página/12* começou com uma modesta estrutura. “El milagro era que el diario durara más de un mes, dos meses, una cosa así. (...) El milagro jamás fue que el diario Página 12 fuera a tener una vida de 32 años. (...) por apuestas nadie daba más de 2 meses o 1 año.” (GRANOVSKY, 2019).

Para Granovsky, o segredo para o sucesso do periódico está sustentado em três pilares: o rigor com a apuração jornalística, a linguagem inovadora, afinada com o humor (que não se confunde com uma linha cômica), e a constante sintonia com a agenda pública.

¿Qué tenía ese diario – que tuvo siempre y que conservó siempre? Mucho rigor informativo. (...) Es un diario prácticamente sin desmentidas, no criticado, no desmentido. La información y los hechos de *Página/12* son hechos rigurosamente chequeados y publicados. Esta no es mi opinión, es fáctico. Tenemos muy pocas desmentidas a lo largo de toda la carrera del *Página/12*. (...) Y hubo también una preocupación inicial de cómo contar esa información. (...) Parece muy elemental decir que el periodismo tiene que ser un periodismo que puede ser leído, no solamente escrito. El periodismo no es solamente escribir, es escribir para ser leído. Una innovación del lenguaje, del uso de la crónica, del uso del humor, la ironía. *Página/12* nunca fue un diario cómico. Incluso escapa al *Página/12* que tiene una personalidad especial –que continúa siendo igual ahora. No tiene un espíritu cómico. Y hay un cuidado de que no sean cómicas. Tener humor no es la misma cosa que ser cómicas. Es una mirada irónica de la realidad, una vuelta, hay un código humorístico, que es un código de muchas ciudades de la Argentina, pero puede ser un código perfectamente comprensible en São Paulo, por ejemplo, o en Nueva York, o en París, o en Roma, en cualquier gran ciudad. (...) Pero siempre con la base de la información y del relato fidedigno y no solo verosímil (...) Hay otro elemento que es cuál es la agenda, cuál es la conversación pública.

<sup>225</sup> Como ficou conhecida a violência indiscriminada promovida pelo terrorismo de Estado.

<sup>226</sup> Realizada presencialmente em Buenos Aires em 4 de julho de 2019.

(...) En la conversación pública hay temas que son imprescindibles, ¿cierto?. Hay elecciones. Si usted habla de otra cosa que no son las elecciones ese día, usted es de Marte, Júpiter o Urano. ¿Cierto? O de la luna. Pero si tenés tres noticias para la tapa –el problema de Página/12 es que tiene que elegir una noticia importante para la tapa, que a veces es una ventaja y a veces es un problema. Entonces hay que decidir una, porque la tapa tiene una noticia importante. Ese es el estilo. (GRANOVSKY, 2019).

Rico em análises e entrevistas aprofundadas, o jornal inspirou-se, no que se refere ao estilo e à diagramação, no impresso francês *Liberación*. Embora seja visto pelo setor progressista como um veículo de esquerda, Granovsky destaca que o periódico nunca se posicionou desta forma (pelo menos não declaradamente), apesar de sempre defender as pautas progressistas e contar, em sua redação, com militantes de diferentes segmentos da esquerda argentina.

No artigo “Página/12 – La articulación como transformación”<sup>227</sup>, o pesquisador Sebastian Ernesto Ackerman, destaca as inovações trazidas pelo jornal ao cenário da mídia impressa argentina, tanto no aspecto temático, com a linha descolada do oficialismo<sup>228</sup>, que marcou muitos veículos jornalísticos na época da ditadura, e a defesa dos Direitos Humanos, como em termos de linguagem:

La irrupción de Página/12 en el horizonte periodístico de la Argentina puso en evidencia lo anticuado de las formas de llevar adelante la práctica periodística, pero sobre todo la dificultad de intentar una ruptura con ciertas costumbres instaladas durante la etapa de la dictadura cívico-militar, con la que tantos periodistas parecían sentirse a gusto y otros la única manera que encontraron para sobrevivir en el oficio que habían desarrollado. Incluso a poco más de tres años del regreso de la vida democrática, los grandes diarios argentinos todavía no se desprendían de un lenguaje anticuado, de una forma de expresión que se repetía a sí misma para no decir nada (...). Las tapas de Clarín y La Nación de la semana en la que el novel periódico aparecía dan cuenta del contexto en el cual el nuevo diario salía a la luz. Por poner un ejemplo: ambos diarios le dan voz a los jefes militares del momento. Pero además de la voz a los actores, también había un estilo de escritura que resultaba anticuado para la nueva sociedad argentina. En los diarios de tirada nacional con los que Página/12 iba a competir, como son Clarín y La Nación, se ejercía un estilo de escritura que ya iba quedando obsoleto para la nueva sociedad post dictadura. Desde la propia redacción de los textos o construcción de los títulos ese atraso comenzaba a notarse: en varios artículos, el verbo lo ponían antes que el sujeto. (...) la ausencia de filiaciones partidarias hacía también de Página/12 un medio que podía saltarse las “deudas políticas”, y ubicarlo dentro del espectro del progresismo modernizador, sobre todo del lenguaje. Sin embargo, esta amplitud tiene en nuestro matutino una clara barrera que define el límite: el irrestricto respeto y defensa de los Derechos Humanos (ARCHEMAN, online).

<sup>227</sup> Publicado em 2018 no repositório institucional da Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo A. Podestá" da Universidad Nacional de Villa María. Disponível em: [http://biblio.unvm.edu.ar/opac\\_css/doc\\_num.php?explnum\\_id=2072](http://biblio.unvm.edu.ar/opac_css/doc_num.php?explnum_id=2072) Acesso em: 10 nov. 2020.

<sup>228</sup> No sentido de apoio ao regime militar.



Figura 5 - Primeira capa do jornal, de 26 de maio de 1987

O veículo também não se classifica como um impresso alternativo, como se estivesse em uma situação “menor” que os demais jornais do país. Segundo Granosky, a meta do *Página/12*, desde o princípio, foi ousada: ser um periódico de excelência no jornalismo, conquistando a predileção do público não só na Argentina, mas em outros países. Ele reforça o respeito aos Direitos Humanos como marca inequívoca do diário.

No es declaradamente de izquierda. El diario nunca se definió a sí mismo de ninguna manera, nunca, salvo en un tema: hay un elemento permanente de la línea editorial que es el respeto el resguardo y la militancia por los Derechos Humanos, es el único tema. En general, una parte de la redacción, es una redacción de personas de izquierda, o personas de izquierda que ahora pueden ser peronistas o kirchneristas, pero en ese sentido, las personas de izquierda de *Página/12* también eran una gran ensalada. Personas que fueron antiguos militantes, en general ex-militantes más que militantes activos, sobre todo a principios del diario. El arco de esa militancia era progresista o de izquierda, pero de no menos de 15 o 20 orígenes distintos. Esa mixtura fue importante; fue una mixtura que tenía un objetivo: que es industrial, no es intelectual. Para que la intelectualidad, para que la narrativa sea apreciada, usted necesita cerrar la edición. Cada día, usted tiene que tener un resultado. Eso es una obligación industrial, para los trabajadores, para los torneros, los obreros metalúrgicos. (...) el periódico nunca se consideró a sí mismo como periódico alternativo o alternativista, nunca. (...) Nunca quisimos ser un diario alternativo, siempre quisimos ser un diario. Y nos consideramos a nosotros como el principal diario de Argentina y del mundo. Es una simulación,

pero nosotros trabajamos como si fuéramos el único diario existente, no como un segundo. Entonces, las personas iban a comprar Clarín y también Página/12. (...) De oposición puede ser, pero no un periodismo alternativo, era un diario que fuera un diario comprable por una persona. Esa fue la idea. Eso no está escrito porque son cosas que fueron saliendo de la propia práctica. (GRANOVSKY, 2019).

Para Granovsky, posicionar-se como “mídia alternativa” pode ser a razão para o fato de algumas iniciativas de jornalismo progressistas não serem bem-sucedidas, deixando de atingir o grande público. “Es que yo creo que en parte eso quizás sea, porque se plantearon como alternativas en lugar de plantearse como medios que estuvieran en el centro de la escena política, periodista.” (GRANOVSKY, 2019).

Durante quatro anos e meio, Granovsky foi funcionário dos governos de Néstor e Cristina Fernández de Kirchner. O jornalista foi presidente da Agência Estatal de Notícias, a Télam. Assumiu o cargo atendendo a um convite pessoal de Néstor, que era seu amigo. Nesse período, afastou-se da redação do *Página/12*, por incompatibilidade legal. Perguntado sobre um possível alinhamento do jornal ao governo kirchnerista, ele responde:

(...) no, no es un periodismo alineado pero tampoco se cuidó, o tampoco evitó cuando tenía simpatía por alguna política de expresarlas y esto quizás fue un problema para el diario, pero Página/12 habló de derechos humanos antes de que a Cristina o Néstor hablaran del derechos humanos. Entonces, si llega un gobierno que habla de derechos humanos y hace una política de derechos humanos, ¿usted va a cortar la propia identidad para ser opositor artificialmente a eso cuando usted fue el primero que fijó ese tema en la conversación pública, en los medios argentinos? Es difícil de contestar. Si usted siempre hizo materias sobre los problemas del ultra liberalismo, mostró materias con las ventajas internacionales del intervencionismo en la economía, keynesianismo, etc, etc. Cuando usted tiene un gobierno cercano al keynesianismo, al estado interventor, ¿usted va a criticar eso porque usted tiene que criticar? Es una posición difícil muy difícil, pero usted tiene que ser honesto intelectualmente también con eso. Quizás es menos rentable [risas], menos rentable, pero lo que usted cree, lo que usted piensa, lo que usted habla, le da su identidad. (GRANOVSKY, 2019).

*Página/12* sempre foi conhecido por criticar o neoliberalismo, opondo-se, portanto, a governos adotantes dessa agenda, como o de Carlos Menem (no poder de 8 de julho de 1989 a 10 de dezembro de 1999). O jornal se destacou nos anos 1990, além do enfrentamento às políticas pregadas pelo Consenso de Washington, por incluir nas edições de domingo clássicos da literatura, trazendo obras escritas por argentinos perseguidos pela ditadura militar, como o jornalista Rodolfo Walsh, um dos líderes da organização Montoneros (como já apontamos no Capítulo anterior), autor do emblemático “Operación Masacre”. Essa estratégia foi bastante importante para o sucesso do impresso.

De acordo com Granovsky, atualmente o jornal conta com cerca de 200 pessoas em sua redação e nem todos são jornalistas de formação. Vale destacar que na Argentina, tal como

ocorre no Brasil desde 2009<sup>229</sup>, não é preciso fazer faculdade de jornalismo para atuar na área. Escrevem para o periódico intelectuais, militantes, escritores e pessoas com expertise em diferentes áreas. Aliás essa é uma peculiaridade do veículo que Granovsky considera como algo positivo, pois torna o conteúdo mais rico e plural, com as especialidades de cada colaborador.

En ese punto soy absolutamente liberal; cualquiera tiene derecho a ser periodista, cualquiera. Sea poeta, economista, abogado. (...) Yo siempre estuve en contra de eso, porque me parece que era corporativo y porque empobrecía la calidad y la escritura. ¿Usted conoce a Eric Nepomuceno, por ejemplo, que escribe en *Página/12*? Eric Nepomuceno es un gran traductor de [Gabriel] García Márquez y de [Mario] Vargas Llosa. Creo que Eric no debe ser periodista recibido de la Licenciatura en Comunicación, él es periodista. O Tobis Rossi no era graduado. Digo, no estoy en contra de la Facultad, no puede ser una condición. En *Página/12* la condición es una condición natural mixturada de redacción, entonces eso aportó, al comienzo del periódico, muchos escritores, o escritores que eran periodistas al mismo tiempo, grandes escritores ya muertos. Por ejemplo, Osvaldo Soriano, uno de los grandes novelistas de Argentina, Juan Gelman, muerto también, uno de los grandes poetas de Argentina, Juan Forn, novelista también, que fue el creador del suplemento cultural Radar, 25 años atrás, más o menos. El diario tuvo siempre una mixtura y una constante también. (GRANOVSKY, 2019).

Hoje *Página/12* não se limita ao jornal impresso. É um grupo jornalístico que conta com outras mídias: uma web TV chamada *Octubre TV*, a rádio *AM 750* (uma das emissoras AM mais importantes de Buenos Aires), uma FM de esportes e as revistas *Planeta Urbano* e *Caras y Caretas*. O jornal tem a terceira maior circulação entre os periódicos argentinos, com mais de 50 mil exemplares impressos por dia. Seu portal de notícias na internet é o quarto mais acessado do país.

Há dois anos a empresa é controlada por um grupo de origem sindical, a Fundación Octubre, que está relacionado com o Suterh (Sindicato Único de Trabajadores de Edificios de renta y horizontal y de la obra social del personal de edificios de renta y horizontal).

O jornal tem um público-alvo oriundo da classe média e classe média alta. Em seu site, na seção *Nuestra Historia*, o veículo descreve o perfil de seus leitores:

Nuestros lectores, ávidos de información actualizada sobre novedades culturales y de consumo, se caracterizan por su eclecticismo y su capacidad de construir su lectura individual. El 58 por ciento de ellos tiene entre 18 y 52 años y pertenecen al nivel socio-económico Medio y Medio Alto: AB y C1/C2.

Mesmo assim, por conta de a Argentina possuir uma classe média bem mais ampla que a brasileira, em função da desigualdade social no país ser menor que no Brasil<sup>230</sup>, e um nível

<sup>229</sup> Em 17 de junho de 2009 o Supremo Tribunal Federal (STF) derrubou a exigência do diploma para exercício da profissão de jornalista no Brasil.

<sup>230</sup> Importante lembrar que, mesmo estando melhor que o Brasil (segundo o índice Gini, que mede a desigualdade de distribuição de renda, a Argentina tem 42,28 e o Brasil tem 51,48; zero é maior igualdade, 100 é maior desigualdade), a desigualdade social no país vizinho vem aumentando

cultural alto em relação a outros países da América Latina, o jornal consegue atingir pessoas de segmentos sociais mais populares, como destaca a pesquisadora Micaela Baldoni<sup>231</sup>:

A Argentina tiene un acceso, gracias al sistema universal público, un nivel cultural medio –para decirlo- bastante alto en comparación con otros países de Latinoamérica, que permite que, quizás, sectores populares pero que tienen o que tuvieron en algún momento un acceso, capital cultural, puedan acceder a este tipo de medios. (...) Eso no quiere decir que todas las capas obreras o populares como las llamemos tengan el acceso. *Página/12* es un caso interesante porque empieza a ser un diario dirigido a un sector progresista y culto, urbano siempre (...), que, sin embargo, en algún momento se massifica (BALDONI, 2019).

Além disso, seu prestígio consegue fazer com que suas posições progressistas sejam ouvidas e consideradas por atores estratégicos da política, da economia e da sociedade em geral, em benefício de todo o povo argentino.

A trajetória do *Página/12* chacoalhou a imprensa do país, mostrando que era possível optar por uma forma mais crítica, atrativa e menos subserviente de fazer jornalismo.

*Página* crea nuevas formas de legalidad en el periodismo argentino. Cosas que eran transgresiones inadmisibles pasan a ser recursos cotidianos, admisibles, respetados y exitosos. Y eso tuvo efecto sobre la prensa escrita y además otra de las innovaciones es la falta de reverencia con que el diario se dirige a los factores de poder. Históricamente, la prensa argentina había sido muy condescendiente - por no decir 'obsecuente' - con las grandes empresas, con los poderes establecidos, con las instituciones sacrosantas de la nacionalidad. (ULANOVSKY, 1997, p. 335 apud ARCHEMAN, online).

O jornal continua sendo uma grande inspiração não só no jornalismo argentino, mas no latino-americano.

### 5.1.2 *Lavaca*

---

<sup>231</sup>Realizada presencialmente em Buenos Aires, em 3 de julho de 2019.





Figura 6 – Site da cooperativa *Lavaca*: [www.lavaca.org](http://www.lavaca.org)

O ano era 2001. A Argentina passava por uma de suas piores crises econômicas. O país não conseguia mais administrar o enorme endividamento externo, fruto de uma grave recessão, declarando a moratória. Diversas empresas quebravam, com impactos terríveis no campo social. Mas no meio desse cenário, angustiante e desolador, espaços de resistência iam se reconfigurando, na busca de alternativas. Um movimento em especial começava a se destacar: trabalhadores e trabalhadoras se mobilizavam para recuperar empresas que tinham sido arrasadas pela crise e abandonadas por seus donos, propondo um modelo de autogestão; uma forma de trabalho sem patrões, no esquema de produção colaborativa. Esse movimento se espalhou e, por ser bem-sucedido, começou a chamar a atenção de estudiosos e forças progressistas não só da Argentina, mas de outros países. E foi se inspirando nele que surgiu em 2001 a cooperativa de jornalismo *Lavaca*, como conta um de seus fundadores, o jornalista Lucas Pedulla, em entrevista para essa pesquisa<sup>232</sup>:

*Lavaca*, si bien no es una fábrica recuperada, no es que un quiebre de un medio de comunicación que nosotros recuperamos, sí surgió a la luz de todo eso, a partir de unas preguntas: “bueno, estamos viendo que los socios fundadores vieron esto, que estas unidades productivas están pensando la forma de producción sin patrón, de forma cooperativa, que a su vez implica también la emergencia o la puesta en discusión de nuevas relaciones sociales, tanto de producción como de relaciones entre quienes terminaron siendo los socios y las socias de esas nuevas unidades productivas. ¿Qué era lo que se estaba tejiendo ahí? Era una forma de

<sup>232</sup> Realizada presencialmente na sede da cooperativa, na avenida Riobamba, em Buenos Aires, em 4 de julho de 2019. Na oportunidade, pudemos conhecer a redação do veículo.

organización mucho más democrática, mucho más social, del trabajo. Entonces, la pregunta era, bueno, qué pasa si esas mismas preguntas o esas mismas discusiones las volcamos a la producción o a la creación de un proyecto periodístico (PEDULLA, 2019).

O nome *Lavaca* vem da ideia de “vaquinha” que, tal como no Brasil, é um termo usado quando pedimos que cada um colabore com um valor para realizarmos um projeto. O nome também foi idealizado em referência ao animal (vaca). Como a cooperativa começou com quatro pessoas, cada um dos integrantes simbolizava uma pata da vaca. Seus fundadores são jornalistas que tinham experiência em grande imprensa e queriam apostar numa nova forma de trabalho, mais democrática, solidária e livre. A cooperativa se define como um ‘meio social’, que está à disposição das lutas populares, em contraposição aos meios comerciais, da grande imprensa, que buscam o lucro.

Los medios sociales son medios en cuyo centro está la sociedad, está la calle, en vez del lucro económico. Lo que diferencia a Clarín y La Nación de nuestras experiencias, más allá de las posiciones hegemónicas o contrahegemónicas, que podamos hablar, qué está en el centro de su armado, de su estructura de comunicación. Claramente en Clarín y La Nación no está la calle, no está la sociedad, sino que está el interés de hacer lucro o de operaciones de prensa a partir de las noticias que ya dejan de informar. (PEDULLA, 2019).

E o primeiro ato de *Lavaca* realmente foi dado “na calle”. O veículo começou cobrindo os protestos sociais contra a crise econômica, que ocorreram nos dias 19 e 21 de dezembro de 2001 em várias cidades da Argentina. As manifestações culminaram com as renúncias do ministro da Economia, Domingo Cavallo, e do presidente Fernando de la Rúa, que estava no poder desde 10 de dezembro de 1999.

Nuestro acto inaugural fue estar en la calle el 19 y 21 de diciembre de 2001, al grito de “Que se vayan todos”<sup>233</sup>. Allí nació nuestra primera nota, que distribuimos por mail entre nuestros contactos y con el lema “anticopyright”. Hoy forma parte del libro *Grandes crónicas periodísticas*, editado por el Fondo de Cultura Económica, junto a textos de José Martí, John Reed, Elena Poniatowska, entre otros clásicos. (LAVACA, online)<sup>234</sup>.

O veículo tem sua dinâmica intrinsecamente ligada aos movimentos sociais e suas pautas e aos segmentos da população argentina comumente explorados e injustiçados. Seus integrantes mantêm convivência permanente com ativistas desses movimentos e com pessoas de comunidades e grupos socialmente excluídos e oferecem assessoramento para esses ativistas, ensinando as ferramentas da internet para criação de sites e outras plataformas. Tudo para que

<sup>233</sup> ¡Que se vayan todos! foi um slogan que surgiu espontaneamente no decorrer das manifestações populares que caracterizaram a crise de dezembro de 2001 na Argentina. O grito refletia o desencanto da população com os dirigentes políticos do país, exigindo a saída deles do poder.

<sup>234</sup> Trecho retirado do institucional do site da *Lavaca*, disponível em: < <https://www.lavaca.org/que-es-lavaca/>> Acesso: 22 ago. 2020.

eles não tenham que gastar os poucos recursos financeiros que possuem, recorrendo a terceiros para divulgarem seus atos e eventos.

As pautas da *Lavaca* giram em torno de algumas questões-chave: problemáticas ligadas aos direitos dos trabalhadores, defesa dos direitos das mulheres e do feminismo, batalha pelos direitos e respeito à comunidade LGBTQIA+, denúncias de violência policial, defesa do meio ambiente e a luta contra os agrotóxicos e outros modelos de produção que carreguem a lógica nociva do capital.

Esos son los ejes claves de *Lavaca*, a lo largo de la historia hasta ahora. (...) En Derechos Humanos tenemos la cobertura desde los nietos recuperados<sup>235</sup> pero también las violaciones a los derechos humanos en democracia. Por eso cubrimos mucho lo que son, obviamente, desde feminicidios, que ahí también tenés un cruce con feminismo; gatillo fácil<sup>236</sup>, como fue acá hace poquito, seguramente viste, en San Miguel del Monte. Es un municipio a 100 km de aquí, de la capital, la policía bonaerense, que es la policía de la provincia de Buenos Aires, mató a cuatro chicos en una persecución. Fue un caso como que o sea de esos que ocurren todos los días pero al ser cuatro chicos de un pueblo, como que estalló y puso la agenda patas arriba. Digamos, de ahí, o también a desapariciones forzadas como a de Santiago Maldonado<sup>237</sup>. Después en protesta social, cubrimos mucho las marchas, que ocurren en la calle, desde feminismo hasta de protesta laboral; porque nosotros siempre decimos que las marchas son como grandes noticieros a cielo abierto; es como que apagá la televisión, salí a la calle, ponete a hablar con la gente y ahí tenés toda una cartografía de luchas o de reclamos o de reivindicaciones de la época. (PEDULLA, 2019).

*Lavaca* começou com uma página na internet e anos depois surgiu a *MU*, uma revista que, diferentemente do site da cooperativa (mais voltado às coberturas factuais, em especial de protestos), faz um jornalismo mais analítico e com linguagem literária, aprofundando temas culturais, políticos e sociais que no dia a dia aparecem em textos mais rápidos no site. A *MU* possui uma linguagem inteligente e instigante, fazendo jus ao passado inspirador das revistas argentinas contraculturais de resistência (apontado no Capítulo anterior). A publicação, que tem uma tiragem de 10 mil exemplares, é vendida em bancas, livrarias e também pode ser assinada. *Lavaca* fundou e preside a Asociación de Revistas Culturales Independientes, que reúne 300 publicações culturais em toda a Argentina.

---

<sup>235</sup> As Mães da Praça de Maio tiveram seus filhos assassinados ou desaparecidos durante o terrorismo de Estado da última ditadura militar argentina, de 1976 a 1983. Elas começaram a fazer passeatas em 1977 na Praça de Maio, em Buenos Aires, em frente à Casa Rosada (sede do governo), para saber o que aconteceu com seus filhos. Existe também a associação das Avós da Praça de Maio, que luta para localizar as crianças sequestradas ou desaparecidas pela ditadura. É presidida por Estela de Carlotto. Até o dia 9 de abril de 2019, a associação tinha solucionado 129 casos de crianças desaparecidas.

<sup>236</sup> Expressão usada na Argentina para se referir às vítimas de violência policial.

<sup>237</sup> Jovem ativista de Buenos Aires que participava de um bloqueio em uma estrada na Patagônia como parte de um protesto dos mapuches. Ele desapareceu depois que a gendarmaria argentina dispersou a manifestação. O corpo de Maldonado foi encontrado meses depois em um rio próximo, sem sinais de violência.

Pedulla explica como determinados temas noticiados de forma mais rápida no site (no esquema de uma agência de notícias) são aprofundados na *MU*:

Por ejemplo lo que te contaba de San Miguel del Monte, de los chicos que fueron asesinados; bueno, nosotros viajamos a cubrir eso, porque al ser la revista mensual, y al ser algo que está ocurriendo hoy, tampoco nos podíamos permitir no decir nada hasta que saliera la revista. Entonces fuimos, viajamos, produjimos notas, un reportaje fotográfico que también fue muy lindo, y una serie de coberturas, no te digo del día a día, pero sí hasta que saliera la revista, y cuando salió la revista, no solamente había contenido que nosotros ya habíamos dado sino que también problematizamos un poco más lo que había pasado en Monte, desde pensar la seguridad, a partir de las madres por el gatillo fácil que se están organizando. Yo hablé con Fidel [Fidel Ruiz, da revista La Garganta Poderosa], para esa nota, porque nos interesaba contar un poco también la experiencia de Control Popular de las Fuerzas de Seguridad de La Poderosa en el barrio. Y ahí ves como lo que era capaz la noticia de “la Bonaerense mató cuatros chicos en San Miguel del Monte”, que la dimos, en la revista se terminó convirtiendo en “¿cómo pensamos la seguridad y cómo nos cuidamos?” (...) incluso cuando las compañeras cubren si hay algún femicidio, damos la noticia y los datos que capaz son más de dominio público pero después en la revista lo que tratamos de producir es otro valor al ir al territorio y también contar un poco esa complejidad que se da solamente en esos lugares. Es como que se profundiza mucho más en la *MU*, no porque no sea profundo lo que damos en la web pero sí tiene una frecuencia más de agencia.(...) Cuando fue lo de Santiago Maldonado era casi una nota diaria. Cuando fue el tema de la discusión por el aborto<sup>238</sup>, las compañeras que cubrieron muchísimo el tema, era casi una nota diaria sobre lo que estaba pasando en el Congreso pero también lo que estaba pasando en la calle, y cómo se estaban organizando otros sectores, etc., etc. Y en la revista, era capaz algo más de análisis de decir qué está significando esto en términos históricos, como también focalizarlo ahí, o hasta algún reportaje específico con alguien que haya estado, o que haya sido muy importante en todo ese movimiento que de alguna manera sintetizara también todo lo que estaba pasando. Entonces vos ahí veías que hablábamos con actrices, con músicas, y en cada revista había una profundidad sobre eso, que capaz en el caos cotidiano, está en la web pero lo que te da la revista es otro tipo de anclaje. Vos abrís, o la lees en la web o donde vos seas, y en el mes, ahí está sintetizado gran parte de lo que fuimos hablando porque sí lo de la web, más allá de que sean notas, que pueden rebotar muchísimo, tiene la fugacidad de lo que admiten hoy, esta época de redes sociales; la revista le da otro peso, está acá. (PEDULLA, 2019).

---

<sup>238</sup> Mobilização pela aprovação do aborto legal, no Congresso argentino, uma campanha de décadas, mas que se intensificou a partir do movimento “Ni Una Menos”. que acabou virando símbolo para os diversos feminismos da América Latina. Encampado pelo coletivo “Ni Una Menos” (Nenhuma a Menos) que luta contra o feminicídio, o movimento teve sua primeira mobilização em 2015, após a morte da adolescente Chiara Páez, de 14 anos, que foi assassinada estando grávida pelo namorado de 16 anos. Falaremos mais adiante sobre o “Ni Una Menos” e a campanha em prol do aborto legal.



Figura 7 – Capas da revista MU, da cooperativa Lavaca – Reprodução/Facebook da Lavaca

Em 2010 a cooperativa conseguiu adquirir um espaço próprio para suas atividades e, mais tarde, uma sede maior, na qual está localizada até hoje (a sede que visitamos na avenida Riobamba, região central de Buenos Aires). Atualmente *Lavaca* conta com 17 sócios e sócias, nem todos jornalistas.

(...) hay compañeras que sólo se encargan de la administración de la cooperativa, otras compañeras que se encargan solamente del espacio y de las actividades que hay aquí. Y otros de los socios son fotógrafos, por ejemplo, que hacen otras cosas además.

Além do site e da revista, a cooperativa possui páginas nas redes sociais e programas online de rádio. Um de seus programas de maior sucesso é o *Decí MU*, atualizado no site da cooperativa todas as sextas-feiras e replicado para mais de 30 rádios comunitárias argentinas. O veículo também produz web documentários divulgados em seu canal no *YouTube*:

Tenemos un programa de TV que se llamó “Anormales”, por ejemplo, otro programa que se llama “La ley de la calle”, que es sobre vendedores ambulantes. Son como pequeños documentales que hicimos de capítulos de 5 minutos pero generando piezas audiovisuales específicas. (PEDULLA, 2019).

*Lavaca* edita e vende livros, conta com um teatro e um centro cultural e uma loja de economia social, tudo isso dentro de sua sede. Ainda possui a Universidad de Lavaca (UVA), um espaço de formação voltado a projetos independentes, autogestivos e plurais nos campos do jornalismo e da fotografia, que reúne acadêmicos e jornalistas. A universidade conta com três

cátedras: Gestão de Meios Sociais de Comunicação, Jornalismo Ambiental e Fotografia e Jornalismo. *Lavaca* ainda promove workshops e cursos de curta duração.

(...) ahí es donde reivindicamos la noción de la autogestión, porque hacemos una revista, hacemos una página web, porque hacemos cátedras, talleres y cursos de formación, y tenemos una librería y hacemos eventos, y somos un teatro independiente; entonces ese abanico de recursos es el que nos permite hacer el periodismo, sostener el periodismo que hacemos, sin depende que quién esté en el gobierno. (PEDULLA, 2019).

Apesar da independência, a cooperativa recebe ajuda governamental para alguns projetos, via “Ley de Medios”, por intermédio de concursos do Fomeca (Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual), ferramenta que permite redistribuir os recursos provenientes dos meios de comunicação audiovisual (impostos e multas) para fomentar os meios de comunicação populares.

Nosotros aprovechamos, y hubo muchos medios que aprovecharon ese mecanismo, fueron los Fomeca, son Fondos de fomento a los medios comunitarios y autogestivos, que son concursos que se abren para programas de radio, para programas de TV, para equipamiento, etc.; en el cual los medios presentan un proyecto del programa, eso después se concurso y un jurado decide si la aprueba o no la aprueba. Si la aprueba es como una financiación que después vos tenés que rendir al pie de la letra seguramente, todos los gastos que vos tuviste; pero que algunos medios, como a nosotros nos permitió hacer alguna de las producciones que nosotros te decíamos. Fue una de las poquitas cosas que se mantuvo en pie de la Ley de Medios [con Macri] y que efectivamente se cumplió. (PEDULLA, 2019).

### 5.1.3 La Garganta Poderosa

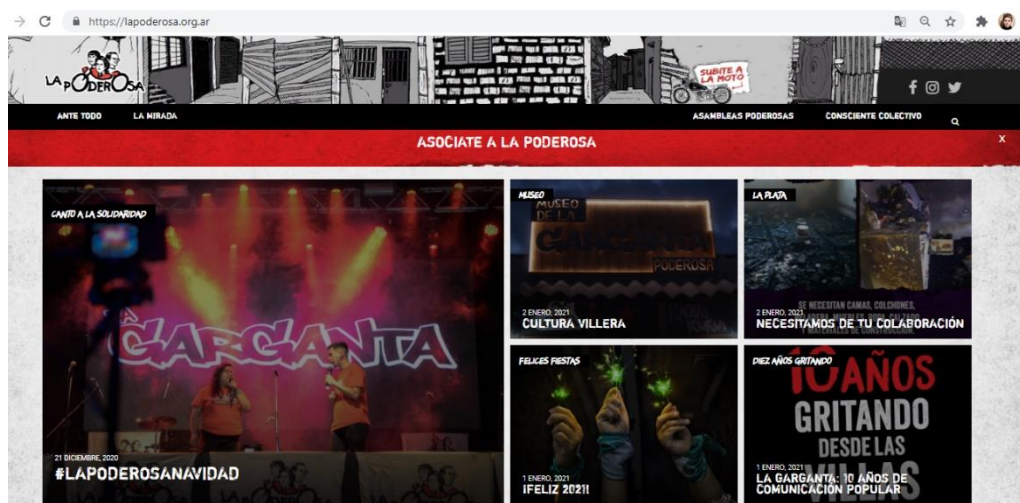


Figura 8 - Site da organização *La Poderosa*: [www.lapoderosa.org.ar](http://www.lapoderosa.org.ar)



Figura 9 - Capa da revista *La Garganta*, com a ex-presidenta Dilma Rousseff

Em 2004 meninos e meninas pré-adolescentes da Villa Zavaleta, uma comunidade portenha esquecida há anos pelo Estado e ignorada por muitos moradores de Buenos Aires e turistas que visitam a cidade (a favela está localizada próxima de pontos bastante visitados – fica a 15 minutos do Obelisco), começaram a se reunir num campo improvisado para jogar futebol, ditando suas próprias regras. Sem a figura de um árbitro, eram eles mesmos, cara a cara um com outro, que decidiam, em rodas de conversa, o que seria e o que não seria aceito: se a bola lateral poderia ser lançada com a mão ou com o pé; o que caracterizaria um impedimento; ou quais comportamentos seriam considerados reprováveis, como chamar um colega de “boliviano” ou “paraguaio”, como se houvesse algo de errado em ter essas nacionalidades (alguns jovens agiam assim refletindo um preconceito presente nos meios de comunicação de massa, que insistiam em atribuir problemas como falta de emprego e violência aos imigrantes sul-americanos). A garotada da Zavaleta subvertia a estrutura de uma partida de futebol convencional. Queria se diferenciar do esquema dos grandes times, considerado por eles personalista e autoritário. Ali todos seriam iguais, sem um aparecer mais que o outro e sem um grupo econômico por trás, influenciando as decisões. Logo as problemáticas de suas vidas começaram a invadir as peladas, afinal muitas vezes alguns deles chegavam atrasados ao jogo, seja porque estavam retirando a água da enchente que invadiu a casa da família ou porque tiveram que ajudar os pais, produzindo algo para ser vendido, garantindo, assim, sua subsistência. Perceberam no campo improvisado da Zavaleta um espaço de diálogo e protagonismo que não tinham no dia a dia, já que em casa seus pais estavam sempre fora,

dedicando quase toda a atenção ao trabalho, e, fora da favela, não conseguiam expor suas opiniões, por serem comumente invisibilizados. Então, as rodas de conversa já não eram apenas para discutir as regras da partida, mas problemas que esses meninos e meninas enfrentavam no cotidiano, inclusive injustiças cometidas contra a comunidade. E assim começou a nascer uma das mais poderosas iniciativas de mobilização e comunicação contra-hegemônica e emancipatória da Argentina e da América Latina: *La Poderosa*. Em entrevista a esta pesquisa<sup>239</sup>, Fidel Ruiz, um dos jovens que participou do início da Poderosa, explica como aos poucos as rodas de conversa feitas pelos *pibes* e *pibas* deixaram de ter apenas o futebol como norte:

Yo tenía 9 años cuando empezamos. Muchos jugábamos todos los días la pelota. Una vez vino dos compañeros de afuera que se contactaron con una vecina histórica del barrio que tenía un comedor comunitario y, como jugábamos la pelota, vivíamos siempre en este comedor. Nos invitaban al espacio y todos fuimos, claramente, porque era el fútbol, era la pelota. Y empezamos con una ronda - y todos mirábamos a las caras, porque nadie entendía nada, "¿qué carajo es una ronda? ¿De qué se trataba esto?" Nosotros queríamos jugar al fútbol. Y de eso empezó una dinámica que muchos no estábamos acostumbrados a esa dinámica del fútbol. Era una ronda, pibas y pibes en la misma cancha, mirándose a las caras, y jugando sin árbitros. Y después de mucho empezamos a entender porque era sin arbitro. Primero, porque siempre venía alguien de afuera al barrio diciendo como teníamos que hacer las cosas. Segundo, nos imponían reglas que nos estábamos de acuerdo y que no las pensábamos nosotros. Y tercero también para empezar a generar un proceso de diálogo colectivo dentro del territorio, dentro de la misma comunidad y empezar discutir, digamos, si el lateral se sacaba con la mano o con el pie. Era una decisión. Después, pasamos a nos dar cuenta que era más allá de que si el lateral se sacaba con la mano o con el pie, sino que era un intercambio: bueno, yo pienso eso, vos pensás el otro. Y ahí nos empezamos a manejar por consenso. No es votación, nosotros no votamos. Nosotros consensuamos. (...) Entre las reglas que poníamos estaba ¿Qué hacemos con el que insulta? ¿Saca tiro libre para el otro equipo? ¿Sale dos minutos, reflexiona y entra? ¿Qué hacemos con el que a el compañero le dice boliviano al otro, le dice paraguay, qué hacemos? Y, bueno, ahí empezamos a abrir otras discusiones. ¿Por qué al otro hay que decir paraguay si tiene nombre? Empezamos a discutir porque vinieron para acá y ahí uno de los chicos decía: "no, porque mi papá vino acá por trabajo...". Y ahí empezaron a discutir todas esas cosas y también a generar otras discusiones, otras interpretaciones, de cómo veíamos al barrio. (...) Ahí empezamos a discutir muchas de esas cosas y ahí muchos nos cansábamos de estar ahí hablando una hora y no jugábamos al fútbol, porque nos terminábamos nos enganchando demasiado en esa discusión. (RUIZ, 2019).

O nome *Poderosa* foi sugerido em homenagem à motocicleta que Che Guevara usou para percorrer a América Latina. Com ela, o então estudante de Medicina argentino fez a viagem

<sup>239</sup> Realizada em 3 de julho de 2019 presencialmente em Buenos Aires, no Hotel Bauen, na avenida Callao. Após entrar em falência, com a crise econômica, o hotel foi recuperado por trabalhadores, no esquema de uma cooperativa. Hoje o local é usado pela *Garganta* para reuniões e outras atividades.



que seria um divisor de águas em sua vida, por mudar sua percepção de mundo ao reconhecer as semelhanças com que os povos latino-americanos eram explorados e injustiçados; é ao longo dessa trajetória por diversas nações irmãs que Che vai se engajar na luta que o tornará um dos maiores líderes da libertação dos povos latino-americanos. A escolha do nome também se deu pelo fato dele remeter à ideia de poder, algo que aqueles garotos já haviam percebido que sua comunidade possuía, quando unida. O grupo evitou chamar a iniciativa de “*Fútbol Villero*”, em razão da maneira pejorativa como as *villas* (favelas) são tratadas pela mídia argentina.

(...)Lo primero era discutir cómo se iba a llamar el espacio, como se iba a llamar el equipo porque se vos lo llamás "Fútbol Villero" tenías una problemática. La denominación "villero" era peyorativa por los medios de comunicación. Cada vez que nombraban a tal barrio era "la villa esto", cada vez que hay una problemática en materia de seguridad o otra materia, la culpa metían en las villas. Para el barrio, la palabra villero es una mala palabra, digamos, porque siempre acostumbraron a decir que éramos los malos y como que ser villero representaba todo lo malo. (...) Entonces llamamos La Poderosa por la moto de Che. Pero nosotros no vamos invocando al Che por todo los territorios, somos un barrio pobre, es por todas las discusiones, todo el empoderamiento de lucha y toda su resistencia. El barrio resistió a todo: las crisis económicas, la dictadura militar... Lo que había que hacer era valorizar esto y resignificar la palabra "lucha" y la palabra "poder". ¿Qué es el poder? El poder no es lo que nos alimenta o lo que nos evangeliza los medios de comunicación. Hay que resignificar lo que es la palabra desde la organización popular y la construcción colectiva. Ahí nos empezamos a dar cuenta que este era el camino, por el "bien abajo". De empezar a generar, no conciencia, porque el barrio ya tenía conciencia, sino un nivel de incentivación, de decir que esta es la gran impronta que tienen los barrios, saber lo que pueden, porque el barrio ya está cansado de la política porque le mienten todo el tiempo. Los políticos van a los territorios cada 4 años a prometer a prometer y después dejarlo solo. Nosotros hacemos el camino inverso de no prometer, sino decir "¡organizémonos!". Vamos a lograr más cosas enganchándonos. Y así empezamos. (RUIZ, 2019).

Com o tempo, os pais dos meninos e meninas peladeiros da Zavaleta começaram a se envolver nas conversas e demandas dos filhos, participando de projetos de colaboração coletiva. A comunidade foi se engajando, descobrindo a grande força que tinha para reivindicar seus direitos. Assim nasceram as assembleias, que logo passaram a acontecer semanalmente e se mantêm na estrutura da organização até os dias atuais.

Y nosotros con 9 años no nos dábamos cuenta que estábamos generando una asamblea. Por ejemplo, cuando empezamos a jugar el fútbol, nos dimos cuenta que nuestra cancha tenía un poste de luz en el medio de la cancha, teníamos pozos a los costados y nos enojaba que la cancha estaba así y no podíamos jugar al fútbol, porque si alguien cayera en el pozo se podía lastimar. El poste de luz que encima no alumbraba, entonces ahí comenzamos otra cosa que era un trabajo voluntario. Entrenábamos 3 días: 2 días entrenábamos y un día nos dedicábamos a hacer trabajo voluntario. Y ahí nos empezamos a dar cuenta que teníamos nuestro espacio para discutir, para intercambiar y como organización también nos dimos cuenta, que así como estos pibes estaban discutiendo en una ronda popular las problemáticas del barrio, también era necesario que se junten los padres de estos chicos a discutir. Ahí pasaron a conformarse las asambleas populares cada semana. Así como en el espacio del fútbol se estaba discutiendo la ronda, las

problemáticas, ahí se empezaba a dar una dinámica y el espacio se comenzaba a conformar de una manera social, no subestimando la calidad, sino de un poder de lucha. (RUIZ, 2019).

Os moradores da Zavaleta notaram que naquelas conversas coletivas havia um espaço de diálogo e protagonismo e que os caminhos interessantes para a *villa* deveriam ser discutidos e decididos por eles mesmos, e não por uma figura política ou acadêmica que vem de fora, cheia de teorias e propostas, mas que desconhece a realidade da comunidade, e depois acaba desaparecendo. Na entrevista concedida a esta pesquisa, Fidel Ruiz chama essa figura de “iluminado” e explica por que, nesse sentido, *La Poderosa* não se reconhece como um movimento partidário.

Los compañeros, que vivían en el barrio entendían que había que se generar la discusión. Siempre decimos que "el iluminado", siempre elegimos al que viene de afuera como el que tiene el conocimiento y vos [villero] no sabés. Y empezamos a generar esta discusión que el iluminado tiene que venir, claramente lo necesitamos, nos interesa, más con la mochila media vacía para también aprender el barrio, aprender de esta discusión (...) Volvemos a eso: que "el iluminado" baje un poco del escenario y que ahí [con el protagonismo] estén los que tengan que estar. Que el iluminado haga todo el esfuerzo para que para que ellos estén ahí. Los que vienen de los barrios son los que sostienen las banderas y nunca estuvieron en el escenario, lo que es otra problemática. Sostienen la bandera sin la conciencia de que la bandera es la identidad, lo que no es malo, es su identidad, es su poder de lucha; que su bandera esté en las situaciones populares, en el momento de poner el cuerpo en la calle, es su identidad, [es decir] estamos acá. Pero mientras tanto haya una conciencia y esa conciencia no la hubo nunca hacia los sectores populares. Nosotros dejamos muchas cosas claramente no coincidimos con el manejo de expresiones partidarias en los territorios porque nos hicieron pelota - nosotros somos apartidarios en este sentido, porque reivindicamos y valoramos el territorio, la comunidad. (RUIZ, 2019).

A Zavaleta não surgiu espontaneamente. Em 1969 o governo do general Juan Carlos Onganía construiu onde hoje está a comunidade um conjunto habitacional transitório, com estrutura bastante precária, com a promessa de um dia transformá-lo em moradia digna. A partir de 1976, com o início da última ditadura argentina, outras promessas de melhoria do espaço surgiram, mas os moradores continuaram morando precariamente. Como o local foi construído como uma zona temporária, eles não podiam mexer em suas casas. Mas eis que a comunidade, indignada com a situação, iniciou um movimento de resistência e reorganização do local.

Este año [2019] Zavaleta está cumpliendo 50 años, o sea, dos generaciones viviendo en la "transitoriedad", viviendo en un "núcleo habitacional transitorio". (...) En todos esos años son promesas y promesas y promesas. De la resistencia del barrio, de tomar edificios del gobierno para que organice la villa, hoy hace 12 años se organizó un cuarto de la parte del barrio, se comieron, aquí en argentina se dice "se robaron la plata", de la continuación de la organización de Zavaleta y hoy hace 12 años que está ahí, con tres cuartos del barrio sin viviendas. Y vos decís "¡Qué loco!" porque Zavaleta no es una villa, es un barrio creado por el Estado. Y es un barrio que se lo olvidó el Estado, es decir, hay vecinos, como nuestra compañera Alejandra Díaz que es muy histórica del barrio, tiene 50 años

viviendo ahí, que tiene el certificado de la casa, de la propiedad. Ella se mudó ahí muy chica y escuchó un montón de promesas. Y cada vez que ella habla de Zavaleta va con su certificado para mostrar. (RUIZ, 2019).

E justamente por ter sido um bairro criado pelo Estado, a Zavaleta não gosta de ser denominada como uma “favela” (*villa*).

A Zavaleta le enoja mucho cuando le llaman villa. No es porque las villas son malas. Pero es porque es un barrio que lo creó el Estado. O sea, Zavaleta no tiene nada contra las villas, somos "hermanados", tenemos las mismas problemáticas de una villa. Es una historia de 50 años que vivimos luchando por la organización de Zavaleta como la organización de todos los barrios. En Zavaleta se vive discutiendo, se hacen muchos murales denunciando la falta de políticas públicas y de urbanización porque también cuando nosotros hablamos de urbanización no hablamos de un techo y cuatro paredes. La urbanización genera todo, genera las condiciones habitacionales, las condiciones ambientales también, de salud. Cuando te hablan de urbanización, solamente te hablan de una vivienda y para nosotros es todo: que tengan una cancha en donde jugar, una calle, una plaza, todo que garantice una vida digna de todos los que vivimos en el barrio. Es muy simplista hablar de la urbanización cuando la resumimos a la vivienda. Queremos todo porque es un derecho constitucional. La 14<sup>240</sup> habla justamente de este derecho (RUIZ, 2019).

Aos poucos, a *Poderosa* começou a lançar diferentes frentes de troca de conhecimento e apoio aos moradores, dentre elas a educação. A comunidade criou um espaço de leitura de contos, algo bastante significativo para pessoas que não tinham acesso a livros e começavam a perceber o poder da leitura, como ferramenta transformadora, para além do entretenimento.

Nosotros, en la segunda ronda popular, se nos leyeron un cuento. A nosotros que no teníamos acceso a los libros. No llegaba, no habían bibliotecas. Llevé de la biblioteca del colegio 3 libros: uno que era un mapa interactivo de la ciudad, otro de la Revolución Francesa y un de Egipto. Entonces, a mi mamá le llegaban notas, comunicaciones, que Fidel se había robado libros. Y mi vieja [mãe] se iba a pelar. "¿Cómo se va a robar libros? ¡Se los prestan!". Ahí empezamos a afinar las discusiones, cada vez que surgía una discusión en el barrio, generábamos alternativas, discusión, llevábamos cuentos. En nuestro espacio de cuentos, leíamos la historia del Che Guevara hasta cuentos de Galeano. Todo leíamos. Y del Che Guevara no era de una manera "adoctrinante" sino era una manera de construir nuestra historia, nuestro poder de lucha latinoamericana. Porque en esta ronda había paraguayos, bolivianos, peruanos, argentinos. (RUIZ, 2019).

No que se refere à formação, surgiram cooperativas de trabalho nas áreas têxteis, de carpintaria, serralharia, construção, gastronomia, entre outras.

---

<sup>240</sup> O artigo 14 da Constituição argentina diz: “El Estado otorgará los beneficios de la seguridad social, que tendrá carácter de integral e irrenunciable. En especial, la ley establecerá: el seguro social obligatorio, que estará a cargo de entidades nacionales o provinciales con autonomía financiera y económica, administradas por los interesados con participación del Estado, sin que pueda existir superposición de aportes; jubilaciones y pensiones móviles; la protección integral de la familia; la defensa del bien de familia; la compensación económica familiar y el acceso a una vivienda digna”. Disponível em:< [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/constitucion-argentina\\_lectura-facil\\_0.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/constitucion-argentina_lectura-facil_0.pdf)> Acesso em: 17 nov. 2020.

Diante das dificuldades financeiras de muitos moradores, a organização criou também um espaço de cozinhas e comedorias públicas, onde muitas famílias podem saciar a fome. A iniciativa partiu dos próprios moradores. Essas cozinhas foram levadas para outros bairros periféricos e hoje beneficiam centenas de famílias argentinas.

Siempre me acuerdo que en una ronda popular hablamos de libertad. Cuando nos preguntaban ¿qué es la libertad para ustedes? La libertad es hablar, es caminar, es eso, es eso otro, y uno de nuestros compañeritos dijo que es comer. Y eso también es la libertad, eso también es urbanización. (RUIZ, 2019).

Em 2009, um ataque proferido pela mídia atingia duramente a *Poderosa*. Um canal de TV de Buenos Aires veiculou uma longa reportagem intitulada “Zavaleta na antessala da morte”, mostrando supostos integrantes da comunidade vivendo nas ruas, outros pedindo comida de casa em casa e alguns “roubando” pessoas que passavam de carro por uma avenida próxima da comunidade. As imagens exibidas durante longos minutos na TV argentina, na verdade, tinham sido retiradas de um documentário feito por jovens de uma organização chamada “Vientos del Sur”, que mostrava adolescentes que se recuperaram das drogas e passavam de casa em casa e abordavam os carros para falar sobre os trabalhos de sua cooperativa e arrecadar recursos para suas obras sociais. Ou seja, o canal de TV havia descontextualizado e desvirtuado parte do documentário da Vientos del Sur, divulgando as imagens como se elas fossem de integrantes da Zavaleta e atribuindo um valor negativo a elas. Por conta da reportagem, muitos moradores perderam seus empregos e passaram a ser perseguidos. Aquilo revoltou a comunidade, que chegou a fazer uma manifestação na porta da emissora de TV. Mas o ataque não trouxe só efeitos negativos. Foi a partir dele que a *Poderosa* resolveu criar *La Garganta*, revista que hoje serve de inspiração para diversos veículos de comunicação contra-hegemônica na América Latina.

Entonces, hicimos una asamblea multitudinaria en la Plaza Kevin [praça que os próprios moradores fizeram dentro da Zavaleta] y decidimos hacer una intervención en la puerta del canal. Fue todo el barrio a la puerta del canal para mostrar lo que el canal se olvidó: el comedor comunitario, el paseo popular, todos los espacios; un cartel con "yo conocí a mi primera novia en Zavaleta", carteles así. Claramente, no vino ningún medio a cubrir esa intervención y decimos: bueno, algo tenemos que hacer para generar este tipo de intervención porque si no van a seguir hablando porquerías del barrio. Empezamos a pensar a hacer un medio. Entonces discutimos porque nadie tenía un oficio - salvo uno de nuestros compañeros que es referente de la organización y que vive en Zavaleta y era el único que tenía herramienta técnica para decir que podríamos empezar por ese lado. Los otros, no teníamos nada, no sabíamos como empezar. Bueno, entonces hablando de como íbamos a hacer un medio decimos, bueno, hagamos una revista. (RUIZ, 2019).

Todo processo de criação da *Garganta* foi discutido horizontalmente pela comunidade, com muita estratégia - do nome da revista aos temas que seriam abordados nela. Os integrantes da *Poderosa* decidiram que não adiantaria fazer uma publicação voltava apenas para os moradores locais e com notícias que todos ali já estavam cansados de saber. Era preciso chamar a atenção dos que estavam de fora para as coisas que aconteciam ali: além dos problemas, tudo de bonito que aquelas pessoas estavam construindo juntas. Também era preciso falar das realidades de outras comunidades, que vivenciavam situações muito próximas das experiências da Zavaleta. E para fazer a revista virar uma referência, sendo citada e lida em diferentes espaços, era preciso trazer alguns famosos na capa, simpatizantes das pautas progressistas. Como poucos tinham conhecimento do processo de produção de um veículo e do “fazer jornalístico”, a *Poderosa* começou a promover oficinas de formação de fotografia, texto, design, dentre outras. Em pouco tempo, *La Garganta* era convidada para participar de diferentes fóruns que discutem temáticas sociais e Direitos Humanos, e passou a ser, para além de um braço literário da *Poderosa*, uma importante ferramenta para ampliar as lutas das comunidades e dos setores sociais historicamente excluídos e injustiçados, além de apontar as falhas da cobertura da grande mídia, contribuindo para abalar o consenso formado pelas forças hegemônicas do poder argentino.

Podemos poner esta noticia, podemos poner la otra, y ahí surgió otra discusión genial: podemos poner esta noticia, pero ¿cómo lo hacemos? Porque si hacemos esta revista la difundimos acá en todo el vecindario, estamos contando los vecinos acá a la vuelta, digamos, que ya saben lo que pasa. O sea, es un chiste. Ahí empezamos a pensar cómo hacíamos la revista. No teníamos título, no teníamos nada y ahí empezamos a dar forma. ¿Por qué La Garganta? Ahí empezamos a generar esa discusión. Después llegó una discusión bastante linda: ¿Qué hacemos para que llame la atención? Porque, lamentablemente, no podemos escapar de esta lógica de consumo. La sociedad de mierda hace con que la gente consuma con algo que va a llamar la atención. No podemos poner un vecino en la tapa, no la compra nadie, ni en el barrio la van a leer. Bueno, pongamos famosos. A nadie le gustaba que le ponga famosos porque el famoso se va a llevar todo el laburo del barrio, todos van a hablar del famoso en vez de hablar del barrio. Bueno, que salga gritando y en la contratapa salga con un mensaje del barrio que queremos decir algo. En el centro de la problemática, criticando algo que haya, la inauguración de un centro cultural o algo o un mensaje de la coyuntura con lo que queremos decir. Bueno, juntamos a pensar todos y así nace La Garganta. Nace de esa manera: pensando en la comunidad y formándonos con talleres de comunicación, de fotografía, de ilustración, de redacción. Y así nació La Garganta, con un consancio comunicacional.

A revista, que já trouxe personalidades como os ex-presidentes Evo Morales (Bolívia), José Alberto Mujica Cordano (Uruguai) e Luiz Inácio Lula da Silva, a ex-presidenta Dilma Rousseff, os jogadores Diego Armando Maradona Franco e Lionel Andrés Messi, além de diversos atores e celebridades do universo cultural, circula mensalmente e cobre diferentes

assuntos ligados aos Direitos Humanos, em especial os constantes abusos e assassinatos cometidos pelas forças policiais contra moradores de regiões periféricas. Ela é distribuída nas comunidades, a um preço combinado pelas assembleias da *Poderosa*, e vendida nas bancas de Buenos Aires. A publicação também conta com assinantes.



Figura 10 - Capa da revista *La Garganta* com o jogador Diego Maradona

A primeira celebridade a aparecer gritando na capa da *Garganta*, numa simbologia de denúncia (conforme explicado no depoimento de Fidel), foi o ex-jogador do Boca Juniors e da Seleção de Futebol Argentina Juan Román Riquelme. Essa primeira edição da revista foi um sucesso, com mais de 18 mil exemplares vendidos. Em um texto de autoria coletiva publicado na revista *Periferias* (com tradução para a Língua Portuguesa), *La Poderosa* explica como o veículo encontrou um meio de sustentação financeira:

Longe de relaxar, fomos para o segundo número, mas com um compromisso maior: a partir daquele momento abrimos as cooperativas de vendas e distribuição de *La Garganta* em todo o país. Desta forma, ao aumentarmos o número de vendas, geramos uma receita econômica garantindo a impressão da edição seguinte e o pagamento dos salários dos comunicadores. Continuamos arrecadando fundos com os quais imprimimos mais revistas gerando uma nova renda que permite, até hoje, levar adiante o sonho de muitos jovens de conhecer o mar no verão, fazemos acampamentos entre bairros de diferentes províncias, além de solucionar os materiais e ferramentas para espaços de educação popular,

ou ter dinheiro para melhorar, através de jornadas de trabalho voluntário, os espaços públicos de cada bairro. (PODEROSA, online).

Graças à popularidade da *Garganta*, a *Poderosa* foi conseguindo outros espaços para comunicação. Hoje conta também com um programa no prestigiado *C5N*, canal de notícias mais assistido da Argentina.

(...) ese espacio conquistamos nosotros por la revista, por un esfuerzo comunicacional, que en todos los lunes en este canal esté La Mirada Poderosa que es denunciando casos y mostrando una realidad que los medios no muestran. Lo que solemos hacer es mostrar este lado. Hay 3 compañeras todas las semanas haciendo un informe. Y eso lo logramos a través de La Garganta y también de una lucha territorial y política. La Garganta ganó esta batalla. Todo lo que cubre La Garganta repercute. Y eso pasó por todo eso que estoy diciendo: por un espacio de deporte, de control popular. Y hoy repercutimos en los medios. Hoy cuando hay problemática habitacional, de género, de represión estatal, llaman a La Garganta para discutir. (RUIZ, 2019).

Para Fidel, o diferencial da *Garganta* está no fato dela ser um veículo comunitário, totalmente projetado e produzido pelos moradores locais. Ele comenta a falta de representatividade nas grandes redações argentinas, que raramente têm em seu quadro um *villero*. Também fala sobre o apoio que a *Garganta* e a *Poderosa* recebem de outros meios argentinos de comunicação comunitária.

Muchas veces subestiman lo medios comunitarios por la calidad, que ya es la de los medios tradicionales y que es una manera de hacer periodismo pero de este lado, no del otro lado. No desde un estudio de televisión, es estando al lado del pueblo. Nosotros valoramos muchas experiencias comunitarias. Cuando La Garganta se anima a denunciar muchas cosas, si no hubiese sido por los medios, no habríamos tenido ese nivel de repercusión. Cuando la ex ministra de Seguridad, Patricia Bullrich, dijo en una colectiva de prensa que nosotros [de La Garganta] mentíamos, salió en todos los medios comunitarios, todos nos bancaron. (...) Rodolfo Walsh no era de un barrio. Pero Rodolfo Walsh pensaba en un semanario villero. Nosotros valoramos estas experiencias y las necesitamos. Nosotros entendimos que es parte de cambiar al periodismo es desde el villero. Es incluyendo al villero en la discusión. Así lo pensamos desde el político, desde el económico, en deportes, en derechos humanos, en todo. Empezar a poner a lo villero en las discusiones. Empezar a generar esa discusión, empezar a generar esos canales para que escuchen esa voz. Y en nuestra comunicación pensamos así, cuando vimos los periodistas argentinos [en los medios], habían periodistas altos, bajos, gordos, flacos, de sagitario, de scorpio, de Boca, de River, pero no había un villero. Y no es porque no hubo periodistas villeros, pero es porque no se los dió lugar. Nunca hubo espacio. En La Garganta nos ponemos medio místicos en este sentido. Nos veíamos con una responsabilidad histórica en La Garganta. Poner villeros ahí en la discusión (RUIZ, 2019).

A cobertura da *Garganta* hoje é bastante ampla, abrangendo não só a Villa Zavaleta, mas problemáticas e ações que envolvem, de forma geral, todas as comunidades argentinas e até de outras nações latino-americanas. Isso porque *La Poderosa* também cresceu muito, permitindo abarcar assuntos que vão além do universo argentino. Hoje há 120 assembleias

territoriais da organização em todas as províncias argentinas e em 12 países da América Latina. Essas assembleias trabalham sempre no sentido de empoderamento das comunidades e discussão de seus problemas. No Brasil, há assembleias da *Poderosa* em São Paulo, Foz do Iguaçu, Porto Alegre, Fortaleza e Salvador. Sem dúvida, a organização é uma das mais expressivas iniciativas de mobilização periférica do continente.

A *Garganta* aborda cultura, projetos esportivos e diferentes temáticas relacionadas aos Direitos Humanos. A repressão policial, no entanto, é um dos eixos temáticos mais trabalhados e há uma frente de combate (formada pelos próprios moradores da comunidade), dentro da organização *La Poderosa*, sobre o assunto. Antes da criação da revista, a comunidade não tinha onde denunciar os sistemáticos casos de violência policial:

Ya la habíamos sufrido porque muchos de nuestros pibes, compañeros de La Garganta, ya cuando éramos adolescentes seguíamos sufriendo abuso policial. Nosotros tuvimos, de nuestro equipito, de nuestro primer encuentro de fútbol popular, se nos murieron 3 en un año. No teníamos lugar en donde denunciar el gatillo fácil, no teníamos la estructura de lo que es hoy La Garganta. Y cuando pasó el 7 de septiembre de 2013, el caso de Kevin Molina<sup>241</sup>, un chico de 9 años, que murió por una zona liberada por la Fuerza de Seguridad. 5 disparos en una casilla que se quedaba a 50 metros de la gendarmería y a 150 metros de la otra fuerza nacional. Y nadie escuchó nada. Bueno, ahí decimos ya está, basta. Empezamos a pensar las herramientas del abuso policial y de control popular a las fuerzas de seguridad, que son vecinas y vecinos controlando a las fuerzas en cada uno de los territorios. Eso también fue muy difícil. (RUIZ, 2019).

A *Garganta* também é usada para destacar as lutas das mulheres por igualdade numa sociedade estruturalmente machista. Desde o início da organização *La Poderosa* houve uma preocupação em conceder às mulheres o mesmo espaço dado aos homens. A organização possui uma frente de trabalho especialmente voltada a questões de gênero, entendendo que a luta das mulheres *villeras* é sempre mais árdua do que as das demais.

Así como veíamos en La Garganta una obligación comunicacional, histórica, de nuestra responsabilidad como militante territorial, la teníamos que hacer para empezar a interpelar hasta afuera, lo que pasa en los barrios hay que llegar hasta afuera. (...) Y así en todos los frentes, en materia de género también. (...) Hoy tenemos un plan de género y tenemos muchas compañeras que se pusieron en esta lucha y que son muy hermosas. (...) Si bien el fútbol popular nace el 2004 con pibas y pibes, que también lo pensamos como una manera de derrotar la cuestión retrógrada que tiene el fútbol, desde su negociado y desde esa forma de mirar la sociedad, que nunca se puede juntar a las pibas y los pibes del barrio (RUIZ, 2019).

Também faz parte dos objetivos da *Garganta* e da organização *Poderosa* tratar de pautas que exaltem a união dos povos latino-americanos. Para Fidel, a luta conjunta dos povos da

---

<sup>241</sup> Conforme abordado anteriormente, os moradores da Zavaleta construíram uma praça dentro da comunidade em homenagem a Kevin Molina.



região é essencial, já que as realidades e problemáticas vividas são muito semelhantes e os “inimigos” a serem enfrentados são os mesmos, há centenas de anos.

La verdad es que muy importante porque cuando uno mira la realidad chilena, la uruguaya, la brasilera, la colombiana, y de todos los países de la región, cuando uno se pone a mirar y si cierra los ojos es lo mismo de los otros países. La sensación es de vivir lo mismo que estoy viviendo yo. Entonces, es entender que estamos viviendo las mismas injusticias, y que estamos luchando por lo mismo (...) la resistencia no sería nada si no hay países hermanos que están luchando. Los enemigos son el mismo sistema, los mismos planes económicos y políticos, estamos aprontando todos la misma mierda, la misma violencia, los mismos prejuicios, y entendemos que hoy tenemos que estar todos juntos. Nos impusieron fronteras para extinguirnos cuando todos vivimos en el mismo eje. Todos venimos de violentados hace 527 años. Todos venimos de una violencia de mierda, pero también de una misma resistencia. Todos venimos de un mismo pueblo resistiendo. Cuando hablamos de las etapas oscuras, cuando hablamos de muchas de las luchas, de muchas de las injusticias, también hablamos de lo hermoso que fue ver a toda una región resistiendo, entendiendo que vamos a dejar nuestras vidas ahí. ¿Qué sería dejar la vida? Muchas veces pensamos: "buenos, si nos tienen que matar, nos maten". Sí, pero mañana no te va a recordar nadie. Y no es recordar de una manera personalista. No es una organización o un pueblo resistiendo. Es una generación resistiendo por un cambio cultural, político. Qué te maten al pedo [por nada] no sirve, es pasar a la historia como un boludo más, es un pelotudo que murió. Dejar la vida es construirla, dejarla es por lo menos saber que la construiste. Y ahí podríamos discutir todo lo místico que sería revolucionar. Acá localmente, en Argentina, decimos que Zavaleta no sería fuerte si Córdoba no estuviera resistiendo; Córdoba no sería fuerte si Jujuy no estuviera resistiendo... entender que todas las provincias estamos resistiendo y estamos luchando por lo mismo y estamos generando algo, un cambio estamos generando. Y así decimos en la región. (RUIZ, 2019).

Ele defende uma batalha comunicacional conjunta dos secularmente oprimidos, e não mais uma luta armada ou outras estratégias radicais como a esquerda pensou num contexto passado:

Nuestra responsabilidad [de La Poderosa] es dar los mensajes claros y es no generar temor. Cuando decimos que está todo mal, cuando decimos que hay que dar la vida y el cuerpo, muchas veces se malinterpreta. Yo, desde el personal, no vine para generar un cambio en donde hay que matar a alguien. Eso se generó en un contexto político en su momento hace 50, 60 años, así que era otro contexto. Yo no creo que hoy salir a decir que hay que matar a alguien porque [estás dando un motivo para que] te vayan a buscar y, en consecuencia, que vayan a perseguir al pueblo. Creo que hay otras maneras de construir, desde el comunicacional, desde el social, desde lo territorial, desde todas las frentes en donde se pueda dar esa lucha. Y yo creo que en latinoamérica se está dando esta lucha. Hoy, está muy golpeada: políticamente y economicamente. Sebastián Piñera [presidente de Chile], que es un cínico de mierda; Brasil, que tiene un egocentrista, narcisista como es [Jair Messias] Bolsonaro; Ecuador, que tiene a Lenin Moreno que también es el peor que hay; y ni hablar de Colombia con Duque [Iván Duque Márquez]. Hay esperanza en Bolivia que ahí sigue resistiendo; México ahí está, a ver cómo se desenvuelve (...) Y también hay que ver todo lo que pasa en centroamérica. Muchos no ponen el enfoque ahí, pero viven resistiendo hace un montón. Muchos cuando hablan de la Revolución Cubana no se acuerdan que [ella] se da en un contexto de resistencia centroamericana. Centroamérica es muy importante. Y también tenemos Cuba, que representa nuestro plan de resistencia.

Creo que podemos ganar esa batalla. (...) Hay que empezar la discusión como la generamos, y también ser consciente de que estamos todos para lo mismo. Lo digo por experiencia y por mis vecinos en los barrios. Muchas veces nos sentimos solos porque la lucha no es nada fácil. Te caís más de lo que te levantás. Pero cuando uno tiene la oportunidad [de observar] a otros países, te das cuenta de que no estás solo, que estamos resistiendo. Por lo menos, todos los oprimidos que sufrimos. (RUIZ, 2019).

Por sua contribuição aos povos periféricos a *Garganta* já recebeu diferentes condecorações. Em junho de 2014 venceu o *Premio Rodolfo Walsh de Comunicación Popular*, da Faculdade de Jornalismo da Universidad de la Plata, e, em 2017, o *Premio Lola Mora* (sobre a imagem das mulheres nos meios de comunicação) e o *Premio Democracia*, de Periodismo Gráfico.

A organização também tem uma presença forte nas redes sociais, onde consegue projetar seu conteúdo para diferentes públicos. Está presente no *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* e *YouTube*, possuindo milhares de seguidores.

#### 5.1.4 Agencia Paco Urondo



Figura 11 – Site da *Agencia Paco Urondo*:

[www.agenciapacourondo.com.ar](http://www.agenciapacourondo.com.ar)

Na tarde de 17 de junho de 1976, o escritor, poeta e jornalista argentino Francisco Paco Urondo, uma das principais lideranças da Montoneros, foi assassinado pela ditadura militar. Amigo de Rodolfo Walsh, ícone na luta pela democracia naquele país, Paco manteve a escrita militante até seus últimos momentos de vida. Justamente por seu exemplo de luta e engajamento da escrita em prol da classe trabalhadora foi que um grupo de jornalistas e ativistas o escolheu para dar nome a um blog que lançaram em 2005, com o intuito de difundir temas e promover debates não inclusos na imprensa hegemônica argentina. Era um momento de ascensão dos

blogues, com muitas pessoas lançando-se na internet para amplificar seus pontos de vista, por intermédio dessa mídia pouco custosa.

Em 2008, com a chamada “crise do campo”, quando o governo de Cristina Fernández de Kirchner aumentou o imposto das exportações agrárias e começou a enfrentar protestos por parte dos setores ruralistas e da classe média e classe média alta (quadro apontado no Capítulo 3 desta tese), grandes grupos midiáticos, como o *Clarín*, posicionaram-se a favor do setor agrário, mostrando que, diferentemente do que propalavam, não faziam um jornalismo imparcial. Em 2009 foi implementada a “Ley de Medios” e a tensão que já havia sido criada entre os grandes meios de comunicação e o governo foi transformada em uma verdadeira guerra. Nesse contexto foi levantado o debate entre um “jornalismo independente”, supostamente feito pelo *Clarín* e outros veículos hegemônicos, e um “jornalismo militante”, que seria parcial, defensor do governo. Muitos jornalistas, revoltados com a suposta neutralidade da grande mídia e sua postura hipócrita, resolveram ingressar em iniciativas de comunicação contra-hegemônicas, e o blog *Paco Urondo* acabou ganhando outros colaboradores, transformando-se em uma agência de notícias. Enrique De la Calle, um dos fundadores da *Paco Urondo*, explica, em entrevista para esta pesquisa<sup>242</sup>, como foi esse processo:

(...) nacimos, como un blog, ese fue el primer proceso, que va de 2005 a 2007, 2008, donde seguimos siendo un blog pero en 2008 lo que se da es un conflicto muy grande en Argentina, que es la crisis del campo (...) Ahí el grupo Clarín salió con las patronales agropecuarias contra la política de retenciones del gobierno. (...) Fue un conflicto que duro muchos meses. Eso generó una gran revuelta y grandes cambios en la Argentina, en muchos sentidos. En términos mediáticos, hubo un gran debate sobre cuál era el rol de Clarín, si Clarín cumplía un rol, si era objetivo, si era independiente, como ellos se llaman, o no era independiente, o si en realidad estaban jugando con un sector de la economía contra un gobierno. Todo ese debate se dio con mucha fuerza en 2008. Eso hizo que mucha gente (...) empezara a militar en la comunicación que era bastante, no inédito en la historia de Argentina porque hay casos paradigmáticos de periodistas que han militado, no? Rodolfo Walsh, Paco Urondo; pero en ese momento se dio como un reverdecer de la militancia política, mucha gente queriendo hacer cosas, y mucha gente queriendo hacer cosas en el periodismo. Incluso hizo que La Paco, en ese momento... cuando digo La Paco me refiero a la Agencia Paco Urondo, creciera mucho en cantidad de personas, hasta ese momento éramos dos, básicamente, que éramos los dos fundadores, José Cornejo y yo. (...) Entonces ahí se dio como un auge, un crecimiento fuerte del espacio. (DE LA CALLE, 2019).

---

<sup>242</sup> Realizada presencialmente em 2 de julho de 2019, em Buenos Aires.



Figura 12 - O militante, jornalista e poeta Francisco Paco Urondo

Ao se transformar em agência, Enrique De la Calle e os demais participantes da iniciativa passaram a desenvolver conteúdo para outras plataformas de comunicação. Hoje a *APU* tem uma atuação forte nas redes sociais, em especial no *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*. Conta também com programas no rádio, participações na TV e edita livros e revistas.

A *Paco Urondo* defende seu trabalho como sendo um “jornalismo militante”. Orgulha-se disso, refutando o viés pejorativo que essa terminologia ganhou com a polêmica gerada a partir da “Ley de Medios”. Essa expressão aparece, inclusive, no slogan da agência. Os jornalistas e outros profissionais atuantes na *APU* acreditam que a disputa política também se dá por uma batalha simbólica sobre os sentidos que em boa parte são construídos pelos meios de comunicação hegemônicos. Vemos, nessa visão, uma sintonia com o pensamento de Raymond Williams de ataque à hegemonia vigente, por intermédio de iniciativas de comunicação contra-hegemônica. Daí a importância de estar nos territórios populares apresentando um jornalismo alternativo, que oferece narrativas diversas daquelas apresentadas pelo *Clarín* e outros grandes veículos do país.

(...) nosotros nos definimos como militantes políticos que hacemos periodismo, ese es nuestro chiste. En el sentido de que podríamos haber hecho cualquier otra actividad militante pero creemos que hoy hay un desafío, y hay un lugar, también a discutir políticamente que es lo simbólico, es la construcción de los sentidos, la conversación pública, de qué habla la gente todos los días? Bueno, es un lugar donde hay que discutir, porque sino la gente termina hablando de lo que proponen los grandes medios de comunicación. (...) de que habla la gente todos los días, caminará por las calles aca, y de qué habla la gente? La corrupción del kirchnerismo, no habla de la deuda externa fenomenal que toma este gobierno [referindo-se ao governo Macri]. Tienen mucho peso los medios de comunicación en esto que es básico (...). Entonces entendemos que ahí había un espacio para discutir política, desde lo político, por eso nuestra definición de periodismo político. (DE LA CALLE, 2019).

Em 2008, os integrantes da agência resolveram criar uma organização política para dar sustentação às atividades de comunicação ali planejadas. Essa organização, embora esteja alinhada ao kirchnerismo, possui autonomia em suas decisões, e, segundo De la Calle, mantém vínculo estreito com setores populares.

(...) es uno de los objetivos nuestros, de pensar un periodismo muy afianzado, muy vinculado con lo popular (...) las voces excluidas, no escuchadas (...) Por eso nosotros incluso tenemos algunas reflexiones, no sé si muy sistematizadas, sobre incluso el lenguaje periodístico que uno utilizada, es decir, la forma periodística en la que uno comunica lo que comunica. Por eso siempre intentamos hacer un periodismo (...) donde fuera muy importante la voz del otro, donde el rol del periodista estuviera pero siempre puesto a disposición de escuchar al otro (...). No ese rol que muchas tiene el periodismo tradicional que es de una cosa medio soberbia, de ponerse el periodismo por encima de lo que cuenta. Para nosotros no es sólo más importante la realidad que el periodista, sino en este caso es también esas voces que uno hace circular, hace escuchar, hace que formen parte de (...) la conversación pública. (...) Por eso también la idea de periodismo militante, y de considerarnos militantes políticos antes que periodistas, porque ese vinculo con esas otras voces, ¿de dónde surgen? De la propia práctica política, de las propias articulaciones que tenemos. ¿Por qué hablamos con la madre de un chico que mató la policía en un caso de gatillo fácil? Porque participamos de distintas articulaciones locales, que se dan en el barrio X o Y, a partir de esa articulación, es que conocemos a esa madre. Conocemos a otra madre que tiene una organización que está luchando contra los casos de gatillo fácil en el barrio y a partir de esa articulación tenemos la voz de la otra madre. Se van a dando como en sintonía. No la idea del periodista que va al lugar excluido “a ver ¿alguien quiere decir algo?” Sino una articulación más profunda, hay un vinculo político anterior muchas veces, incluso. (DE LA CALLE, 2019).

Além das temáticas relacionadas aos Direitos Humanos e à classe trabalhadora, De la Calle ressalta que a *Paco Urondo* costuma incluir em suas pautas questões que envolvem os segmentos sociais historicamente excluídos. Ele destaca o preconceito que há no país contra os descendentes de povos originários e contra os imigrantes e seus filhos, chamados de “negros”:

Acá también se usa la palabra “negro de mierda”, entiendo que es un insulto parecido al de Brasil, pero no se le dice al afrodescendiente sino se le dice al morocho de piel, al hijo de inmigrantes, al descendiente de aborígenes, y descendientes de los países vecinos. En Argentina hubo una gran oleada migratoria interna, en los años 30 y 40, cuando arranca el peronismo, a partir de que muchas fábricas se instalaran en Capital pero sobre todo en Gran Buenos Aires; eso hizo que muchas personas del interior de las provincias, viajaran hacia Buenos Aires. Acá las clases medias y clases altas lo llamaron aluvión zoológico. ¿Entendés? Un aluvión de animales que llegaban del interior, acá. Y eran otras prácticas, eran otros rostros de lo que eran la sociedad tradicional de Bueno Aires, o de las clases medias-altas; otra estética, otro tipo de personas que venían acá, ocupaban los espacios públicos. Fue en el momento del peronismo donde las clases populares tiene trabajo formal, buenos salarios, entonces iban al cine, iban de vacaciones y esas familias que en algún momento acaparaban algunos circuitos empiezan a verse presionados por esa otra gente que estaba ahora con ellos y que no esperaban. Ese conflicto racial (...) ese quiebre sociocultural es muy fuerte en Argentina. (DE LA CALLE, 2019).

Ele ainda destaca a situação precária vivida pelos trabalhadores informais, que sofrem muito preconceito da mídia e das camadas socialmente mais estáveis:

Después está otro sector que es el que labura en los empleos informales, lo que acá se llama “las changas”, que es hacer doscientas mil tareas, desde el que trabaja de pintar casas, arreglar casas, amas de casa en el caso de las mujeres, es mozo, trabaja de seguridad en un country; hay un conjunto de actividades y de sectores sociales que son estos los que uno podría llamar, rápidamente, el empleo informal; pero que es, dentro del porcentaje de los trabajadores en Argentina, muy amplio .Y por supuesto esa precarización laboral tiene su correlato en la precarización urbana, social, son los que viven en los barrios humildes, más precarizados, las villas, los asentamientos, posiblemente tengan títulos de propiedad sobre sus casas muy precarios, posiblemente no tengan agua ni cloacas, tal vez tengan luz en una conexión un poco trucha... (DE LA CALLE, 2019).

De la Calle rebate as críticas daqueles que tentam desqualificar o dito “jornalismo militante”, com o argumento de que ele não tem credibilidade por ser “parcial”, como se os grupos de mídia hegemônica fizessem uma cobertura alheia a qualquer tipo de interesse. No entanto, admite que o poder da narrativa hegemônica sobre a opinião pública ainda é muito forte, daí a importância de manter-se no *front* desta disputa simbólica:

(...) es un debate que, teóricamente, académicamente, no existe, es ridículo, es decir, que ellos no tienen posición política, o que Clarín es riguroso... teóricamente ellos no podrían decir por qué son más rigurosos que otro tipo de prensa, eso no existe, no lo podrían demostrar, porque han publicado cualquier cosa, y que Clarín tiene posiciones ideológicas es una obviedad que es muy fácil de demostrar. Ahora ellos siguen teniendo la capacidad para la conversación publica. Si le preguntamos a la moza [referindo-se a uma moça que estava no bar onde fizemos a entrevista] quien es más independiente, nosotros o Clarín, va a decir Clarín. Tienen la capacidad para generar esos debates pero, me parece, es una cuestión de poder y política, no académica, no es teórico esto, en el sentido, de que no hay nada en la técnica que utiliza Clarín que sea rigurosa, eso es real. (DE LA CALLE, 2019).

Para manter todas as suas atividades, a agência conta com formas diversificadas de financiamento.

Al ser un espacio militante, el trabajo recae en la heroica tarea de nuestros compañeros que llevan mucho tiempo en la agencia sin retribución económica alguna y, a pesar de eso, tenemos una capacidad de producción en algún momento equiparable a los medios privados. Aun así, buscamos una variedad de líneas de financiamiento, desde avisos municipales y estatales que ofrecen fondos para proyectos mediáticos. También logramos ganar varios concursos para proyectos específicos a través de Fomeca. Y desde 2018 venimos trabajando con la idea de construir una comunidad, pidiendo a nuestros lectores que se suscriban, ofreciendo un aporte solidario mensual, para tener acceso a contenidos especiales, como análisis, libros, acceso a conferencias, entre otros. No recibimos financiación de fundaciones y instituciones privadas, tampoco de partidos políticos. (DE LA CALLE, 2019).

### 5.1.5 Cosecha Roja

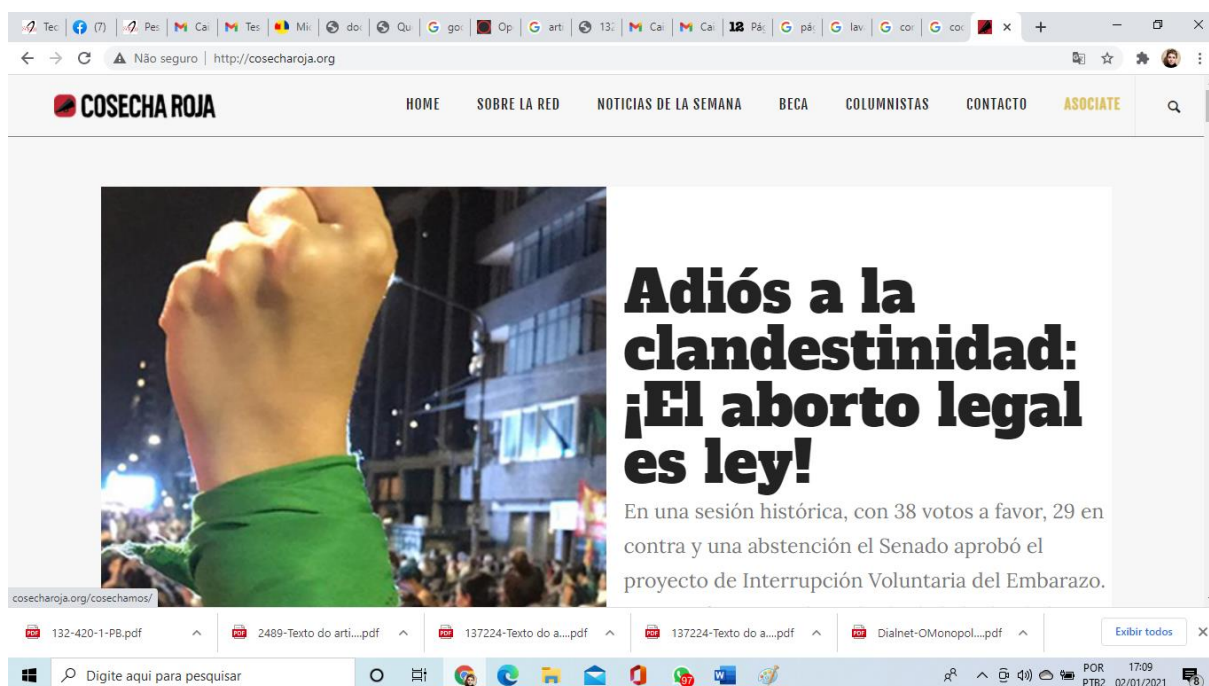


Figura 13 - Site da *Cosecha Roja*: [www.cosecharoja.org](http://www.cosecharoja.org)

Na Argentina, tal como no Brasil, as notícias sobre as áreas de Segurança Pública e Justiça veiculadas pelos veículos hegemônicos são marcadas pela preponderância da visão das forças policiais e dos segmentos sociais privilegiados. O enfoque dado é nos interesses da classe média e da classe média alta. Questões como o feminicídio e o assassinato de integrantes da população LGBTQIA+ são tratadas de maneira muitas vezes sensacionalista e a população de comunidades pobres é estereotipada, sendo com frequência apontada como responsável pela violência e a criminalidade. Raramente são retratados os abusos e a violência cometidos pelas forças policiais e o genocídio de setores da população historicamente perseguidos.

Em 2010, com o objetivo de oferecer outros olhares e narrativas sobre esses campos, com a perspectiva de defesa dos Direitos Humanos, uma rede de jornalistas que cobriam notícias judiciais e policiais, organizada pelo prestigiado jornalista e acadêmico Cristian Alarcón, que é professor da Faculdade de Jornalismo e Comunicação Social e diretor da Especialização em Jornalismo Cultural da Universidade Nacional de La Plata (é também especialista em Literatura de Não Ficção na América Latina, tendo vencido diversos prêmios jornalísticos), fundou a *Cosecha Roja*. Além de oferecer uma cobertura alternativa à da grande imprensa, o veículo nasceu para ser uma escola de formação, multiplicando o fazer jornalístico

da *Cosecha* para outros jornalistas não só na Argentina, mas na América Latina. Em entrevista a esta pesquisa<sup>243</sup>, Natalia Arenas, editora da *Cosecha*, fala sobre o início do canal jornalístico:

Nace primero como una red de periodistas judiciales y policiales, con esta intención de que no sea solamente un medio nacional sino que sea un medio regional en todo Latinoamérica y poder cubrir todo Latinoamérica, tanto en lo que tiene que ver con lo judicial y lo policial, y con la característica de tener perspectiva en derechos humanos. (...) En una sección, por decirlo de alguna manera, como es la policial o la judicial, donde es muy difícil encontrar medios que tengan la perspectiva de derechos humanos. Aquí, no sé cómo se llama en Brasil, pero aquí en Argentina hay mucho amarillismo, que es como llamamos a las noticias sensacionalistas. (...) Entonces en realidad, Cosecha Roja nace con la idea de diferenciarse un poco de esos medios y cubrir las noticias de otra manera. Y también una red de periodistas por esta intención que tuvo desde siempre en formación de periodistas porque los periodistas que armaron la red y que armaron Cosecha Roja, además son docentes. El fundador es Cristian Alarcón, que es un escritor y periodista reconocido tanto acá en Argentina como en Latinoamérica, y además docente también. Entonces siempre la idea fue no solamente quedarse con el medio, la red, sino también empezar a multiplicar el conocimiento y la manera de contar historias que tenemos en Cosecha Roja. (ARENAS, 2019).

O nome do veículo foi escolhido em homenagem ao romance *Cosecha Roja*, escrito em 1929 pelo norte-americano Dashiell Hammett, uma das obras pioneiras da literatura policial no mundo.

Segundo Arenas, o panorama da violência de Estado na Argentina é muito similar ao brasileiro, com jovens sendo deliberadamente assassinados:

Acá lo llamamos gatillo fácil o lo que es en general la violencia institucional. Hemos tenido un caso muy reconocido a nivel nacional pero también a nivel regional, el caso de Santiago Maldonado, un militante que estaba en el sur del país apoyando una manifestación de personas, de aborígenes, que estaban luchando por sus tierras y Gendarmería fue desalojarlos y en esa represión que hubo, porque Gendarmería lo reprimió, Santiago Maldonado, este muchacho de 27 años, desapareció (...). Finalmente apareció muerto, ahogado en el río. Y hubo todo un debate con eso porque digamos la razón de su muerte fue que murió ahogado pero es evidente que murió ahogado porque se tiró al río porque lo estaba persiguiendo Gendarmería. Ese es uno de los casos paradigmáticos que tuvimos... Tuvimos otros... te lo digo a modo de ejemplo, para que veas cómo funciona... en el medio de un asalto, un policía le dispara a quemarropa al asaltante, cuando el asaltante se está yendo, corriendo, le dispara a quemarropa y lo mata, y la Ministra de Seguridad y el Presidente de la Nación [Patricia Bullrich], el presidente [Mauricio] Macri, lo reciben a este policía para felicitarlo. (...) Son casos que empezaron siendo aislados y la verdad es que cada vez se hacen más frecuentes acá (ARENAS, 2019).

A partir de 2015, com toda mobilização feminista na Argentina, com movimentos como “Ni Una Menos”, e seguindo sua vocação de defesa dos Direitos Humanos, a *Cosecha* passou

---

<sup>243</sup> Realizada presencialmente em Buenos Aires em 3 de julho de 2019, na redação da *Cosecha Roja*, que é o mesmo espaço utilizado pela revista *Anfibia*, outro veículo contra-hegemônico prestigiado, igualmente dirigido por Alarcón.



a cobrir de forma mais intensa a perspectiva de gênero e a se identificar fortemente com as lutas feministas e da comunidade LGBTQIA+, inclusive por diagnosticar que os casos de violência contra a mulher e os crimes de ódio relacionados a gênero são bastante numerosos na agenda de segurança pública e precisam ser narrados sem estigmas e preconceitos.

Cosecha Roja sigue siendo un medio de noticias policiales y judiciales, pero con perspectiva de género, un medio feminista y muy identificado con la lucha de los feminismos, y en la agenda policial y judicial empezaron a entrar los femicidios, los crímenes de odio, la violencia contra las mujeres y contra con el colectivo LGBT. Y bueno, Cosecha Roja, en ese sentido, además de ser un medio de comunicación que tiene periodistas trabajando en él, también es un medio, de alguna manera, que milita por derechos de las mujeres y de la comunidad LGBT. Tuvimos una presencia muy fuerte, en lo que fue el año pasado la discusión en el Congreso por la legalización del aborto, acá en Argentina, que lamentablemente se perdió<sup>244</sup>. Pero la verdad es que es un hito histórico. (ARENAS, 2019).

A *Cosecha*, com o apoio do Programa de Jornalismo Independente da Open Society Foundations, rede internacional de filantropia fundada pelo magnata George Soros, oferece uma bolsa de treinamento online voltada a cobertura de temáticas que envolvam jovens, desigualdade e pobreza, violência contra mulheres, racismo, crimes de ódio e ataques à comunidade LGBTQIA+. O programa começa com uma reunião presencial em Buenos Aires (com despesas de viagem, refeições e hospedagem pagas pelos organizadores), seguida por um curso remoto de quatro meses que visa ajudar jornalistas a produzir uma matéria a partir de uma perspectiva de Direitos Humanos. Até a data da entrevista para essa pesquisa a *Cosecha* tinha formado 120 jornalistas de 18 países latino-americanos. Para cada bolsa o veículo recebe entre 300 e 450 inscrições. Apenas 16 jornalistas são selecionados. É dada preferência para repórteres pertencentes às minorias e grupos historicamente explorados.

La metodología de la beca es que en los talleres de narrativas que tienen, los becarios produzcan notas que van a ser publicadas tanto en *Cosecha Roja* como en el medio en el que trabajan. Entonces eso hace una alianza entre los dos medios, ¿no? Y además en el medio, entre los cuatro meses de la beca, hay un encuentro en Buenos Aires, para que nos conozcamos todos. Es un encuentro de tres días y a los becarios se les paga la estadía, las comidas y el viaje para que vengan. (ARENAS, 2019).

A jornalista brasileira Beatriz Sanz, do portal *UOL*, que também é ativista do movimento negro, foi bolsista da *Cosecha*. Em entrevista a esta pesquisa, ela conta sua experiência:

Fui becária na Cosecha Roja em 2020 e foi uma das grandes oportunidades que recebi do jornalismo. Fiz a inscrição no início do ano, recebi a confirmação de que havia conseguido a beca em fevereiro e viajei para Buenos Aires, onde fica a sede da Fundação, em março deste ano. Lá me deparei com outros 15 jornalistas de toda a América Latina com quem tive intensas trocas no período de quatro dias

<sup>244</sup> A entrevista foi realizada em 2019, antes da vitória do aborto legal na Argentina, ocorrida em 30 de dezembro de 2020.

em que estivemos na cidade. Nossas passagens e nossa estadia foram mantidas por Cosecha Roja. Tivemos a oportunidade de conhecer na ocasião três dos quatro professores que nos acompanhariam pelos próximos quatro meses nas aulas virtuais. Além disso, tivemos uma aula magna com Cristian Alarcón, um dos maiores jornalistas de nosso tempo. As aulas duraram até julho. Os professores Sebastian Hacher, Ileana Arduíno, Fernando Rubio e Sol Dinerstein nos ajudaram a entender como jornalismo, arte e Direitos Humanos estão entrelaçados. Ao final do curso, todos entregamos projetos de uma performance baseada em uma investigação jornalística sobre Direitos Humanos. Foi uma experiência muito rica, especialmente pelo intercâmbio cultural com outros colegas que estão produzindo jornalismo de qualidade na América Latina. (SANZ, 2020).

A *Cosecha* é um canal jornalístico nativo digital. Seu principal veículo é uma revista online, atualizada diariamente, com dois ou três conteúdos. Aos poucos o canal percebeu que deveria dar uma atenção maior às redes sociais, postando informações que não estão no site da revista em plataformas como *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*. O novo cenário comunicacional no século XXI, com uma audiência extremamente ativa e também produtora de conteúdo, motivou a *Cosecha* a olhar com mais carinho para essas redes. Investir nas mídias sociais como veículos de comunicação (e não como meros reprodutores do conteúdo da revista) foi uma estratégia que foi ao encontro da estrutura do canal que conta com uma redação pequena e, portanto, não conseguiria administrar meios de comunicação maiores nesse momento.

(...) lo que nos pasó en los últimos años, el último año sobre todo en Cosecha Roja es que empezamos a darnos cuenta que somos parte de, además de ser un medio digital, también somos parte de las redes sociales y nos empezamos a dar cuenta que la información circula más por las redes sociales que por lo medios. La información ya no es potestad de los periodistas, sino que cualquiera, los que antes eran lectores pasivos ahora pasan a ser también productores de información, entonces en las redes sociales circula mucha información. La diferencia quizás está en cuál es la información de calidad y cuál no. Entonces también nos dimos cuenta que mas allá de nuestro sitio, era muy importante generar contenidos para las redes sociales exclusivamente. Entonces para nosotros nuestras redes también son un medio, no son solamente publicar las noticias que publicamos en el sitio, tratamos de, con los pocos recursos que tenemos, porque también hay que decir que somos, de los que somos, cuatro personas más el director. Con los pocos recursos que tenemos tratamos de hacer materiales más digitales y que puedan publicarse solamente en las redes sociales y nos dimos cuenta que eso también funciona. Que el hecho de que no nos dé un clic a nuestro sitio, de todas maneras nos funciona también hacer una historia en Instagram, hacer un hilo en Twitter, hacer una publicación en Facebook, eso nos enriquece también y enriquece la marca Cosecha Roja. (ARENAS, 2019).

O veículo possui uma redação física, no bairro Monserrat, em Buenos Aires, que é compartilhada com a revista *Anfibia*, outro meio de comunicação independente argentino, bastante prestigiado. Há quatro pessoas na equipe (incluindo Natalia, que é editora), além de Cristian Alarcón, e todas são remuneradas. Os salários dos jornalistas e outras despesas são financiados em parte pela Open Society Foundations, que vem aprovando diferentes projetos

jornalísticos da *Cosecha* (além do apoio às bolsas de formação). O canal ainda conta com assinantes que pagam todo mês uma doação no valor que se sentem à vontade. O veículo planeja repensar esse esquema de assinaturas.

(...) es algo que estamos reviendo porque, los subscriptores lo que hacen es pagar una donación por mes, pueden donar la cantidad de dinero que quieran, pero tenemos donaciones pequeñas, y estamos reviendo la manera de lanzar una nueva campaña para fortalecer eso. Porque actualmente esos subscriptores no reciben nada como contraprestación, o sea, tienen los mismo servicios que cualquiera que no pague por ellos, que no se si está bueno tampoco hacer una diferenciación...pero es algo que estamos reviendo, a ver que les podemos ofrecer. (ARENAS, 2019).

Além de sua equipe fixa, a *Cosecha* conta com a ajuda de colaboradores na produção de conteúdo. Hoje, graças a algumas publicidades conquistadas pelo veículo essas pessoas podem ser remuneradas, o que nem sempre é possível:

(...) tenemos algunas publicidades, que por suerte este año entraron algunas y eso nos permite pagar colaboraciones que era algo que no podíamos hacer. Teníamos colaboradores pero no podíamos pagarles. Entonces la verdad es que se hacía difícil pero ahora, por suerte, en algunos casos podemos hacerlo. (ARENAS, 2019).

Em 2020, a *Cosecha Roja* completou 10 anos de existência. Em entrevista à repórter Silvia Higuera para a *LatAm Journalism Review*<sup>245</sup>, revista digital do Centro Knight para o Jornalismo nas Américas (na Moody College of Communication da Universidade do Texas, em Austin), Cristian Alarcón, fundador da *Cosecha*, faz um balanço da primeira década do veículo, destacando como ele contribuiu para mudar a visão sobre a cobertura policial no país:

Conseguimos hackear o jornalismo policial. (...) Ou seja, hackeamos um pouco o sistema, porque acho que a situação mudou muito. Poucas áreas do jornalismo se transformaram tanto quanto o jornalismo policial. (...) Não há ninguém que venha para o jornalismo policial hoje e queira fazer o antigo jornalismo policial. (...) E à medida que começamos a trabalhar com esses casos [envolvendo segurança pública e violência], começou a surgir a necessidade de um novo enfoque, uma nova perspectiva que levasse em conta a importância transcendental do feminismo ou a perspectiva de gênero nos crimes. (...) E isso nos tornou um espaço único e inovador para a Argentina e o resto da América Latina. Promover uma escrita que continuasse a homenagear a investigação e a narrativa jornalística, mas agora como uma narrativa feminista onde o feminicídio era a primeira batalha. (...) Nosso objetivo era hackear de alguma forma o sistema por dentro, criando poder real a partir do ensino não apenas do jornalismo, mas também da teoria. (...) A grande chave para o crescimento de *Cosecha* e a mudança transcendente e profunda que ocorreu no jornalismo policial em muitos importantes meios de comunicação latino-americanos tem a ver com o fato de que os jornalistas compreenderam a importância das leituras teóricas para construir novos andaimos

<sup>245</sup> Texto “Conseguimos hackear o jornalismo policial”: Cristian Alarcón sobre 10 anos de *Cosecha Roja* da Argentina”, de 18 de novembro de 2020. Disponível em: < <https://latamjournalismreview.org/pt-br/articles/conseguimos-hackear-o-jornalismo-policial-cristian-alarcon-sobre-10-anos-de-cosecha-roja-da-argentina/>> Acesso em: 15 dez. 2020.

que lhes permitam analisar os fatos além dos fatos. Ou seja, questionar sobre o crime levando em consideração que por trás da trama criminosa existem lógicas de morte que são políticas culturais e sociais (...) O jornalismo policial é fundamental na desconstrução desta proposta de ódio contra os que têm menos, os mais pobres, que são sempre aqueles que estão sendo construídos como vilões e assassinos. (...) Porque o jornalismo policial pode tornar visível o fato de que a violência sempre tem a ver com duas questões centrais. Por um lado, a desigualdade econômica. Por outro lado, o patriarcado. Ao que devemos acrescentar, com cada vez mais força, o racismo. (ALÁRCÓN, 2020 apud HIGUERA, online).

### 5.1.6 *Marcha Noticias*



Figura 14 - Site da *Marcha Noticias*: [www.marcha.org.ar](http://www.marcha.org.ar)

Em 2011, a grande imprensa argentina travava uma verdadeira guerra contra a democratização da mídia e o direito à comunicação, defendidos pelo governo da ex-presidente Cristina Fernández de Kirchner, por intermédio da “Ley de Medios”. A lei propunha, conforme apontado no Capítulo 3, mecanismos de desconcentração da propriedade dos meios e da produção de conteúdo e o ingresso de novos atores no cenário de comunicação argentino, inclusive aqueles historicamente alijados, como os movimentos sociais e representantes dos povos originários. Nesse contexto auspicioso para o campo progressista, surgem dezenas de veículos jornalísticos que veem no momento uma oportunidade para alavancar o campo popular, dentre eles, a *Marcha Noticias*, que é fundada por ativistas e jornalistas já envolvidos em organizações sociais e políticas voltadas à defesa dos direitos dos trabalhadores e dos

Direitos Humanos. Esses militantes resolveram criar um veículo de comunicação onde pudessem retratar as principais problemáticas que envolviam os setores populares de uma forma alternativa à narrativa feita pelos grandes meios de comunicação, com “una mirada popular e feminista de la Argentina e el Mundo”, como diz o slogan do coletivo em seu site. Laura Salomé, uma das fundadoras da *Marcha*, em entrevista a esta pesquisa<sup>246</sup>, explica o nascimento do veículo:

Marcha surge como un proyecto de dos agrupaciones de organizaciones sociales y políticas que dijeron, “bueno, también queremos difundir o interpelar lo que pasa desde nuestra propia mirada”. Podemos hacerlo, tenemos los elementos, tenemos los compañeros las compañeras para que puedan hacerlo, había también periodistas que estaban comprometidos, comprometidas con esa postura política, y entonces se lanzó como esto que ella decía, como si fuera un paso más de una prensa afín a una organización. Y fue como tener nuestro propio portal de noticias, nuestro propio portal de notas y analizar, la realidad y la coyuntura con nuestra propia mirada. Porque también tenemos algo que decir en cada una de las cosas que pasan. En ese momento, era muy importante poder oponerse a la postura de los medios hegemónicos. Luego, durante el kirchnerismo, “ponele”, a partir de todo lo que fue el debate de la mal llamada Ley de Medios, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Me parece que, desde que entró en vigencia esa ley que de alguna manera democratizó los espacios de comunicación, me parece que ahí los objetivos no fueron tan ir al choque con el gobierno, no? Sino como más imponer una postura alternativa. O sea, una mirada más, una mirada popular, difundir más historias, una versión/ visión más propositiva. (SALOMÉ, 2019).

Ignácio Marchini, que também é integrante da *Marcha*, explica que a cobertura feita pela imprensa hegemônica, sem inclusão das visões dos povos originários e dos trabalhadores, incluindo os rurais, motivou bastante a criação do veículo.

(...) venimos a traer el tema de la otra campana, porque en general, las noticias de los medios grandes se basan en las oficiales, en la policía, en los ministerios, en las secretarías, y llegan acá muchas historias que se cuentan del lado de las personas que no tienen los medios para mostrarse al público en general. Entonces eso también nos da la particularidad de que en general, nosotros, las noticias las traemos, se contactan “los y las de abajo”, especialmente los pueblos originários y campesinos. (MARCHINI, 2019).

Camila Parodi, outra integrante da *Marcha* entrevistada para esta pesquisa, fala da importância de elevar a voz de setores sociais invisibilizados, como a população Mapuche. A morte de um jovem mapuche Rafael Nahuel (durante uma reintegração de posse realizada na comunidade Lof Lafken Winkul Mapu, em 2017) não teve a mesma repercussão que a morte de Santiago Maldonado, que era um ativista branco e de classe média, de Buenos Aires. As mortes de jovens pobres (pelo que os argentinos chamam de *gatillo fácil*) também entram nessa problemática.

<sup>246</sup> Realizada presencialmente na redação da *Marcha* em 5 de julho de 2019, no Parque Chas. Também foi entrevistada a jornalista Camila Parodi e Ignácio Marchini. Ambos pertencem ao coletivo.

(...) había un conflicto con el pueblo mapuche con la tierra. Y se visibilizó porque él era un luchador de clase media, de Buenos Aires, que fue... sino no se hubiera conocido, e inclusive pasó, al mes, no, un poquito más adelante fue lo de Rafael Nahuel. Asesinaron a un joven mapuche en una situación similar, en una represión por control de la tierra, y no tuvo la relevancia que tuvo la muerte y el asesinato de Santiago Maldonado. Que igual hizo que se visibilizara la lucha mapuche, que no deja de ser uno de los pueblos más conocidos de Argentina y Chile. Pero todo lo que es las poblaciones del norte argentino, que de por sí todo lo que tiene que ver con el norte es desconocido. También hay algo de la historia del sur que es más contado que la historia del norte, y los pueblos del noroeste; Pilagás, Quom, Toba, ya ni sabemos los nombres a veces. Esas son historias que se han visibilizado inclusive desde los medios nuestros nos cuesta un montón. Se ha visibilizado cuando han hecho acampes o luchas en Buenos Aires. Porque esa es otra discusión que también tenemos los medios y tenemos que darnos, que es la federalización. Hablamos de lo que pasa en Buenos Aires. Como no hay pueblos originarios en Buenos Aires porque los mataron en el genocidio, en la conquista que le llamaron del desierto. Como no vemos esa realidad en Buenos Aires, creemos que no hay pueblos originarios ni campesinos, y cada vez que tienen que reclamar tienen que venir a Buenos Aires. A reclamarlo, pero creo que es un debate. (...) Y luego también pibes sobre todo en barrios más humildes, jóvenes, sí. Todo lo que se llama gatillo fácil, no? Porque siempre en los medios lo que aparece es la versión de la policía y la verdad que poder contar esa otra mirada es audaz. No sé, muchas veces peligroso (PARODI, 2019).

Em seus eixos temáticos de cobertura, a *Marcha* cobre a batalha pelo território, as mobilizações em prol dos direitos dos trabalhadores, a repressão policial e dá uma atenção especial à luta feminista. O veículo, que tem esse nome em uma referência às manifestações e protestos de rua, pauta muito suas reportagens no desrespeito aos Direitos Humanos das mulheres presidiárias. Outro ponto forte de cobertura, ainda no que se refere às mulheres, é o feminismo comunitário, movimento que teve origem na Bolívia, na década de 90, com um forte componente indígena e que tem se ramificado por outros países da América Latina (não é uma corrente do feminismo eurocêntrico; trata-se de uma maneira única das mulheres latino-americanas lutarem contra a opressão, ligada ao coletivo, à natureza e à ideia de descolonização).

(...) nosotres abordamos también mucha situación de mujeres privadas de su libertad, mujeres presas, me parece que también es un colectivo vulnerable del que muy pocos medios hablan y, sobre todo, con su propia palabra, ¿no? logrando que ellas también tienen voz y tienen derecho, un montón de derechos vulnerados. (...) nosotros lo trabajamos mucho en géneros, desde una mirada del feminismo comunitario, para tratar de recuperar cómo se hablaba sobre América Latina antes de la llegada de la invasión. Entonces tratar de recuperar eso y como mucho desde la mirada de, de las defensoras de Derechos Humanos, de territorio, ahí hilamos muchísimo con la autonomía, nuestro cuerpo, nuestro territorio, jugamos bastante con eso. (PARODI, 2019).

Dentre as histórias que a *Marcha* tem orgulho de ter contado está a de Reina Marás, jovem imigrante de origem quéchua que foi presa em 2010 na Argentina sem poder se defender, acusada de ter matado seu marido com a ajuda do vizinho. Ninguém na Justiça argentina falava

o idioma de Reina. Ela ficou presa por muito tempo, tendo seus direitos sistematicamente violados. Chegou a dar à luz na prisão (estava grávida), sem entender por que estava detida. Quando finalmente, depois de 2012, a Justiça argentina se movimentou, após muita mobilização e pressão de ativistas e de veículos como a *Marcha*, e conseguiu um intérprete de quéchua, Reina se declarou inocente e revelou que sofria na mão do esposo, com constantes ameaças e violência. Ela veio em 2009 para Argentina já sob a ameaça do companheiro, que aqui se encontrava. A *Marcha* acabou transformando os textos publicados sobre o caso Reina em um livro. Salomé fala sobre essa batalha e sobre a dificuldade de escrever sobre mulheres em situação prisional:

(...) ella no entendía el idioma porque hablaba quechua, porque era boliviana y no sabía el idioma, y estuvo presa sin saber por qué, hasta que se pudo lograr por el movimiento feminista que ella pudiera expresar lo que había pasado, y nosotras hicimos un seguimiento de esa historia, hasta que bueno, el feminismo la liberó, está libre, absuelta. (...) o sea, se logró la revisión de la condena. Ella estaba condenada a perpetua y se logró la absolución total. (...) es difícil posicionarse en favor de mujeres que están, a priori, condenadas y eso la verdad que, lo mismo mujeres presas que están todavía, hay mujeres presas sin condena. (SALOMÉ, 2019).

A *Marcha* tem uma estrutura mais humilde que a de outros veículos contra-hegemônicos argentinos pesquisados nesta tese. Não conta com financiamentos de organizações externas. O trabalho “es 100% militante”, como explica Laura Salomé. O espaço que usam como redação, onde foi feita a entrevista para esta pesquisa, não é do veículo, e sim de duas editoras que produzem títulos sociais: Editorial El Colectivo y Editorial Chirimbote (esta última focada em livros infantis para crianças sobre gênero e diversidade). Como alguns dos membros da *Marcha* trabalham nas editoras, o espaço é emprestado para o veículo. A equipe não é remunerada. Atuam por idealismo. “No tenemos una redacción propia, no tenemos recursos ni horas pagas de trabajo, son todas de militancia y en eso la dinámica que hacemos es el límite entre cuidarnos y no estresarnos y comprometernos porque las realidades nos duelen, nos comunican, nos preguntan”, destaca Salomé.

A *Marcha* é um veículo nativo digital. Tem em sua equipe sete “periodistas populares” (assim eles se denominam), sem formação numa faculdade de Jornalismo. Além desses membros fixos, o veículo conta com colaboradores que escrevem esporadicamente. O coletivo investe mais em textos analíticos e menos em notícias (factual). Esses textos são importantes para aprofundar as temáticas complexas abordadas pelo veículo. Laura Salomé explica o funcionamento da redação no cotidiano:

(Hacemos) más notas de análisis y no tanto informativas como hacen todos los medios, porque también queremos marcar algo distinto que tiene que ver con esta historia que vos decías, y también porque están pasando tantas cosas que, como militantes tampoco podemos comunicar todo. Entonces hay algo de que nos tenemos que centrar en algunas cosas con las que ya tenemos trayectoria. (...) algunas de las pautas que tenemos es que sea una propuesta colectiva, que si alguien escribe algo lo lea otra persona del mismo colectivo, le haga aportes. Nos dividimos las tareas de las redes, tenemos un grupo de redes, un grupo más general de colaboradores y personas que escriben pero que no están en el cotidiano y un grupo más chico que seremos seis, siete, que estamos discutiendo permanentemente qué subir, que no, cuándo, cómo subir las redes, pero todo más virtual, digamos. (SALOMÉ, 2019).

A *Marcha* mantém vínculo e ações com veículos contra-hegemônicos de outros países latino-americanos. No Brasil, por exemplo, o coletivo mantém parceria com o *Brasil de Fato*.

[Hay una] articulación bastante directa y diálogo con Brasil de Fato, que tienen una experiencia muy similar a la nuestra, que es el intento de la voz de los movimientos - que después les pasó lo mismo que a nosotros, de correrse un poco para no ser la voz del movimiento sino mirar el movimiento y hablar desde ahí con la voz de los protagonistas y no la del medio. Intercambiamos bastante, con Colombia Informa que es un medio de Colombia también, México era Desinformemos, Sur de Uruguay en un momento, el Desconcierto de Chile. Después, hay aportes específicos de alguien que nos escribe desde Francia, desde México, como aporte personal sobre una realidad que nosotras, al estar más lejos, capaz no tenemos cercanía, pero sí, con oradores. (PARODI, 2019).

### 5.1.7 Emergentes

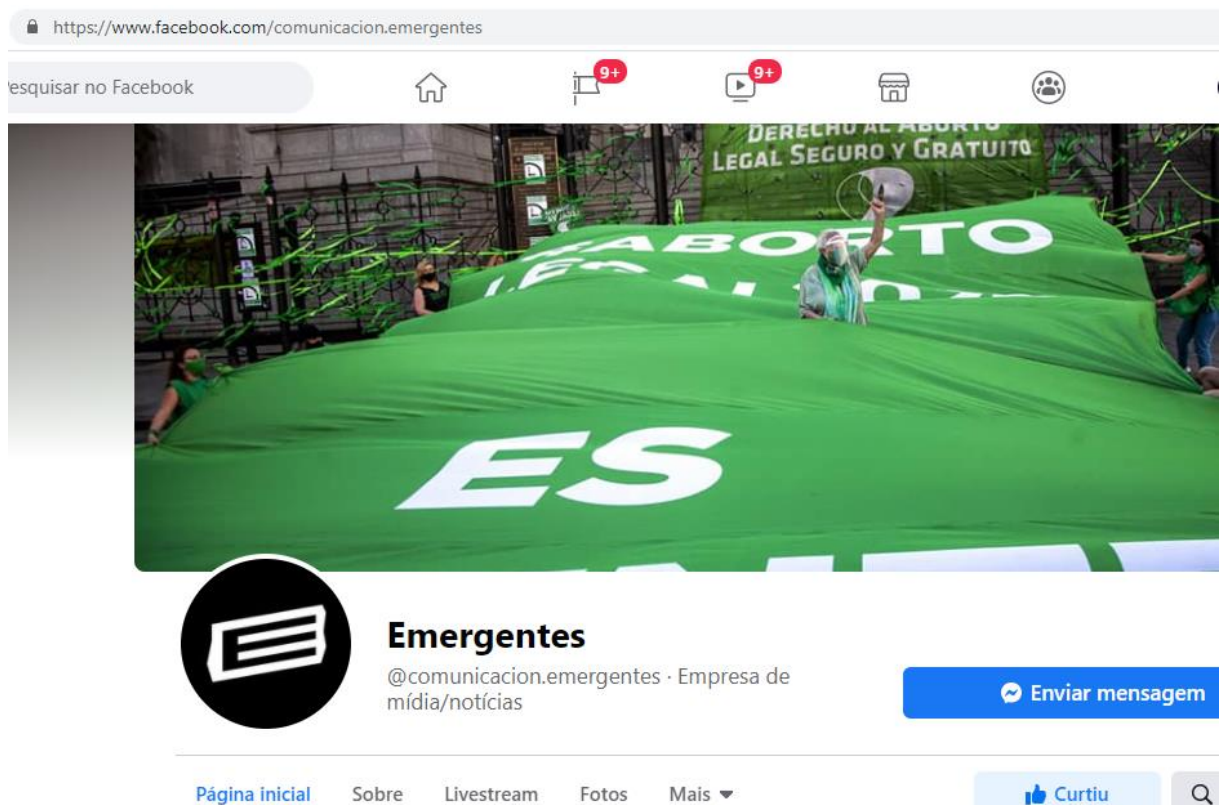


Figura 15 - Página no Facebook do coletivo *Emergentes*



Oferecer “nuevas narrativas contra la manipulación política de los medios tradicionales”. Assim o coletivo de comunicação *Emergentes* classifica sua missão em sua página no *Facebook*, com mais de 175 mil seguidores. O coletivo foi criado em 24 de março 2016, data emblemática em que eram completados 40 anos do golpe militar argentino de 1976. *Emergentes* foi idealizado já no contexto do macrismo, por pessoas de diferentes áreas (jornalismo, design gráfico, audiovisual, fotografia), inseridas e identificadas com as lutas populares, com o objetivo de oferecer narrativas alternativas às apresentadas pelos grandes meios de comunicação e resistir à repressão e às medidas oriundas da retomada neoliberal no governo. “Nosotros entendemos que en la disputa política por nuevos horizontes, que sean superadores de las condiciones actuales, la comunicación es un vehículo fundamental. Es un espacio, un territorio en disputa, como hay otros tantos”, explica Carlos Sainz, membro do *Emergentes*, em entrevista a esta pesquisa<sup>247</sup>.

A equipe do coletivo é formada por cinco pessoas que se articulam com uma rede de diversos colaboradores externos, com distintos níveis de compromissos. “Desde colaboradores puntuales, que sólo una vez aportan algo, o colaboraciones periódicas a nuestros productos, o pautas” (SAINZ, 2020). Os colaboradores, de acordo com Sainz, são essenciais para garantir legitimidade nas temáticas abordadas, já que a equipe fixa do coletivo é formada essencialmente por jovens do meio urbano, que nem sempre passaram pelas problemáticas sociais tratadas pelo veículo, como questões enfrentadas pelos povos originários ou trabalhadores camponeses.

(...) hay personas que tienen más legitimidad para hablar de esos temas que nosotros, como activistas, militantes o colaboradores. (...) somos chicos urbanos, de un extracto social definido, etc., entonces hay algunas pautas, algunos ejes temáticos, que nos interesan, que nos parecen necesarios visibilizar, de los cuales no nos sentimos legitimados para hablar entonces en ese sentido, esta posibilidad de las colaboraciones permiten poder hablar o canalizar, de alguna forma, otras pautas que si no, no tendríamos la forma de hablar, nosotros, en primera persona. (...) Tenemos una colaboradora, un varón trans, que es la persona que escribe cuando hay una manifestación contra los travestidos o hay algo que está circulando con respecto a esa temática. (SAINZ, 2019).

Um dos principais diferenciais do *Emergentes* é sua forte cobertura factual por intermédio das redes sociais. Além da página no *Facebook*, o coletivo está presente no *Instagram*, no *Twitter* e no *YouTube* e realiza postagens instantâneas e frequentes, valendo-se das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação, com vídeos e fotos produzidas *in loco*, assim que ocorrem eventos de grande repercussão no campo progressista, como protestos,

---

<sup>247</sup> Realizada presencialmente em uma cafeteria de Buenos Aires, em 5 de julho de 2019.

passeatas e votações no Legislativo que envolvam Direitos Humanos ou interesses da classe trabalhadora. Apesar do destaque na cobertura *hard news*, a equipe do *Emergentes* não abre mão do debate mais analítico das questões retratadas. Esse debate é feito com outros atores sociais com os quais o coletivo se relaciona. A pauta, a produção e a edição dos textos são realizadas de maneira horizontalizada, embora algumas pessoas assumam certos níveis de responsabilidade.

Tenemos una forma de relacionarnos en la que todo se resuelve de manera consensuada en un ámbito de asamblea, en un ámbito horizontal. Pero después todo lo que son las responsabilidades, que necesitamos asumir en el día, para que el espacio exista y se vaya proyectando hacia los lugares a los que queremos ir avanzando, las personas tiene distintos niveles de responsabilidad según el nivel de disponibilidad que van ofreciendo y también la experiencia que pueda también ofrecer. (...) Creemos que a través de la estética, por un lado, y del *hard news*, del minuto a minuto, en la disputa con el tiempo real son dos de las herramientas principales con las que contamos para poder disputar posicionamientos, pautas. Creemos que el lenguaje de las redes sociales necesitan ese dinamismo pero no permite la discusión de ideas a fondo, entonces tratamos de que sea como un primer acercamiento con un público más amplio pero ahí no está entregado todo el desarrollo de la discusión política que queremos dar. En ese sentido, tratamos de abrir pautas de reflexión más prolongada, de otro tipo de profundidad analítica. No siempre nosotros nos posicionamos desde *Emergentes* para analizar una problemática sino que nos acercamos a los campos de disputa y a sus protagonistas para tratar de construir con ellos una narrativa conjunta, a partir de sus necesidades, por lo general. (SAINZ, 2019).

Sobre a sustentação financeira, o coletivo tem uma organização muito incipiente. Não conta com campanhas para doação de pessoas físicas, nem apoio de fundações e outras pessoas jurídicas. O pouco que arrecada de fundos vem de cursos e consultorias que eles oferecem para outras entidades. Também conseguem realizar suas ações trocando serviços com outras mídias e entidades.

Nosotros todavía no abrimos esa instancia de apoyo individual. Cada paso que damos tratamos de que tenga consistencia en ese sentido. La crisis que estamos atravesando en Argentina, en este momento no posibilita que sea un espacio de sustentación. Hemos ido mutando y tratando de adaptarnos en distintas formas, tenemos esquemas de colaboración para conseguir distintos bienes. Por ejemplo, el intercambio de trabajo o de diseño, o de ayuda en redes sociales con algunos espacios para que podamos trabajar en ese lugar o cuestiones de intercambio que hacen a la economía colaborativa, que facilita que disminuya el monto, el volumen económico del efectivo que es necesario para desarrollarnos. Pero si es necesario, vivimos en el capitalismo, tener una base concreta también. En ese sentido, nosotros ofrecemos servicios a movimientos sociales, a agrupaciones políticas, tanto de cobertura como de formación. Formación, cobertura y asesoramiento de imagen en campaña, que nos facilita de alguna forma esa sustentación. (SAINZ, 2019).

No *Instagram*, o coletivo afirma fazer uma comunicação voltada à América Latina. E em suas postagens nas redes sociais muitas vezes há, de fato, o destaque de questões

importantes que vêm ocorrendo em diferentes países da região. Sainz destaca que o trabalho em rede, incluindo outros veículos contra-hegemônicos do continente, como a brasileira *Mídia NINJA*, faz parte do DNA do *Emergentes*.

Nosotros tenemos una visión global sobre las problemáticas sociales. Creemos que las problemáticas que atraviesan a Latinoamérica, particularmente, son muy similares, y se expresan de distintas formas, pero que hay muchos puntos en común, en los distintos lugares. Venimos de procesos complementarios y similares también, Venezuela, Brasil, Bolivia, Uruguay, algunos países de Centroamérica, Ecuador; lo que se llamó acá en Argentina esa “década ganada”, donde se despertaron, o se pusieron en marcha, algunos procesos culturales que nos atraviesan. Nosotros nos identificamos con todo eso, creemos que somos nuevas generaciones de eso, que tratamos de aprender de esa experiencia y proponer cosas nuevas que tienen que ver también con las redes sociales, tiene que ver con la comunicación, el trabajo en red nos parece fundamental, como decía, tanto en Argentina que necesitamos trabajar más en red para poder disputar realmente a un nivel más amplio, a nivel regional me parece que es fundamental también. En particular Emergentes sí tiene vinculación con espacios de otros países, en particular *Mídia NINJA* de Brasil, tenemos compañeros en Bolivia, Uruguay, Venezuela, en distintos países de Latinoamérica. (SAINZ, 2019).

Diversos veículos contra-hegemônicos brasileiros (além da *Mídia NINJA*, o *Brasil de Fato* e outros) utilizam fotos do *Emergentes* quando abordam assuntos que se referem a protestos na Argentina. A cobertura factual de manifestações nas ruas e sua rápida divulgação nas redes sociais é um dos diferenciais do coletivo.

### 5.1.8 Um cenário de muita resistência

Conforme apontado no início deste Capítulo, as entrevistas para esta pesquisa foram realizadas quando Maurício Macri ocupava a Presidência argentina, portanto, em um contexto de resistência às medidas neoliberais de seu governo e à forte repressão policial contra manifestações e movimentos populares. Tratava-se de um cenário adverso à atuação das iniciativas de mídia contra-hegemônica e essa situação ficou explicitada na fala dos entrevistados para esta pesquisa.

Se no governo de Cristina Kirchner a mídia popular manteve uma postura de apoio, mas de forma crítica, reconhecendo e apontando problemas, quando necessário, no governo Macri o posicionamento foi de fortalecimento das lutas para “sobrevivência”, com uma cobertura mais aguerrida e em tom de constante denúncia, conforme aponta Fidel Ruiz, da *Garganta*:

Así como nosotros predicamos a Lula, a Dilma, y todas sus cuestiones, nunca entendimos bien que es la "policía pacificadora". ¿Qué sería eso? Y acá, básicamente en materia de Derechos Humanos, reivindicamos un montón porque se abrieron los juicios adminicales contra los que fueron cómplices de la dictadura militar. Predicamos muchas cosas de las que hizo buenas [los gobiernos Kirchner], la defendemos [a Cristina Kirchner] y hay otras que no. En materias

ordinarias, seguimos [con problemas] con la Fuerza Nacional en nuestros barrios, como criminalizaron a los pueblos indígenas, [algo que] viene de todos los gobiernos. (...) Siempre cuando nos preguntan si el kirchnerismo y el macrismo es lo mismo, respondemos que no es lo mismo claramente. Ese gobierno [Macri] es muchísimo peor. Ese gobierno es de derecha, ese gobierno es enemigo. (...) No hay dialogo. No es el tema de demonizar al macrismo ni nada, porque claramente el gobierno no es popular. Claramente no es un gobierno que piensa en el pueblo. Te das cuenta cuando hay una persona que muere en la calle cada 48h, cuando las fuerzas policiales matan a un pibe cada 21h, cuando una mulher vale \$11,36 pesos en el presupuesto nacional, cuando nos estamos cagando de hambre, cuando no hay laburo, cuando no hay vivienda, cuando la salud es una mierda, todas esas cosas. Ahí no damos cuenta que ese gobierno es una porquería. (RUIZ, 2019).

“La verdad que el macrismo es lo peor que nos había pasado en muchos años. Tengo un montón de críticas al kirchnerismo, pero hoy hay esa sensación de que a estos tipos hay que sacarlos porque nos van a hundir en un pozo”, destaca Laura Salomé, da *Marcha Noticias*. Lucas Pedulla, da *Lavaca*, concorda: “de la misma forma que Lula no es Bolsonaro, el kirchnerismo no es el desastre económico que estamos viviendo hace cuatro años con Macri acá”. Ele destaca como as iniciativas de mídia popular, que comumente cobrem os protestos nas ruas, foram muito reprimidas pela gestão macrista. Muitos ativistas, fotógrafos e jornalistas ficaram feridos:

(...) la prensa crítica fue un gran destinatario de las represiones. Hubo muchas y muy fuertes (...) una fue cuando el gobierno llevó al Congreso la Ley por la Reforma Previsional<sup>248</sup>, que era un recorte a los jubilados y a las jubiladas, muy brutal. Se produjeron unas manifestaciones masivas, acá en el Congreso, que fueron brutalmente reprimidas. El primer día esa movilización logró levantar la sesión, la protesta social logró levantar la sesión; en el segundo no solamente hubo represión sino que además avanzaron y la aprobaron, pero ahí apuntaron mucho contra los fotógrafos, por ejemplo. Era casi un objetivo, fue reprimir a los fotógrafos. Hubo gente que perdió el ojo, en la manifestación, detenidos también. (...) Y después en 2017, fue la votación por el Presupuesto [Orçamento argentino]. Imaginate que en el Presupuesto, el único gasto social que aumentaba era la partida destinada al pago de intereses de deuda. O sea, eso aumentó mientras había recorte en salud, educación, en ciencia y tecnología, en deporte, etc. Todo fue desguazado. Y que hoy lo vemos, hay faltantes de vacunas, las escuelas no tienen gas, no tienen luz, están absolutamente desguazados, pero todo va para financiar la deuda con el FMI. En esa protesta, también reprimieron brutalmente, también un foco clave fueron los fotógrafos y los medios, y ahí fue que detuvieron a dos compañeros de La Garganta Poderosa, por ejemplo, que fueron Nacho Levy y a Francisco Pandolfi, que son dos referentes de la organización. En esa represión fue muy claro también, a quienes detuvieron, como te decía, a los referentes de La Garganta Poderosa pero también detuvieron a docentes de una escuela en Moreno, que meses antes había explotado y habían muerto dos auxiliares; detuvieron a trabajadores de un Astillero de La Plata que se estaban manifestando porque habían sido despedidos, también detuvieron a un compañero de la Agencia Télam, que el año pasado tuvieron los 357 despidos. O sea, fijate que la represión estuvo orientada a quienes son, justamente, las personas que politizaban ese

<sup>248</sup> Reforma da Previdência aprovada em 2017, que alterou a fórmula para atualizar as pensões, fazendo os aposentados perderem poder aquisitivo.

presupuesto en el territorio y que muchos fueron medios de comunicación. (PEDULLA, 2019).

“De hecho nuestra Ministra de Seguridad Patricia Bullrich [ministra da Segurança da Argentina no Governo Macri] se declaró como una fan de Bolsonaro, así que estamos. La verdad es que, desde que asumió Macri en 2015, hay una fuerte tendencia de las fuerzas de seguridad a la represión”, reforça Natalia Arenas, editora da *Cosecha Roja*. Ela confirma a repressão a manifestantes:

Y también hay represión en las manifestaciones. Acá, la Argentina es una país socialmente muy activo, los argentinos somos muy de salir a la calle, hacer manifestaciones, y bueno, en estos años de Macri, hubo en muchos casos represión de la policía (ARENAS, 2019).

Carlos Sainz, do *Emergentes*, afirma que a violência contra manifestantes na Argentina tem um peso muito maior e simbólico que em outras nações latino-americanas. É algo que é considerado inaceitável pela população, mesmo por setores mais conservadores, em função do passado amargo que seus compatriotas sofreram na ditadura militar de 1976, sem dúvida a pior da América do Sul. Quando Néstor Kirchner assumiu o poder em 2003, houve um acordo de que os movimentos sociais não seriam reprimidos. Embora nem sempre isso tenha sido 100% respeitado, era uma diretriz de um governo que considerava o direito ao protesto como algo legítimo. No governo Macri, conforme explica Sainz, essa premissa foi brutalmente solapada:

(...) hay una diferencia con Brasil, que es muy notoria, que el proceso posterior a la dictadura que se hizo en Argentina, la militancia sostuvo de manera muy férrea algunas disputas que algunas fueron ganadas y se sostuvieron otras discusiones de otra manera, por lo cual un muerto en la Argentina es discutido con una fuerza mucho más grande de la que se discuten los muertos en otros países de Latinoamérica y de los países periféricos. (...) En Argentina hay un peso específico, político, que carga sobre cada uno de los muertos, que cuando asume Néstor Kirchner, después de toda esa crisis, es una decisión de Estado, no reprimir las manifestaciones del pueblo. Decir que eso se cumplió cien por cien, sería falso de mi parte, porque no es real, porque somos conscientes de que hubo represiones, hubo asesinatos por parte de la policía, porque las condiciones sociales en las villas, en la periferia, en los asentamientos más vulnerables, etc., fomentan la violencia y el intercambio de violencias entre bandas narco, policías, disputas de territorio, disputas políticas que tienen que ver con negocios, con economías subterráneas, etc. Hubo violencia institucional durante el periodo kirchnerista, ahora la bajada de línea por parte del gobierno era no reprimir a la población en las manifestaciones y eso cambió radicalmente [con Macri] la situación en la calle y no sólo hizo que bajaran los niveles de violencia institucional sino que fomentó también que la juventud sea más participativa de los procesos políticos. No existía tanto el miedo a la represión en las calles, entonces la gente se manifestaba más y se iban construyendo nuevos sujetos políticos. Cuando asume Macri esto se elimina y empieza a cambiar la tendencia ideológica y política con estas decisiones. Ubica en el Ministerio del Interior a Patricia Bullrich que es una persona con vínculos directos con el Mossad, es una ex-montonera, es un personaje peculiar porque viene de la guerrilla de los ‘70, una guerrilla peronista filo marxista, pero que a partir de la caída de la Dictadura, empieza a tener un derrotero cercanos a la CIA [agência de inteligência dos EUA], cercano a grupos

de inteligencia, y tiene aliados tanto en Argentina como en el exterior que tienen que ver con el espionaje, etc. Entonces empezaron los niveles de compra de armamentos para la represión civil, subieron exponencialmente, se compraron mucho... empezó a haber represión y empezó a verse la disputa y a confrontar las tensiones de cuanto podía reprimir la nueva policía de la ciudad, la nueva policía nacional, en relación a lo que había sido el periodo anterior, siempre desde el Estado, tratando de marcar nuevos hitos de avance en cuanto a la capacidad violenta, represora, sobre la ciudadanía, y una negociación por la vía de la violencia con la ciudadanía, de “a ver hasta cuando podía resistir”. El caso de Santiago Maldonado es un ejemplo claro, el caso de diciembre de 2017 es otro caso claro, con la reforma previsional, no sólo estaban aprobando una ley, la reforma previsional, que estaba en contra de la mayoría de la voluntad popular, sino que fue una escalada de violencia propuesta por el gobierno que terminó en esas imágenes que dieron la vuelta al mundo, pero fue una semana de distintas acciones por parte de las fuerzas represivas del Estado que terminaron en este estallido. (SAINZ, 2019).

Lucas Pedulla resalta outro aspecto negativo da gestão macrista, que apontamos no Capítulos 2 e 3: o panorama de concentração dos meios de comunicação hegemônicos, que pouco tinha mudado mesmo com a “Ley de Medios”, conseguiu ficar ainda pior: “El gobierno permitió la fusión de Clarín con Telefónica, a su vez, desguazaba lo poquito de arquitectura legal que había dejado la Ley de Medios, quedó absolutamente desguazaba por la gestión de este gobierno, que no sólo avanzó en este sentido, sino que también despidiendo a un montón de trabajadores” (PEDULLA, 2019).

Mas o período também foi marcado por importantes vitórias dos setores sociais, e os veículos contra-hegemônicos argentinos acompanharam esses movimentos *in loco*, nas ruas, com divulgação de cada ato e protesto, colaborando com a mobilização. Além das manifestações contra as reformas neoliberais do governo macrista, destaca-se o movimento “Ni Una Menos” que acabou virando símbolo para os diversos feminismos da América Latina. Encampado pelo coletivo “Ni Una Menos” (“Nenhuma a Menos”), que luta contra o feminicídio, o movimento teve sua primeira mobilização em 2015, após a morte da adolescente Chiara Páez, de 14 anos, que foi assassinada estando grávida pelo namorado de 16 anos, sendo enterrada no quintal da casa dos avós dele, com a ajuda dos pais do assassino. Em 2016, com a morte da jovem Lucía Perez, de 16 anos, que foi drogada, brutalmente violentada, empalada e morreu após ser levada ao hospital por dois homens, o movimento ganhou força ainda maior, ultrapassando as fronteiras do país. Estimulou protestos em diversas nações latino-americanas, como Chile e Uruguai.

Com a força do “Ni Una Menos”, a partir de 2017 ativistas argentinas também engrossaram a batalha antiga pela aprovação do projeto de legalização do aborto, com diversos protestos de rua, reportados pela mídia contra-hegemônica. Trazendo no peito, no cabelo ou

nas mãos o seu *pañuelo verde* (símbolo na luta pelo aborto legal), milhares de mulheres acompanharam cada trâmite do projeto no Congresso. A proposta, que havia sido aprovada pela Câmara Federal, acabou sendo rejeitada pelo Senado por 38 votos contra, 31 a favor e duas abstenções em 9 de agosto e 2018. Mas a discussão já estava forte o suficiente no seio da população para ser ali encerrada. Em 11 de dezembro de 2020, já sob o governo de esquerda de Alberto Fernández, a Câmara dos Deputados aprovou o projeto de lei para garantir o direito ao aborto apenas pela vontade da mulher até a 14ª semana de gestação. Foram 131 votos a favor, 117 contra e 6 abstenções. A proposta era uma das promessas de campanha de Alberto e Cristina Kirchner, sua vice. Em 30 de dezembro de 2020 a proposta virou lei com a aprovação no Senado, após forte mobilização de milhares de argentinas acampadas durante dias em frente ao Congresso. A lei que estava em vigor desde 1921 autorizava o aborto apenas em caso de estupro e de risco de morte da mãe. A conquista do aborto legal foi uma importante vitória não só para as mulheres do país, mas para todas as latino-americanas. Uma prova de que a mídia que defende as causas feministas, aliada aos movimentos sociais, pode pressionar a política, quebrando um tabu secular.

“A partir de 2015, aquí en Argentina fue una revolución el movimiento de mujeres y colectivos feministas, a partir del Ni Una Menos”, afirma Natalia Arenas, da *Cosecha*. Para ela, esse movimento fortaleceu o chamado “periodismo feminista”, que se mostra como uma maneira mais solidária de fazer jornalismo.

(...) fue bastante decisivo a partir del Ni Una Menos el periodismo feminista. El periodismo feminista fue muy importante, es muy importante, porque también es otra manera de hacer periodismo, que no tiene que ver con el obtener la primicia, con el estar compitiendo a ver quién saca primero algo, o quién tiene un contacto y quién no. Es un periodismo, no sé si colaborativo, porque colaborativo suena a que no tiene fin de lucro, y la verdad es que lo tiene porque trabajamos de esto, pero es un periodismo (...) con sororidad, digamos. Y eso periodismo feminista está en los medios contrahegemónicos, en los medios hegemónicos hay algunos, algunas y algunes que están por ahí, pero no son la mayoría. (ARENAS, 2019).

Ela explica como dos protestos de “Ni Una Menos” a mobilização em favor de outros direitos femininos foi sendo expandida:

La sociedad se viene preparando desde el 2015 para esto, desde el Ni Una Menos, que después se va transformando en que los derechos de las mujeres no es sólo que no te peguen, a que no te maten, a que no te violen y a que te paguen lo mismo que le pagan a un hombre, sino también derecho sobre tu cuerpo, a que puedas abortar, a lo que puedas hacer lo que quieras con tu cuerpo. (ARENAS, 2019).

Fidel Ruiz, da *Garganta*, destaca a importância de todas mobilizações levantadas com o “Ni Una Menos” para as mulheres que vivem nas *villas*:

(...) ayudó socialmente a empezar a discutir, a generar un nivel de conciencia y que las compañeras comenzaron a avanzar un montón, a discutir, a organizarse. Hoy, en el barrio y acá en la ciudad de Buenos Aires hay dos Casas de la Mujer y disidencias, que son lugares en que hay espacio de reparación, de educación, de salud, y generan contención a las mujeres. Las vecinas del barrio el la Villa 31 y en la Villa 21-24 tienen sus lugares donde las vecinas pueden ir a tener su espacio. (RUIZ, 2019).

Para Camila Parodi, da *Marcha*, “Ni Una Menos” e todas mobilizações contra a violência de gênero e em prol do aborto legal foram sim muito importantes, mas resultam de um movimento mais forte e de décadas das mulheres argentinas, e que é bastante complexo e diversificado, envolvendo as diferentes nuances do feminismo, de acordo com as lutas de cada grupo de mulheres naquela sociedade. Segundo ela, a *Marcha Noticias* sempre tratou de fazer a cobertura desse movimento, entendendo e respeitando essa complexidade:

(...) son varios movimientos. O sea, el estallido Ni una menos fue de alguna manera impulsado por un grupo de periodistas por Twitter. La convocatoria, qué pasó, muchas de quienes estamos dentro del movimiento feminista vimos un poco externa la convocatoria y si bien, de alguna manera nos sumamos a esa convocatoria porque no podíamos no estar ah. (...) Vimos la necesidad de llenar de contenido esa convocatoria. ¿Por qué? Porque acá hay un movimiento de mujeres y feminista, mujeres, lesbianas, travestis, trans y personas no binaries. (...) Somos muchas, somos un montón. 30 años de encuentros nacionales una vez por año. O sea, nosotros todos los años nos encontramos para discutir todos los temas de coyuntura y también históricos. Entonces hay una potencia muy grande y muchas que formamos parte de ese movimiento vimos que esa convocatoria era armar un evento en Facebook y nada más, y dijimos no. bueno entonces, desde Marcha lo que hicimos fue entrevistas múltiples, o sea, con las mismas preguntas, a compañeras que formaban parte de las organizaciones populares feministas, feministas populares. (...) hace un montón que venimos gestando el Ni Una Menos, sólo faltaba un estallido, no? pero lo cierto es que hay una base y la base la tienen las feministas populares. Y bueno, nosotras hicimos esa cobertura. Una entrevista que salió por día, (...) en la Villa 31, en la Villa Lugano. (...) [mostramos] cómo trabajan las violencias cotidianas, cómo se organizan, qué desafíos tuvieron dentro de las organizaciones si eran organizaciones mixtas. Contar, y qué significa el Ni Una Menos para esa organización. Porque no es lo mismo para una feminista que vive acá en Palermo, que para la compañera que vive en el conurbano bonaerense y que viaja dos horas para trabajar y vuelve en dos horas otra vez a su casa y muchas veces cuida de los hijos de la feminista que vive ahí. (PARODI, 2019).

## **5.2 Iniciativas pesquisadas no Brasil**

### **5.2.1 Brasil de Fato**





Figura 16 - Site do *Brasil de Fato*: [www.brasilefato.com.br](http://www.brasilefato.com.br)

Foi no emblemático Fórum Social Mundial (FSM)<sup>249</sup> de 2003 em Porto Alegre (RS), mais precisamente no dia 25 de janeiro, que surgiu o *Brasil de Fato*. O veículo começou suas atividades com um jornal impresso de circulação nacional, com tiragem de 30 mil exemplares. Meses depois inaugurou um portal de notícias, com uma cobertura capaz de abarcar fatos mais urgentes. O *Brasil de Fato* foi criado com a ideia de ser um organizador coletivo de distintas matizes progressistas que haviam se unido em torno da candidatura de Luiz Inácio Lula da Silva (do PT), eleito em outubro de 2002 para a Presidência. Era um tempo de esperança, após oito anos de um governo neoliberal (do tucano Fernando Henrique Cardoso) que provocou o aprofundamento da pobreza e da desigualdade social. Era também um momento simbólico, de retomada da força dos movimentos populares do país. O ginásio Araújo Viana, em Porto Alegre, ficou cheio para o lançamento do *Brasil de Fato*. Personalidades, como Aleida Guevara, filha de Che Guevara, e o próprio presidente Lula prestigiaram a cerimônia. O objetivo do veículo, ao congregiar forças sociais de diferentes campos da esquerda, era oferecer uma contra-narrativa aos contares excludentes da mídia hegemônica. Com um governo com pautas convergentes às dos movimentos sociais essa contra-narrativa poderia se desenvolver melhor.

A jornalista Vivian Fernandes, uma das coordenadoras do *Brasil de Fato*, explica, em entrevista a esta pesquisa<sup>250</sup>, que até hoje o veículo tem o papel de participar de uma disputa de narrativa.

<sup>249</sup> Evento anual organizado por movimentos sociais de muitos continentes, com objetivo de elaborar alternativas para uma transformação social global. Seu slogan é “Um outro mundo é possível”. Surgiu como um contraponto ao Fórum Econômico Mundial de Davos, na Suíça.

<sup>250</sup> Realizada presencialmente na redação do *Brasil de Fato*, no bairro da Barra Funda, em São Paulo, em 11 de setembro de 2017.

[o jornal] sempre teve esse papel de fazer uma disputa contra-hegemônica, trazendo a voz dos movimentos populares, dos setores oprimidos, invisibilizados. Então sempre foi sobre fazer essa disputa de forma unitária, com diversos movimentos, setores, sujeitos que estão dispostos a construir uma outra sociedade, uma visão popular. (...) Se você olhar o “Quem somos” ali no nosso site fica bem demarcado isso, que a gente constrói esse jornalismo visando a disputa de hegemonia, visando construir através da nossa narrativa o empoderamento dos setores oprimidos, outro olhar em relação à política, a cultura, cotidiano, tentando empoderar essas pessoas e trazer essa outra visão mesmo. (...) Naquela época não existiam jornais que pudessem informar sobre os movimentos sociais. Por isso, foi de extrema importância criar um veículo voltado ao povo, com uma tiragem impressa significativa. (FERNANDES, 2017).

Com o PT no poder e algumas bandeiras históricas do partido deixando de ser respeitadas em prol de acordos, políticas e posturas firmemente reprováveis por parte do campo progressista (como a condução de uma política econômica com traços marcadamente alinhados ao Consenso de Washington, por exemplo no cumprimento do superávit primário ou na Reforma da Previdência do funcionalismo público, realizada em 2003), os setores da esquerda antes unidos entraram em divergência e mesmo dentro do Partido dos Trabalhadores as dissidência aconteceram, levando à criação do PSOL (Partido Socialismo e Liberdade) em 6 de junho de 2004. A fragmentação no campo progressista afetou o *Brasil de Fato*. Muitos de seus cofundadores deixaram a redação e partiram em busca de experiências próprias de comunicação. “A ideia de unidade, no início do jornal só foi possível, porque existia uma unidade da esquerda. Depois disso ela foi enfraquecendo”, explica Vivian.

Mesmo assim, o *Brasil de Fato* manteve-se como uma das principais vozes na imprensa contra-hegemônica e com um diferencial: o vínculo estreito com setores populares, entidades de classe e movimentos sociais, como o MST (Movimento dos Sem-Terra). Esse elo, conquistado graças à credibilidade do veículo, consegue apontar as falhas da cobertura da imprensa comercial e propor pautas alinhadas aos interesses da classe trabalhadora.

(...) a gente olha a grande mídia e fala "olha, isso aqui está enviesado, os movimentos populares fazem outra leitura em relação a esse fato". Então a gente tenta junto com os movimentos, buscar as fontes, buscar estudos que eles tenham produzido para trazer outro lado, outra visão, que tenha rumo de construir outra sociedade. Então a gente desconstrói isso, mas ao mesmo tempo a gente faz aquilo que ninguém está dando de notícia. (...) Estamos articulados com diversas organizações que mandam para nós sugestões, como a pauta da agroecologia, a pauta da soberania alimentar, que é muito importante para o MST, por exemplo. (FERNANDES, 2109).

Com o tempo o *Brasil de Fato* deixou de publicar sua edição impressa nacional e passou a descentralizar suas atividades, antes limitadas à redação existente na cidade de São Paulo. Passou a contar com diferentes sedes e jornais impressos regionais, com linguagem mais popular e no formato tabloide. Essas edições, embora ofereçam conteúdos para São Paulo,

possuem independência na pauta e na produção. As sedes regionais – em Minas Gerais, Rio de Janeiro, Paraná, Rio Grande do Sul, Rio Grande do Norte, Ceará, Pernambuco, Paraíba e Bahia - começaram a surgir a partir de 2013. Em algumas delas os integrantes da redação do *Brasil de Fato* participam de programas de emissoras de rádio locais, como a “Favela Autêntica”, FM 106.7, que pode ser ouvida em Belo Horizonte. Em Minas o jornal impresso regional conta com 40 mil exemplares distribuídos em 46 cidades do estado. Em São Paulo já há alguns anos não há versão impressa. Tudo funciona apenas no ambiente digital.

O *Brasil de Fato* trabalha com correspondentes em determinadas cidades do país e até em outros países, a depender de algumas questões importantes que estejam eclodindo e que precisem de uma cobertura *in loco* mais aprofundada.

(...) é uma equipe que não se organiza através de editorias, a gente tem algumas funções específicas aqui dentro do grupo. Por exemplo, tem coordenadores que estão no núcleo de pauta, que ajudam a definir, destrinchar essa pauta e organizar outros setores do nosso trabalho, tem o grupo de editores e tem o grupo de reportagens. E dentro dos editores de reportagem tem um pessoal para rádio, um pessoal para vídeo, um pessoal para design, um pessoal para texto e aí as pautas são distribuídas diariamente. Então as informações vão chegando, a gente vai tentando se organizar, vê o que a gente consegue fazer. Perto de outro veículo de imprensa alternativa talvez a gente seja grande, mas somos muito pequenos para o tamanho das demandas que surgem para nós, e a gente vai destrinchando. E tem algumas pessoas que são focadas em regiões. Temos dois correspondentes em Brasília, que ficam focando mais na cobertura da política nacional lá, ou outros temas que ocorrem na região. Por exemplo, em Goiás, às vezes tem conflito agrário. Tem uma correspondente em Belém, que a gente acompanha o trabalho dela aqui de São Paulo. Muitas pautas surgem de lá, ela tem contatos da região que passam para ela essas pautas e aqui a gente a ajuda a priorizar os conteúdos e organizar o trabalho dela. E agora temos uma correspondente na Venezuela também [à época da entrevista, em 2017]. Tem um setor responsável pelo núcleo de pautas, então a gente organiza todas as demandas que vêm, quase que diariamente a gente tem reunião de pauta com equipe. (...) As sedes funcionam com autonomia local, só que eles repassam pra nós algumas coberturas e a gente faz conjuntamente também com eles. (FERNANDES, 2017).

Nos últimos anos o veículo vem investindo nas redes sociais, com um conteúdo multimídia e transmídia que envolve *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *YouTube*, *Flickr*, *SoundCloud* e *Spotify*, e em uma linguagem mais acessível, para atingir o público mais jovem:

A gente vem melhorando a disputa nas redes sociais. Se você quer disputar comunicação hoje, tem que ir para as redes sociais, apesar de que tem uma série de limites que o Facebook através do algoritmo te impõe, mas você tem que estar nessa disputa. Então para disputar isso, qual o tipo de conteúdo a gente faz para dar certo? É uma forma multimídia. Temos formado repórteres aqui que são preparados para conseguir fazer essas múltiplas narrativas. Às vezes um texto vira uma infografia, ou vira um vídeo, ou eles são partes complementares dentro da mesma narrativa. A gente vem testando e aprendendo aqui na formação através desse sentido, esse repórter multimídia, acho que transmídia também. (...) Quem curte a página do *Brasil de Fato* pertence ao nível superior ou está fazendo pós-graduação, então é centro sul, tem pouca incidência do Norte/Nordeste. Quanto à

faixa-etária, tem muito velhinho, mas também começa a crescer entre os mais jovens. A gente fez o teste e entendeu os motivos também, os textos do *Brasil de Fato* são muito cabeludos, nem eu dou conta de entender os textos que a gente escreve, porque estamos falando para iniciados. A gente às vezes precisa parar de querer ser intelectual dentro do jornalismo e ser mais didático, fazer um jornalismo que seja explicativo, usar uma infografia, fazer um vídeo. Distintas plataformas, distintos formatos. (FERNANDES, 2017).

O *Brasil de Fato* também possui uma rádio agência que distribui matérias em áudio e texto para rádios de todo o país. Os temas tratados abrangem política, economia, Direitos Humanos, cotidiano e cultura, além de produções de serviços. Como o público nas redes sociais é mais segmentado, atingindo quem tem mais renda, a rádio agência e os jornais tabloides regionais acabam sendo uma forma importante de o *Brasil de Fato* atingir setores sociais mais vulneráveis:

O público da internet é mais elitizado, então o que a gente constrói aqui é que cada conteúdo encaixa em uma forma, um meio, uma plataforma, então quando a gente fez a opção de parar com a circulação do jornal nacional, foi porque já estava um jornal de militância, falando entre iniciados, então ele não cumpriria aquele objetivo inicial de dialogar com o povo, construir um envolvimento, servir como uma parte de entrada para a pessoa se organizar, conhecer, se interessar. Então a gente foi para uma linha de construção de jornais tabloides, com linguagens mais simples, mais objetiva. Tentamos dividir melhor os temas. Não queremos que o público dê conta de entender tudo de uma vez. Então se vamos falar de Venezuela, daremos um texto só hoje, amanhã vem outra parte. A gente acompanha alguns temas, simplifica-os trazendo uma infografia, abordamos esporte, cultura, entretenimento. Tentamos variar isso. O público que lê o tabloide é um público diferente do que acessa o site, a página no Facebook e o Twitter. O povo pega metrô às 5h da manhã e às vezes não tem o 3G no celular para ler as notícias, então o que ele vai pegar é o tabloide, que está ali gratuitamente na mão dele, e se ele quiser mais informação ele vai ler o site (...) A gente não conseguiu fazer pesquisa de público dos leitores do tabloide, mas pela escolha dos locais de distribuição, entendemos que são mais trabalhadores, geralmente setor de comércio. A gente não distribui muito em zonas industriais, mas o pessoal da periferia pega terminal de ônibus, pega barca no Rio de Janeiro, pega Central do Brasil (...). A gente muda a linguagem, mas não muda as fontes, continua entrevistando movimentos populares, especialistas, personagens. Aumentamos bastante a entrevista com personagens, porque a identificação humana é muito bacana. Tem outro braço nosso que trabalha com rádios. A gente sempre teve esse projeto da rádio agência MP que agora é rádio agência *Brasil de Fato*. O rádio tem um alcance muito bom. A gente não tem grana para fazer TV e nem concessão, mas chegar em uma emissora de rádio do interior do Pará ou do interior do Rio Grande do Sul, ou qualquer emissora, oferecendo uma notícia já montada, é possível. Então a mesma notícia que a gente publica no tabloide de uma forma e no site de outra, fazemos a versão radiofônica dela. Pegamos as vozes das fontes, dos personagens e locutamos. Criamos uma fonografia mais agradável e ligamos para uma emissora, ou mandamos por WhatsApp ou por e-mail. Oferecemos o conteúdo pronto, sobre o que aconteceu no congresso, e a emissora de rádio, que normalmente não tem jornalista, aceita. (FERNANDES, 2017).

A cobertura internacional do veículo é bastante voltada a temas importantes para o povo latino-americano. A luta pela integração da América Latina faz parte do ideário do *Brasil de*

*Fato* desde sua origem e o veículo mantém articulações constantes com organizações populares de outros países da região, para oferecer uma visão diferente daquela veiculada pelas agências de notícias ocidentais, alinhadas às nações hegemônicas na geopolítica mundial.

Em todo momento que a gente pensava a editoria internacional do Brasil de *Fato* ou articulações que a gente fosse fazer com outros meios de comunicação do mundo a gente sempre tinha a América Latina como um centro. (...) E a gente tenta sempre trabalhar a visão dos movimentos populares da região. Por exemplo, a Via Campesina é uma organização que congrega movimentos do campo de todo o mundo. Se ocorre um conflito agrário na Guatemala, a grande mídia normalmente escreve algo como "conflito deixou saldo de 5 mortos". Daí a gente vai descobrir que os cinco mortos eram cinco camponeses, eram cinco sem terras. Eles mascaram a informação. Aí a gente tenta acessar a informação através da organização da Guatemala que faz parte da Via Campesina, que é a CUC [Comitê de Unidade Camponesa], o movimento do campo mais importante da Guatemala. Então a gente faz entrevista com eles ou traduz alguma nota que eles publicaram. Se aconteceu alguma coisa em algum país, a gente vai ver qual a força progressista que está mais próxima desse campo que estamos, que tem uma leitura que a gente acha interessante trazer para o público daqui. (FERNANDES, 2017).

Desde 2015, quando foi realizado um encontro de meios de comunicação populares da América Latina na Escola Nacional Florestan Fernandes (uma escola de formação do MST localizada em Guararema, no interior de São Paulo), com a ajuda da Alba Movimentos (articulação continental de movimentos populares), o *Brasil de Fato* mantém interação diária, por intermédio do *WhatsApp*, com meios de comunicação contra-hegemônica de diversos países da região.

A gente chamou uns 30 veículos de comunicação de todo o continente para se conhecer. Porque às vezes é aquilo, né? Você entra no veículo da Argentina, mas não sabe quem é a Camila, não sabe quem é o Renardo, a Nádia... Sempre vemos aqueles textos assinados e não sabemos quem são as pessoas que os escreveram. Trouxemos gente até dos Estados Unidos. O Caribe é mais complicadinho, a gente não conseguiu trazer Haiti, mas trouxemos outros. Hoje participamos de um grupo de *WhatsApp* que deve estar com 180 pessoas. Às vezes é gente de movimentos sociais que quer passar pauta, notícias traduzidas. Não temos um contrato firmado com nenhum especificamente, mas existe aquele acordo de parceria. A maioria a gente só precisa traduzir e mandar para o outro, buscar uma fonte ou conceder uma entrevista. Há colegas de rádio que perguntam quem no Brasil pode dar uma entrevista para uma determinada emissora, tal hora. Existe essa troca constante. (FERNANDES, 2017).

Vivian afirma que o veículo faz um jornalismo engajado, claramente alinhado não só com a emancipação dos povos latino-americanos e as pautas da classe trabalhadora, mas com os segmentos sociais historicamente explorados. E para contemplar essas pautas com propriedade, além do vínculo com diferentes movimentos sociais, o *Brasil de Fato* possui uma redação inclusiva. O veículo não tem a menor intenção de fazer um jornalismo dito "imparcial":

Nossa linha editorial é ligada aos movimentos populares, dos movimentos urbanos à Via Campesina, dos movimentos que são parte da Frente Brasil Popular.

A gente não tem receio e não quer se distanciar disso porque, na minha visão pessoal existem dois tipos de jornalismo construídos ao longo da história aqui no Brasil ou até na América Latina. Um jornal de jornalistas, que aí eu acho que o termo independência pega muito, mas independência em relação a o quê? Eu acho que é um jornalismo muito mais personalizado no fulano, no cicrano, no beltrano. Na época da ditadura militar muitos jornais como O Pasquim e outros tinham uma linha editorial na cabeça deles muito independente, mas na verdade ela preservava um status liberal do jornalismo, do jornalista não trabalhador. Eu gosto de me ver como uma trabalhadora da imprensa, porque isso não me diferencia em relação a nenhum outro trabalhador, e não é demérito nenhum ser um trabalhador. A gente desenvolve isso seja na leitura jornalística, mas também no convívio humano aqui dentro da redação, no trazer profissionais que não seriam contratados por outras empresas, seja pela opção política, ou por ser negro, ou por ser lésbica. Trazemos esses profissionais pra cá, então a nossa prática, a nossa publicação é contra hegemônica, é popular. Não temos uma preocupação de ser independente. (FERNANDES, 2017).

O BdF (Brasil de Fato) se mantém com variadas formas de financiamento, desde a publicidade pública, advinda de alguns governos locais, a recursos oriundos de fundações internacionais.

A gente tem múltiplas entradas, seja através de publicidade ou estatal. No site tem publicidade de governos. As empresas públicas pararam agora com o Temer [à época da entrevista Michel Temer estava na Presidência, após o golpe de 2016]. Às vezes é uma prefeitura progressista, como a de Maricá [RJ], governos estaduais, ou federações, sindicatos, mas, além disso, tem auxílio de movimentos populares. O aluguel, por exemplo, a gente paga mais barato, porque a casa já foi secretaria do MST. Isso faz diferença no orçamento. Estamos tentando acessar fundos de projetos internacionais. Também estamos tentando criar um grupo de assinantes. Estamos tentando multiplicar as vias de financiamento. Assim, quando fechar uma porta, teremos outra sustentando. (FERNANDES, 2017).

### 5.2.2 – Énois

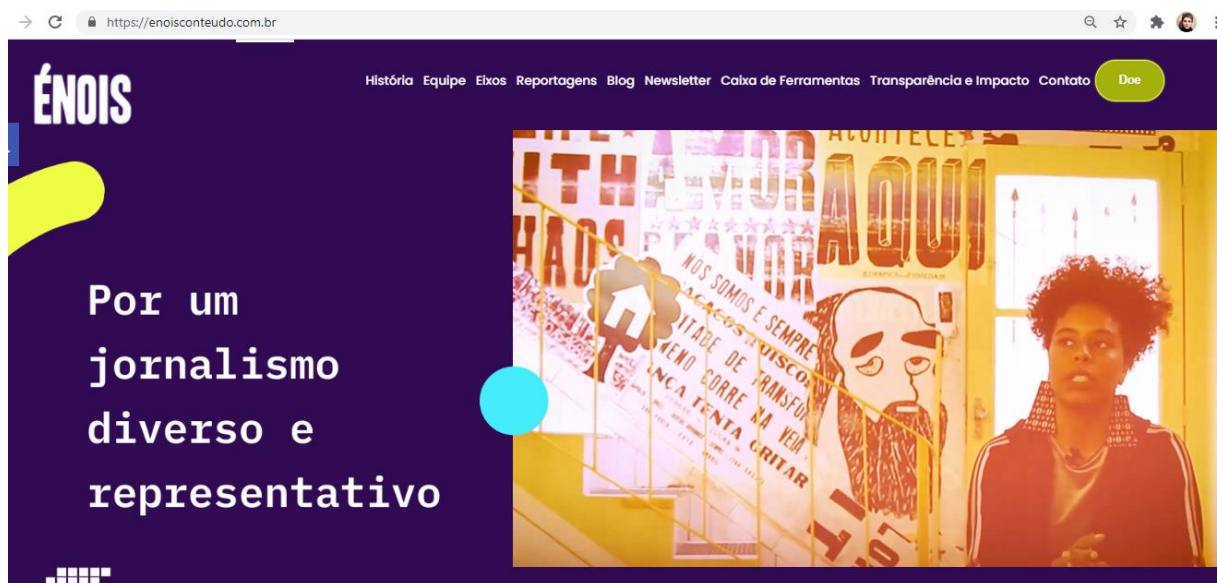


Figura 17 - Site da escola Énois: <https://enoisconteudo.com.br/>

Diferentemente das iniciativas até aqui retratadas, a *Énois* não atua como um veículo, mas como uma Escola de Jornalismo que trabalha a formação de jovens das periferias da Grande São Paulo. O embrião da escola começou a ser gestado em 2008, quando a jornalista Amanda Rahra, que trabalhava em revistas da editora *Mol*, foi fazer uma reportagem em uma ONG chamada Casa do Zezinho, situada no Campo Limpo (distrito da zona sul de São Paulo). A entidade realiza atividades sociais com jovens da região. Amanda, que já conversava com Nina Weingril, sua amiga na *Mol*, sobre criarem um projeto juntas no qual pudessem usar o jornalismo para um objetivo maior, chegou na editora toda empolgada falando sobre o que viu na ONG. Conversando com Nina, tiveram a ideia de fazer um fanzine com aqueles jovens, como um trabalho voluntário. A proposta das jornalistas enviada para a Casa do Zezinho foi aprovada, e em janeiro de 2009 Amanda e Nina começaram a realizar com a moçada da entidade uma Oficina de Fanzine. Assim nasceu a *Énois*, com a ideia de ensinar jovens periféricos a usarem o jornalismo em seu favor, aprendendo técnicas da pauta à distribuição do conteúdo.

No entanto, assim que começaram a conversar com os jovens da ONG, Amanda e Nina perceberam que eles tinham muitos assuntos para serem abordados e que, na verdade, o que eles queriam era fazer uma revista, com mais páginas, para comportar todas aquelas ideias de reportagem. Eram questões muito interessantes e pertinentes com a realidade que eles viviam, coisas que as jornalistas, oriundas de família de classe média, nem imaginavam. Logo elas perceberam que ali havia o que o Atlas da Notícia do Projor (Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo) chama de “deserto de notícias”, área carente da presença de veículos jornalísticos. No início, apenas cinco adolescentes apareceram nos encontros, quando as jornalistas tinham se preparado para pelo menos uns 30. Aos poucos, à medida que aqueles participantes iam contando para os seus amigos o que estavam aprendendo nas oficinas, muitos jovens começaram a se somar à iniciativa. Em entrevista a esta pesquisa<sup>251</sup>, Amanda Rahra fala sobre os primeiros passos da oficina na Casa do Zezinho:

A ideia inicial era a gente fazer cinco finais de semana e fazer um fanzine, porque a gente queria passar as técnicas jornalísticas, mas queria que eles trabalhassem o conteúdo de uma maneira fácil, acessível e que desse para distribuir esse conteúdo. A gente tinha 30 inscritos, mas quando chegamos lá havia só cinco jovens na sala e foi muito engraçado, porque ficamos frustradas. Tínhamos pesquisado coisas, pensado em dinâmicas para 30 adolescentes. Mas foi muito doido, porque como tinham só cinco a gente sentou em volta de uma mesa e começou a falar, e vimos o quanto aquela moçada estava afim de produzir jornalismo, o quanto aquele espaço era um deserto de notícias, onde a notícia não chegava, a não ser revistas de bolo de liquidificador e revistas de fofoca, nas bancas do entorno. A gente tinha uma galera que não era noticiada, não produzia

---

<sup>251</sup> Realizada em 10 de julho de 2020, via videochamada no *Zoom*.

notícias, não servia nem de fonte. No ano seguinte à oficina, em 2010, a Casa do Zezinho convidou a gente para escrever o projeto no FUMCAD [Fundo Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente], para que pudéssemos captar dinheiro e tocar a primeira oficina de jornalismo da Casa do Zezinho. E foi assim que a gente ficou lá até o final de 2012, pilotando e fazendo essa história acontecer. Eles não queriam fazer um fanzine, eles queriam fazer uma revista de quatro cores, que eles iam distribuir nas escolas deles. A gente imprimia cinco mil exemplares a cada três meses e a galera distribuía nas escolas, botava na mochila a revista pronta e distribuía. (RAHRA, 2020).

Em 2012, a operadora Vivo e a Fundação Telefônica estavam se fundindo e decidiram fazer uma ação de marca no Parque Santo Antônio, que fica bem próximo à Casa do Zezinho. As empresas organizaram um campeonato com os 40 times de futebol de várzea que ocupavam o campinho, único espaço de lazer de uma comunidade com cerca de 15 mil pessoas. Amanda e Nina, que já tinham laços com muitos jovens da região, tiveram a ideia de propor às companhias uma cobertura jornalística da ação, feita pelos próprios adolescentes da comunidade. “Então falamos que tinha uma galera de 30 jovens, que eram de lá, que conheciam tudo, que entendiam muito da história dos times e que eles podiam fazer essa cobertura. Assim vendemos nosso primeiro projeto customizado”, relembra Amanda.

As jornalistas foram conversar com a Casa do Zezinho, para explicar que os jovens seriam remunerados pelo trabalho desempenhado com as empresas de telefonia, mas a ONG não aceitou a proposta, alegando que isso iria ferir a natureza da entidade. “Desde o começo a gente entendeu que aqueles jovens estavam numa situação muito difícil, pois tinham que colocar dinheiro em casa, então a questão da renda era muito importante e não iríamos abrir mão daquilo”, destaca Amanda. Diante da negativa da entidade, elas começaram a levar as oficinas de jornalismo para outras organizações que atuavam com jovens periféricos.

Em 2013, com o surgimento da *Mídia NINJA*, representando um marco na forma de se fazer jornalismo independente, obtendo milhares de visualizações apenas com o uso de um celular, um computador e streaming, e incomodando a grande mídia, Amanda e Nina se empolgaram com a ideia de terem uma sede própria, com uma estrutura para montar uma Escola de Jornalismo mais estruturada, onde pudesse receber jovens de diferentes cantos da cidade e testar e pensar em diferentes projetos jornalísticos. Conseguiram uma sala emprestada no prédio do Banespão [atual Farol Santander], no centro de São Paulo e começaram a atuar ali. Também conquistaram uma parceria com o portal *Catraca Livre* para que os adolescentes ligados à *Énois* pudessem fazer uma agenda cultural das periferias de São Paulo.

Eu lembro que o slogan deles [do *Catraca Livre*] era "A cidade na Sua Mão". Mas a cidade não, né, amor? A cidade é muito maior que a Vila Madalena, que é o que costumava ser alvo das agendas culturais. Daí eles falaram, beleza, então faz aí a



agenda das periferias, e assim nasceu o canal “Cultura de Ponta”. A gente colhia as iniciativas culturais com a ajuda dos jovens e tínhamos uma editora na *Énois* que fazia a edição do material e subia no Catraca. (RAHRA, 2020).

Foi assim também que mais tarde surgiu um dos projetos vitrines da *Énois*, que até hoje é bastante noticiado e continua em atividade: o *Prato Firmeza*, guia gastronômico das periferias, que ficou em sexto lugar no *Prêmio Jabuti de 2017*, na categoria Gastronomia:

O *Prato Firmeza* é nosso projeto amorzinho. Todo mundo fez matéria sobre, saiu no SBT, até o Tralli [César Tralli, jornalista da TV Globo, que apresenta o Jornal Hoje] falou dele. Surgiu também porque a gente tinha um aluno, o Mateus, que falava que ele nunca ia poder ser chefe, porque como que ele ia poder comer nos restaurantes de Pinheiros dos grandes chefes? Ele fazia gastronomia e jornalismo na Casa do Zezinho. E aí começou o questionamento: "Como assim, não tem comida boa na quebrada? Claro que tem!" E aí nasce o projeto. O Mateus ia casando as agendas com os lugares para comer. A gente super capta [fundos] para esse projeto até hoje. Estamos fazendo uma parceria com a Feira Preta, a gente vai fazer o *Prato Firmeza Preto*, vai ser o 4º volume. A gente capta pela Lei Rouanet, é um projetão mesmo, que tem mantido muito da estrutura da *Énois* ao longo dos anos. (RAHRA, 2020).

Em 2014, a *Énois* foi apontada pela revista americana *GOOD* como uma das 100 iniciativas globais que ajudam a empurrar o mundo pra frente e pelo BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento) como uma das 16 *startups* mais inovadoras da América Latina. Em outubro do mesmo ano a *Énois* criou a primeira Escola de Jornalismo online do Brasil voltada ao público jovem, com cursos gratuitos apresentados por meio de videoaulas, instrutores especialistas e materiais de referência.

Além das aulas online, de 2016 a 2018 a *Énois* trabalhou com a formação de diversas turmas de 10 jovens em cursos presenciais, todos eles recebendo uma bolsa para estudar no valor de R\$ 600. Os adolescentes selecionados para as turmas eram de periferias diversas, com idade entre 16 e 22 anos e interesse em jornalismo, mas sem a necessidade de estarem cursando uma faculdade de Comunicação. Cada formação durava seis meses. A ideia continuava a ser ensinar o jornalismo para esses jovens, da pauta à distribuição, mas como instrumento de emancipação não só deles, mas das pessoas de suas comunidades, partindo da realidade dos próprios adolescentes para pensar nos assuntos a serem retratados, algo que o jornalismo tradicional não é capaz de fazer, justamente por ser feito a partir de um olhar elitista.

A turma ia lá e a gente mantinha a ideia da produção jornalística como um processo formativo. Sempre consideramos o jornalismo como uma metodologia muito incrível para você conhecer a realidade. De você se colocar de uma maneira empoderada, de fazer perguntas para as pessoas. Quando o jovem fala "Vim fazer uma matéria aqui sobre a situação da UBS do meu bairro", ele deixa de ser aquele jovem meio perdido e se empodera, cobrando um serviço público que precisa dar satisfação a ele e à sua comunidade. Em 2016 a gente conheceu o Vicente [Vicente Lourenço de Góes, professor da Fundação Getúlio Vargas – FGV]. Ele falou que

temos uma metodologia de educação integral. Essa metodologia é traduzida na ideia do “eu jornalista de mim mesmo”, ou seja, entender que o jornalismo pode até buscar objetividade, mas ele nunca será totalmente objetivo e nem tem que ser. Ele sempre passa por um filtro. Nas redações tradicionais normalmente o jornalismo passa pelo filtro do editor-chefe. E esse filtro contamina toda a redação. Então, se você não está trabalhando pelo seu próprio viés, você está trabalhando para o viés de alguém, ou seja, o jornalismo não é imparcial. Então a gente começou muito a orientar os jovens a produzir jornalismo a partir do lugar deles, da posição que eles ocupam no mundo. É o meu lugar no mundo, onde eu estou, o lugar de fala mesmo, quem eu sou, o que eu ocupo e por que eu vejo essas pautas. Fala-se muito que o jornalismo precisa atender o interesse público, e aí vem o questionamento sobre que público é esse, porque a nossa imprensa tem um público muito restrito. Uma vez a Cecília Oliveira, que é repórter do Intercept Brasil, deu aula para uma turma nossa lá no Rio de Janeiro, na Maré, e ela falou: “Cara, esses dias vi uma matéria no *O Globo* que era “Jovens da Gávea ficam com medo do tiroteio”. Aí dá para saber qual que é o público de *O Globo*, porque qual é a pauta nesse caso? A pauta é o tiroteio, por que ele aconteceu, como ele aconteceu, e não a consequência. Só que a consequência é destacada, pois o jornal está preocupado com seu público, que claramente não são as pessoas da periferia. Então eu preciso democratizar isso, porque senão somente os jovens da Gávea que vão ter acesso à notícia. Ela destacou uma coisa bem importante que a gente usa nas nossas formações: como você pensa a pauta do caminho da sua casa até a redação a partir do seu referencial? Se eu tenho no UOL um bando de repórteres que moram em Pinheiros, as pautas vão ser muito homogêneas. As pautas vão ser sobre a Rua dos Pinheiros e os restaurantes, sobre a enchente ali, sobre os chefes dali, sobre empreendedores da Faria Lima... Então quando a gente tem uma diversidade a gente ganha muito. Mas como o Brasil é machista, racista, homofóbico, a gente não fala sobre isso. A gente vai reproduzindo essa estrutura de séculos no jornalismo e fica sempre inalcançável, porque não é para alcançar mesmo. (RAHRA, 2020).

A cada três meses os participantes das formações presenciais tinham que produzir um projeto jornalístico ou uma grande reportagem, que passava por uma banca final, contando com jornalistas, especialistas na temática do projeto e/ou acadêmicos. A banca não tinha a finalidade de aprovar ou não o projeto, e sim oferecer dicas e comentários que pudessem contribuir com o trabalho produzido pelos alunos. Em dezembro 2018 tive a honra de ser convidada para ser uma das participantes dessa banca, que já aconteceu na sede nova da escola, localizada no bairro do Bom Retiro, também na região central de São Paulo. Foi quando também pude conhecer melhor a redação da *Énois* e suas atividades. O espaço, que congrega outros coletivos e entidades, é chamado de “Casa do Povo”. Os alunos da *Énois*, naquele ano, produziram uma grande reportagem sobre o genocídio da juventude negra na cidade de São Paulo<sup>252</sup>, que foi publicada no portal *The Intercept Brasil*. Fiquei encantada com o trabalho de excelência feito por aqueles jovens e com a forma empoderada como eles defenderam sua reportagem, diante da banca. Naquela ocasião ficou nítida, para mim, a importância das formações realizadas pela *Énois*, que conseguem muitas vezes fazer algo que as faculdades de jornalismo nem sempre são

<sup>252</sup> Intitulada “A PM matou João na Chacina do Rosana. Essa é a história da sua família.”. Disponível em: <<https://theintercept.com/2018/12/03/chacina-rosana-joao/>> Acesso em: 27 dez. 2020.

bem sucedidas, justamente pelo fato de contarem, em sua maioria, com alunos de classe média e classe média alta, com olhares descolados da realidade de boa parte da população brasileira. Além disso, os professores com seus vieses quase sempre elitistas têm dificuldade de pensar e aprovar pautas a partir da realidade dos territórios (com honrosas exceções). E digo isso com a experiência de quem desde 2006 lecionou jornalismo em sete universidades.

*O Prato Firmeza* mesmo foi uma produção de três meses da escola de jornalismo. E aí como a gente sabe qual vai ser o produto, montamos a nossa aula a partir dele. A primeira aula do Prato Firmeza é o mapeamento afetivo da quebrada. O que tem de legal para comer na sua quebrada? Então vai sempre trazendo o olhar de quem está lá na rua. Hoje vemos muitas vezes um jornalismo de gabinete. A rua tá longe. (...) A diversidade das ruas traz a diversidade de pautas. No início, na nossa pretensão, a gente ia levar o jornalismo para os jovens e a gente descobriu que, na verdade, a gente ia levar só a ferramenta de trabalho, quem ia dar o recheio dessa estrutura eram eles. Isso nunca mais saiu do DNA da *Énois*. (RAHRA, 2020).

Em 2019, a *Énois* começou a entender que não bastava ensinar as técnicas para a produção jornalística. Era preciso treinar os jovens para a captação de recursos para seus próprios projetos. Só assim eles poderiam ter, de fato, uma emancipação. O financiamento é uma das questões mais importantes desse momento no jornalismo, inclusive nas redações da grande mídia. Observam-se diversos casos de veículos grandes que tiveram que encerrar suas atividades por não terem como sustentar sua equipe. O jornalismo contra-hegemônico, embora também sofra com essa questão, vem conseguindo inovar mais nas formas de captação de conteúdo (no caso de algumas iniciativas, é claro), talvez por desde sempre ter que contar com suas próprias ferramentas para obtenção de recursos, já que não possui uma estrutura tradicional de anúncios publicitários. Então, com dez anos de existência, a *Énois* tomou a decisão de criar uma turma fixa com jovens que já tinham passado pelas formações da escola, dividindo essa turma em alguns eixos de atividade. Além do eixo da captação, criaram um setor de jornalismo local, que é responsável por continuar com a formação de jovens periféricos, mas com turmas abertas, que são participantes, inclusive de outras iniciativas de jornalismo popular, e um setor de estrutura jornalística, que produz pesquisas sobre como garantir a diversidade nas redações.

Fizemos dez anos e aí a gente começou a entender que para fazer um coletivo de jornalismo não basta só saber fazer a produção, tem que fazer a captação de grana, tem que fazer a gestão financeira, tem que prestar conta, tem que encontrar formas de financiamento, tem que lidar com o RH [Recurso Humanos]. Tomamos a decisão de não ter mais uma turma, mas de fazer uma equipe com os jovens que já tinham passado pela nossa escola de jornalismo. Temos oito jovens residentes. Um no administrativo financeiro, outro na captação, outro no RH, outro no jornalismo local, outro na estrutura jornalística. Dividimos a *Énois* nessas caixinhas. Achamos que era o momento de fazer isso para que pudéssemos passar adiante essa metodologia nossa. No que se refere ao jornalismo local, que trabalha com formação nos territórios, agora a gente está fazendo lives, por causa da

pandemia. Já fizemos duas, uma em São Paulo e outra no Rio, sempre com jovens jornalistas periféricos. Na formação de São Paulo havia 20 jovens, de diferentes coletivos. Tinha um povo da *Agência Mural*, tinha um povo do Preto Império, tinha uns que acabaram de se formar na faculdade e vieram estudar mais jornalismo. Lá no Rio tivemos gente do TDD Acontece, que é da Cidade de Deus, uma turma da Maré. Foi bem interessante. O eixo da estrutura jornalística é onde fazemos pesquisas sobre como garantir a diversidade nas redações. A gente fez o índice de diversidade da Folha, procuramos estudar como fazer uma seleção de pautas baseadas na diversidade, quais são as fontes que o jornal usa. Como que a gente vai abrindo as estruturas da imprensa tradicional para essa diversidade. A nossa hipótese é que a representatividade impacta até no financeiro. Se você quer ganhar mais dinheiro, então precisa falar com mais gente. (RAHRA, 2020).

Ainda no que se refere à captação de recursos, das iniciativas de comunicação contra-hegemônicas estudadas nesta pesquisa a *Énois* é uma das que mais possuem diversificação e criatividade nas formas de financiamento de suas atividades. Hoje toda a equipe da escola consegue ser remunerada, exatamente por contarem com uma boa gestão nessa parte financeira.

A gente começou sem dinheiro nenhum e hoje temos muitas maneiras de captar recursos. A Nina fez um levantamento numa planilha e vimos que possuímos 14 jeitos diferentes de conseguir verba para nossas atividades. Desde projetos financiados via leis de incentivo, com granas grandes, a projetos bancados pela Open Society Foundations. Temos projeto incentivado via PROAC [Lei de Incentivo à Cultura da Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo], por intermédio do Pro-Mac [Programa de Municipal de Apoio a Projetos Culturais], pela Lei Rouanet, que é federal. A gente se inscreve em edital, estudamos minuciosamente tudo o que precisamos atender nele. Analisamos diversos editais e vamos vendo como encaixar nossos projetos. A gente também ganhou uma grana da ONG Repórter Sem Fronteiras, da Fundação Maria Cecília Souto Vidigal, para fazer uma das formações. Temos grana nacional e internacional. A gente vende o Prato Firmeza, vende sacolas. Temos pessoas físicas doando de forma recorrente. Conseguimos verba também via doação de Imposto de Renda. Temos patrocínio do Google, no que se refere ao projeto de diversidade nas redações. Uma vez a gente estava muito sem grana, então fizemos uma rodada para pedir dinheiro pra todo mundo que tinha empregado algum estudante da *Énois*, porque temos muitos jovens que saem daqui e estão em lugares muitos legais. E aí eu tô falando de muita agência de publicidade que contrata nossos alunos pra fazer planejamento, a gente vive com os publicitários. Temos jovens contratados na comunicação corporativa, muitos em redação, enfim. Aqui conseguimos recursos de muitas maneiras. Eu costumo dizer que já deixei de dormir muitas vezes preocupada em como manter todas as nossas atividades, mas hoje eu durmo bem mais. Não que a preocupação tenha acabado, pois isso é um trabalho permanente, mas hoje temos mais caminhos. (RAHRA, 2020).

De acordo com informações do site da *Énois*, mais de 500 jovens da periferia se formaram em jornalismo pelos cursos presenciais da escola e mais de 4 mil estudantes passaram pela Escola de Jornalismo online. Os alunos da *Énois* produziram mais de 80 reportagens publicadas em veículos parceiros como *UOL TAB*, *The Intercept Brasil*, *The Guardian*, *Nexo*, *BBC*, dentre outros. Cerca de 70% dos jovens que passaram pela formação presencial na escola cursam hoje uma faculdade, por intermédio do ProUni (Programa Universidade para Todos).

Destes, metade trabalha com jornalismo ou na área de comunicação de empresas, agências, ONGs e fundações privadas. Também há os que criaram seus projetos próprios e/ou atuam em coletivos de comunicação em seus territórios.

O jornalista recém-formado Kayam Mendes, que atuou na *Énois* no eixo de captação de recursos, fala, em depoimento concedido a esta pesquisa<sup>253</sup>, sobre a importância da escola em sua trajetória:

Ter participado da *Énois* ressignificou a forma com que eu me vejo no mundo. Eu, aqui do alto dos meus privilégios, como homem cis branco e de olhos claros, nunca havia me reconhecido como sujeito periférico – até trombar com narrativas e discursos que representavam muito do que eu via e ouvia no meu território. Isso porque eu nasci e cresci no Capão Redondo, na zona sul de São Paulo. Foi por meio da *Énois* que eu pude me descobrir no jornalismo e reconhecer o meu potencial em comunicar e transformar a realidade do lugar de onde eu venho, além de conseguir me enxergar no mercado de trabalho formal. Foi uma oportunidade de ressignificar a minha jornada no mundo e dar perspectiva de crescimento, de maturidade e de prosperidade para mim e pra minha família. (MENDES, 2020).

### 5.2.3 Agência Mural de Jornalismo das Periferias

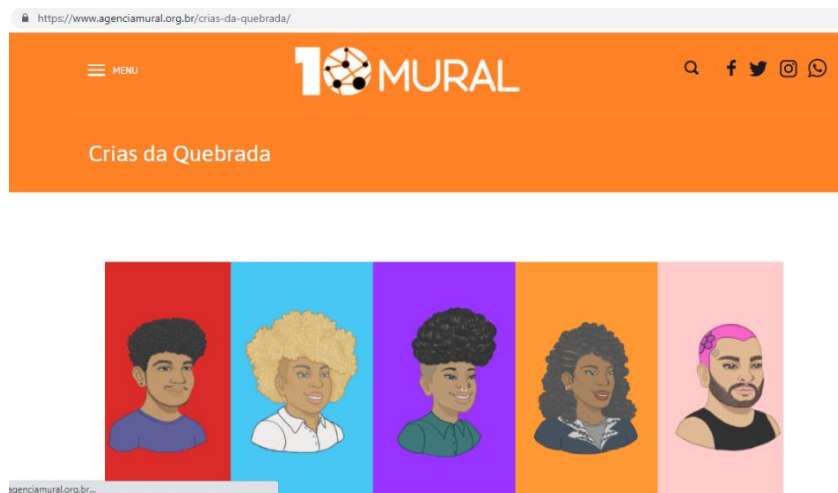


Figura 18 - Site da Agência Mural de Jornalismo das Periferias: [www.agenciamural.org.br](http://www.agenciamural.org.br)

Um blog feito por jovens das periferias de São Paulo, que começa hospedado no site de um dos maiores jornais do país e depois se transforma em uma agência de notícias, que hoje é referência na cobertura hiperlocal não só na capital paulista, mas em todo o país e até no exterior. A história da *Agência Mural de Jornalismo das Periferias* começa em 2010 e é recheada de conquistas. Naquele ano, o jornalista Bruno Garcez, então atuante na *BBC de Londres*, ganhou uma bolsa pelo *Knight International Journalism Fellowships*, programa

<sup>253</sup> Depoimento colhido via *WhatsApp*, em 23 de dezembro de 2020.

oferecido pela organização *International Center for Journalists (ICFJ)*, para desenvolver um curso de jornalismo cidadão. Ele veio para São Paulo e promoveu esse curso para jovens moradores das periferias da cidade. Intitulado *Mural Brasil*, o objetivo do projeto era fazer com que correspondentes de diferentes comunidades de São Paulo pudessem oferecer uma cobertura feita por e a partir dos territórios periféricos, fugindo da visão enviesada e estereotipada da grande mídia, que costumava transformar as periferias em notícia apenas quando a pauta era violência. Depois de finalizados os três cursos promovidos por Garcez, cujas produções jornalísticas resultantes foram publicadas em um blog, os 20 estudantes-muralistas ali formados resolveram que queriam mais. Com a ajuda da jornalista Izabela Moi, em 24 de novembro daquele ano conseguiram uma parceria para hospedar o blog na versão online do jornal *Folha de S. Paulo*, oferecendo um conteúdo exclusivo. Era a primeira vez que um jornalismo sobre as periferias brasileiras ganhava destaque num grande portal. Todo conteúdo produzido para o blog era feito pelos estudantes formados por Garcez, com olhares e temáticas até então pouco tratadas pela mídia hegemônica.

Vagner de Alencar, um dos jovens que estudou com Garcez e que hoje é co-fundador e diretor de Jornalismo da *Agência Mural*, explica, em entrevista a esta pesquisa<sup>254</sup>, que desde o princípio o objetivo da iniciativa é o mesmo:

O objetivo é bem simples. Sempre foi minimizar a lacuna de informação da cobertura jornalística das periferias. Ocupar esse espaço que não está sendo preenchido, quando o assunto é periferia da cidade de São Paulo. Fazer com que a cobertura seja tratada de forma homogênea. A periferia é a cidade. Então, se a gente ainda fala em “periferia” é porque tem esse buraco, essa lacuna que precisa ser resolvida. Nosso objetivo é fazer com que a comunicação não se resuma aos pontos de poder político e econômico, que estão no centro da cidade de São Paulo. Costumo dizer que o objetivo da *Agência Mural* é um dia não existir. Porque se um dia as periferias passarem a ser bem cobertas, não precisaremos mais fazer esse nosso trabalho. (ALENCAR, 2019).

Em pouco tempo o blog começou a obter reconhecimento. Em 14 de fevereiro de 2012, o Escritório Zonal do Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef), em São Paulo, oficializou seu apoio institucional à página. Muitos outros jovens de diferentes periferias não só de distritos da capital paulista, mas de outros municípios da Região Metropolitana, começaram a se tornar correspondentes no blog, trazendo, tal como correspondentes internacionais, a realidade de territórios pouco conhecidos do público da grande imprensa brasileira, não só reportagens que abordavam problemáticas desses locais, mas textos com ações e projetos positivos ocorridos em diferentes comunidades. A estrutura foi ganhando cada vez

---

<sup>254</sup> Realizada em 5 de setembro de 2019, na sede da *Agência Mural*, na Vila Mariana, em São Paulo. A jornalista Cíntia Gomes, outra cofundadora da agência, também colaborou com depoimentos para a pesquisa.

mais corpo, assemelhando-se a uma agência. Em 2015, um site (com estrutura maior que a do blog) foi lançado para conseguir dar conta de todo o conteúdo produzido pelos muralistas. Naquele ano a iniciativa recebeu o apoio institucional da Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura). Em 2016 o site firmou uma parceria com a Rede Nova São Paulo (RNSP) para produzir um portal chamado de *32xSP*, com reportagens diárias sobre as 32 Subprefeituras do município de São Paulo, com a ótica dos moradores dos bairros que são abarcados pelas Subprefeituras, tratando de questões relacionadas às desigualdades no acesso à infraestrutura e aos serviços públicos. O portal *32xSP* conta com o financiamento da Fundação Ford e tem um espaço no site da revista *CartaCapital*.

Em 2017, já com uma equipe grande de muralistas, quatro premiações conquistadas na categoria “Cotidiano e Notícias” do prêmio *Top Blog* e muitos projetos em andamento, uma campanha de financiamento coletivo foi feita para tornar possível transformar a iniciativa finalmente em uma agência. Em 16 de abril de 2018 a *Agência Mural* foi oficializada, transformando-se também em uma ONG, a *Associação Mural Agência de Jornalismo das Periferias*. Antes disso, ainda em 2017, os muralistas conseguiram uma parceria com a revista espanhola *Pueblos*, com a publicação de seis reportagens que foram replicadas em português no site da *Mural*. Em setembro de 2018, foi firmada uma outra parceria com o Sesc-SP (Social do Comércio), para publicação uma vez por mês na revista da entidade de uma reportagem sobre iniciativas culturais nas periferias.

E as conquistas não pararam de acontecer. A agência conta com um espaço semanal no *Guia da Folha* (do jornal *Folha de S.Paulo*), oferecendo dicas de cultura e lazer nas quebradas da Região Metropolitana de São Paulo. Em 2019, uma parceria com a *TV Bandeirantes* foi firmada e os muralistas da agência ganharam o quadro *Giro da Quebrada*, no telejornal *Bora SP*. “Faz parte da nossa missão de quebrar os estereótipos e diversificar os olhares no jornalismo. O quadro é mais um espaço para contar o que acontece nas nossas quebradas e poder levar nosso conteúdo para outros públicos, além dos leitores dos nossos canais online.” (ALENCAR, 2019).

Hoje nós somos em 87 pessoas. Desses 87, sete fazem parte da equipe gestora e dessas sete, seis têm salário fixo. Temos três co-diretores, dois editores, uma é editora de assuntos institucionais, que é responsável por ver se a galera está produzindo, cuidar da comunicação institucional, fazer os pagamentos. A outra editora cuida dos projetos, fica de olho na nossa audiência, no impacto das nossas notícias. Alguma dessas pessoas cuidam das redes sociais. Temos três pessoas que são voluntárias e os demais são os correspondentes que ganham por produção. A equipe gestora se reúne de duas a três vezes por semana aqui na sede da *Mural* e com os muralistas há uma reunião mensal com todo mundo. Temos também uma

rede de mentores. São pessoas que nos ajudam em assuntos específicos, especialistas em determinadas temáticas. A Juliana Doreto, por exemplo, é especialista em jornalismo infantil. Então, se vamos trabalhar uma pauta que envolva criança, ela vem e nos guia. Como ela, há vários outros mentores. E agora nós estamos formalizando os nossos conselhos, temos conselho fiscal e o conselho consultivo. (ALENCAR, 2019).

O recrutamento de muralistas para a agência obedece a alguns critérios. É necessário residir em um território periférico e estar envolvido em algum projeto ligado à periferia. Boa parte dos muralistas é estudante de jornalismo ou jornalistas formados, embora haja pessoas com outras formações. “Temos poucos que não são estudantes ou jornalistas. Mas há sim alguns designers, fotógrafos e vídeo makers” (ALENCAR, 2019). Vagner explica que as matérias da agência são feitas por meio de sugestões dos muralistas, que no dia a dia convivem com a realidade de seu bairro e, portanto, são os maiores especialistas daquela região, conhecendo inclusive fontes locais que podem falar com propriedade sobre aquele território. É bem comum, inclusive, a *Agência Mural* ser procurada pela imprensa hegemônica para indicar fontes que possam trazer a realidade de determinadas comunidades, um assunto polêmico que motivou Vagner a escrever em 27 de agosto de 2020 o artigo “É preciso bom senso ao pedir fontes para jornalistas das periferias”<sup>255</sup>. Reproduzimos a seguir um trecho bem interessante desse artigo:

(...)Para um repórter, as fontes são a principal matéria-prima. Como costume dizer: nunca damos vozes a elas, mas, sim, as amplificamos. Nossos entrevistados são, portanto, nosso maior tesouro, especialmente para um jornalista da periferia. Cobrimos os bairros nos quais moramos, ao contrário de qualquer outro colega, que pode entrar ali (geralmente com pedido de ajuda) e sair ao seu bel-prazer. Na Mural chegamos até mesmo a estabelecer uma política interna em relação aos entrevistados: passar o contato para o jornalista, mediante autorização da fonte, ou vice-versa. Nosso compromisso é salvaguardar o que, para nós, é o mais importante: cultivar a relação de confiança e responsabilidade para com nossos entrevistados, que, na verdade, são nossos vizinhos. Enquanto pauteiros, produtores, repórteres, estaremos sempre precisando de ajuda. Afinal, vivemos em uma metrópole com mais de 21 milhões de pessoas, complexa e desigual. Longe de mim barrar qualquer tipo de contato. Mas é preciso bom senso. Para além de moradores, somos também repórteres, e ao entregar nossas histórias de “mão beijada”, estamos também entregando nossa força de trabalho. Como se, ao viver na periferia, pudéssemos e tivéssemos no bolso todas as fontes possíveis. (ALENCAR, 2020, online).

A equipe fixa de editores também ajuda os muralistas na sugestão de abordagens das pautas sobre diversos assuntos como transporte, esportes, política, infraestrutura, cultura, entre outros. As reuniões com os muralistas acontecem uma vez por mês, aos sábados. Há uma parte do encontro que costuma ser formativa, com palestras e workshops, e uma segunda parte onde os correspondentes conseguem conversar sobre pautas de seus territórios com os editores e

<sup>255</sup> Disponível em: <https://mural.blogfolha.uol.com.br/2020/08/27/e-preciso-bom-senso-ao-pedir-fontes-para-jornalistas-das-periferias/>. Acesso em: 16 nov. 2020.



diretores da agência. Rubens Rodrigues é correspondente da *Agência Mural* em Embu Guaçu, desde 2015. Formando em jornalismo pelas Faculdades Integradas Rio Branco (iniciou na *Mural* quando ainda era estudante da faculdade), ele fala, em depoimento a esta pesquisa<sup>256</sup>, como conheceu a agência e o impacto da iniciativa em sua carreira:

Costumo dizer que é na Mural que eu faço jornalismo de qualidade. Entrei na agência em outubro de 2015 com a ideia de “dar voz à periferia” e aprendi que o jornalismo que nós correspondentes produzimos, amplia essas vozes pois o periférico sempre teve voz, o que acontece é que são poucos os veículos de comunicação que têm interesse em ouvi-lo. E a Mural faz esse trampo perfeito. Infelizmente é comum as pessoas associarem a periferia como algo negativo. Ser correspondente de Embu-Guaçu, cidade da grande São Paulo, é ouvir “é a terra do Champinha, né?”. Champinha foi autor de um dos crimes mais comentados em 2003: Caso Liana Friedenbach e Felipe Caffé. Procuo corresponder mostrando o outro lado da cidade. Aquele que a grande mídia não vai. Mostrar que nenhum bairro/cidade só tem coisas negativas a ser faladas. Ser correspondente local é conhecer, cobrar e reportar a falha do Poder Público do seu bairro, cidade, quebrada... É valorizar os artistas independentes e mostrar que a favela não pode ser tachada como um espaço de carência, e que, na verdade, é de muita potência. (RODRIGUES, 2020).

A *Mural* também conta com um projeto de realização de oficinas em escolas públicas do ensino médio da cidade de São Paulo. Com atividades teóricas e práticas, as oficinas levam os estudantes a refletirem sobre o que é periferia e como reconhecer e valorizar o próprio território pode ser importante para sua jornada pessoal. A agência recebe muitos pedidos para palestras em faculdades de jornalismo. Desses pedidos surgiu a ideia de criar um manual com 10 Princípios da Cobertura Jornalística das Periferias. “É um manual totalmente despretensioso, mas que traz dicas interessantes. Uma das dicas é não usar o termo “carente”, quando se referir às periferias e às pessoas que moram nelas. Quem mora na periferia não é coitado. Esse é um termo pejorativo” (ALENCAR, 2019).

A manutenção financeira das atividades da *Mural* se dá por diferentes meios. Além de fundações como a Ford e a Open Society, desde que se tornou uma ONG a agência conseguiu amplificar suas formas de entrada de verbas: “ao longo dos anos a gente foi diversificando a nossa receita. Tem os financiamentos que vêm dos institutos e fundações, mas tem as parcerias de produção de conteúdo, que são remuneradas, como a que fizemos com a Band e a que temos com a Folha. Tem também doações de pessoas físicas”, explica Vagner de Alencar.

Em março de 2020 a *Agência Mural* lançou o *podcast* “Em Quarentena”, que aborda o impacto da Covid-19 nas regiões periféricas, tratando de questões como a falta de água e álcool gel nas quebradas, condições básicas sanitárias e a dificuldade do isolamento social. O *podcast*,

---

<sup>256</sup> Depoimento colhido via *WhatsApp* em 28 de dezembro de 2020.

que teve duas temporadas com mais de 120 episódios, contou com o apoio financeiro do Instituto Itaú Unibanco e da Embaixada e do Consulado Americano. É um exemplo que mostra que a *Mural* hoje busca não só receitas que vão para toda agência, mas para projetos específicos. Desde março de 2019, a agência tem um espaço para financiamento recorrente no Catarse. A arrecadação mensal é destinada à sustentabilidade da produção de conteúdos e projetos.

#### \*5.2.4 Mídia NINJA



Figura 19 - Site da Mídia NINJA: [www.ninja.org](http://www.ninja.org)

Em junho de 2013 uma convulsão social fez o Brasil virar notícia em diferentes lugares do mundo. Manifestações convocadas por jovens do Movimento Passe Livre (MPL) em São Paulo contra o aumento da tarifa de ônibus, que passaria de R\$ 2,80 para R\$ 3,00, começaram a ser violentamente reprimidas pela Polícia Militar e a ganhar, desta forma, o apoio de grupos progressistas que saíram às ruas em defesa dos manifestantes. Assim os atos foram ficando cada vez mais fortes, a ponto de não poderem ser controlados. Logo os protestos que tinham o foco no transporte público e eram conduzidos por jovens de setores ligados à esquerda começaram a ganhar outras pautas, como educação, saúde e o combate à corrupção, e a envolver pessoas de diferentes idades e matizes políticas. As ruas de diferentes capitais do país foram ocupadas, assim como o Congresso Nacional, fazendo a presidenta Dilma Rousseff propor diversas medidas, dentre elas uma ampla reforma política. O auge das manifestações aconteceu no dia 20, com 1,25 milhão de pessoas nas ruas em 130 cidades brasileiras.

Em meio à quele caldeirão social, um fenômeno brotava, causando grande repercussão. “Um grupo chamado N.I.N.J.A, sigla em português de Jornalismo Independente e Narrativas de Ação, circula pelas ruas com smartphones, câmeras e um gerador mantido em um carrinho de supermercado – um estúdio de produção improvisado e itinerante”, dizia uma reportagem do jornal *The New York Times*, de 20 de junho de 2013. “O protesto em bronze quente no Brasil se assemelha à mídia estabelecida, que parece estar no bolso do governo. Sites de notícias alternativos, como *NINJA*, crescem rapidamente”, analisava o *De Standaard*, da Bélgica, em 23 de julho de 2013.

A *Mídia NINJA* não ganhava apenas destaque internacional. Seus vídeos com linguagem criativa e produzidos e publicados rapidamente, graças a celulares e à internet, mostravam o que acontecia nos protestos, com a visão de quem estava *in loco*, no meio dos manifestantes. Por isso, muitas vezes desmentiam versões divulgadas pela mídia hegemônica, que tentou imprimir um tom violento aos atos, como tentativa de criminalizar os manifestantes, isso no início do movimento, quando ele ainda estava somente ligado a grupos progressistas (posteriormente, com a entrada de setores conservadores nas manifestações fica nítida a mudança de postura da grande imprensa, que passa a legitimar os atos).

Claramente incomodados com aquela forma inovadora e popular de fazer jornalismo, diversos veículos tradicionais passaram a questionar a *Mídia NINJA*, levantando dúvidas sobre sua forma de financiamento e sua credibilidade. Em agosto de 2013 Pablo Capilé e Bruno Tortura, fundadores da iniciativa, foram convidados para participar do consagrado programa *Roda Viva*, da *TV Cultura*. As perguntas inquisitórias dos jornalistas da velha mídia deixaram flagrante o medo diante do que até então era desconhecido. Em entrevista a esta pesquisa<sup>257</sup>, Pablo Capilé comenta a participação naquele programa:

A gente tomou porrada de tudo quanto é lado. Eles só queriam saber de dinheiro. Perguntavam insistentemente: “De onde vem o dinheiro?” Também questionavam nossa atuação: “Mas isso é jornalismo mesmo? A charge sobre o programa, no outro dia, era bastante significativa: mostrava dinossauros entrevistando um meteoro. (CAPILÉ, 2019).

Se no campo hegemônico a *NINJA* era temida, no cenário da contra-hegemonia ela representava um respiro e uma grande fonte de inspiração, inclusive em outros países. A *NINJA*

---

<sup>257</sup> Realizada em 16 de setembro de 2019 na sede da *Mídia NINJA*, no bairro do Cambuci, em São Paulo. Marcela Joaquim, à época minha aluna no curso de Jornalismo na Universidade São Judas, me acompanhou na entrevista, pois junto com outros colegas estava produzindo como Trabalho de Conclusão de Curso, com a minha orientação, um livro-reportagem sobre jornalismo independente.

mostrava que era possível questionar as narrativas dominantes, com poucos recursos e de maneira mais criativa e sedutora.

Mas a história do veículo, segundo Pablo Capilé, começa antes de junho de 2013. Em 2005, Pablo, que é de Cuiabá (MT), havia criado em parceria com diversas iniciativas culturais o *Fora do Eixo (FdE)*, uma grande rede de coletivos de cultura envolvendo diversas cidades que estavam fora do eixo Rio-São Paulo (como Cuiabá, Rio Branco, Fortaleza, Uberlândia e Londrina), com forte ligação com diversos movimentos sociais. Na verdade, desde o seu ingresso no curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Mato Grosso em 2000 ele esteve envolvido na organização de diferentes movimentos culturais. O objetivo do *Fora do Eixo* era promover a cena artística das cidades envolvidas na rede, divulgando seus trabalhos, promovendo festivais e participando de movimentos populares. Ele foi, segundo Pablo, um embrião da *Mídia NINJA*.

No início de 2011 o *Fora do Eixo* chegou em São Paulo, com objetivo de se unir a coletivos de jovens que, embora estivessem no centro da cena cultural brasileira, também precisavam de ajuda para destacar seus projetos, uma vez que a capital paulista é marcada por forte desigualdade social, ou seja, não é uma terra de oportunidades para todos. Em 21 de maio daquele ano ocorreu a “Marcha da Maconha”, com forte repressão da Polícia Militar. O *Fora do Eixo* participou do ato de forma enfática, atraindo a atenção do jornalista e ativista Bruno Torturra, que também tinha participado do protesto. Torturra conheceu Pablo e veio trabalhar no *Fora do Eixo*, criando um canal de mídia digital, chamado *Pós-TV*, uma rede descentralizada de *streaming* que participava ativamente da cobertura e divulgação de diversos protestos (TORTURRA apud PAIXÃO, 2018). Os dois juntos organizaram um ato contra a repressão policial, chamado de “Marcha da Liberdade”. O protesto envolveu cerca de 20 mil pessoas. Também organizaram o ato “Amor sim, Russomano não” e, em novembro de 2012, o protesto “Existe amor em São Paulo”. Todas as manifestações tiveram grande repercussão.

Em dezembro daquele ano, numa ação profética, eles realizaram um evento emblemático chamado “Preliminares 2013 vai ser foda”. Foram nove dias de discussões nas quais os participantes intuía que algo grande estava prestes a acontecer. Capilé relembra o contexto daquela época, refutando o posicionamento de alguns analistas políticos que não veem legitimidade nas manifestações de junho de 2013, rotulando-as como um movimento orquestrado pela direita:

A gente já sabia que a cidade estava em polvorosa e que 2013 ia explodir, saca? Se vocês buscarem no Facebook tá lá o evento: Preliminares 2013 vai ser Foda.

A ideia de Preliminares era meio que as prévias da Foda, a brincadeira era meio essa. A gente sabia que a parada estava pra explodir, porque a gente tinha ajudado a construir com todos os protestos que foram acontecendo antes. Por um lado, tinha as indignações contra a Dilma que eram reais, porque a Dilma entrou e não dialogava. Um dos grandes fatores foi ela ter colocado Ana de Hollanda, quando ela tira o Juca [Ferreira] que era a extensão do Gil [Gilberto Gil, que foi ministro da Cultura]. Quando ela botou a Ana de Hollanda, ela gerou uma indignação no setor cultural. E o setor cultural não era mais só o setor cultural, era o único setor no Estado brasileiro com diálogo, com uma força emergente da nossa geração, saca? Então ali uma galera ficou indignada. Aí somou também a expectativa com o governo do PT. O [Fernando Haddad] tinha acabado de ganhar a eleição. Então a galera não acreditava que ele ia aumentar a tarifa, saca? E tudo isso somado a um movimento de rua que começou a pulular na cidade. Então a gente estava empurrando aquela mistura de tudo. Havia uma tensão, algo para explodir. 2011 e 2012 foram os dois melhores anos pra nossa geração. O PT tinha acabado de ganhar a sua terceira eleição, os movimentos tradicionais estavam na base do PT, então estavam fora da rua, estavam sem oxigênio inclusive pra mobilizar a rua. A direita tinha perdido a sua terceira eleição e estava na lona. Então era possível você fazer crítica a um governo de esquerda sem estar fazendo o jogo da direita. Foram dois anos muito criativos e esses dois anos que geraram 2013. Dois anos que as pessoas podiam falar assim: beleza que é um governo de esquerda, mas ele erra aqui, erra ali. E 2013, na verdade, era o grande antídoto que o governo de esquerda poderia ter utilizado pra recuperar o fôlego que já tinha perdido no Mensalão, já tinha sido perdido na coalisão com o PMDB, já tinha sido perdido nos desgastes de aparelhamentos nos movimentos sociais. E quando chega em 2013, já não tinha o mesmo vigor de 2005, saca? Ou de 2002, quando entrou o primeiro mandato do Lula, etc. Em 2013 se tivesse ainda um espaço brasileiro com capacidade de diálogo esse espaço era o Ministério da Cultura. Isso para entrar dentro do Estado brasileiro e dar uma chacoalhada, saca? Se o governo tivesse ido por esse caminho muito provavelmente ia entrar em 2014 com campo de esquerda muito mais capaz de botar oito pontos de diferença em cima do Aécio [Aécio Neves, adversário de Dilma nas eleições de 2014] no segundo turno, que ia inviabilizar a possibilidade de o Aécio reivindicar uma recontagem de votos ou uma anulação da eleição e etc. Como não tinha nenhum lugar no Estado brasileiro com capacidade de entender 2013, aquilo ficou represado, porque 2013 não conseguiu entrar e o Estado brasileiro era o que a esquerda tinha de mais forte naquele momento. Mas eles não abriram a porta. Não tinha golpe nenhum em 2013. 2013 foi um levante legítimo de filhos de uma década ganhada, saca? Que tinham vindo dos êxitos do governo de esquerda no Brasil, mas que tinha poder para criticar e se manifestar. (...) (CAPILÉ, 2019).

Em entrevista aos estudantes de jornalismo Larissa Darc e Junior Celestino, para o volume III da série de livros “Mestres da Reportagem” (por mim organizada), Bruno Torturra conta que foi do evento “Preliminares 2013 vai ser foda” que nasceu a ideia de criação de uma rede de comunicação nacional, que pudesse unir os profissionais que estavam sendo sucessivamente demitidos das grandes redações, oferecendo uma narrativa alternativa àquela dos meios de comunicação tradicionais.

Convocamos a primeira reunião [para criar a rede de comunicação], com mais de 300 pessoas confirmadas, para estudar como estruturar melhor nosso trabalho, e acabou que foi justo no fatídico dia de 13 de junho de 2013 [quando aconteceu a primeira repressão da polícia aos protestos contra o aumento na tarifa de ônibus]. (...) Percebemos que a gente tinha que ir para a rua naquele momento e a reunião não rolou. Em vez de ser um processo de construção de um plano editorial

coletivista, a *Mídia NINJA* se tornou a convocação de um exército de gente com celular na mão para cobrir a violência policial e explicar uma narrativa injusta feita pela grande mídia, que culpabilizava os manifestantes. (TORTURRA apud PAIXÃO, 2018, p. 93).

Capilé (2020) complementa que “o objetivo de tudo sempre foi dar suporte pra quem não tinha, dar visibilidade pra quem é invisível, conectar gente. E fortalecer uma ideia de inteligência coletiva que pudesse buscar soluções para os problemas que pudessem vir a surgir”.

No livro “Jornalismo Século XXI, O Modelo #MídiaNINJA”, a autora Elizabeth Lorenzetti relembra diversas situações em que os vídeos da *NINJA* desmascararam a grande imprensa, como o caso do manifestante Bruno Ferreira Teles, que foi preso em frente ao Palácio da Guanabara, no Rio, por supostamente portar coquetéis molotov. Graças às filmagens da *Mídia NINJA*, que mostravam o coquetel vindo de outra direção, ele teve sua inocência comprovada. (LORENZETTI, 2014).

Em 2014, incomodado com a falta de controle sobre os conteúdos que eram produzidos por aquela grande rede descentralizada e formada por vozes subjetivas, Bruno Torturra decidiu deixar a *Mídia NINJA*.

Eu queria sair do imediatismo da timeline [das redes sociais] para ir para a reflexão, produzir um conteúdo com maior qualidade audiovisual, que pudesse representar um projeto de acervo e experimentalismo, enquanto modelo de negócio. Na *NINJA* eu não tinha autoridade ou poder editorial nenhum. Nunca quis esse papel, mas a verdade é que eu estava sendo responsabilizado por uma equipe que, na prática, eu não chefiava. Como eu iria me responsabilizar, pautar e cobrar o moleque de BH [Belo Horizonte] que virou *NINJA* ontem, com seu celular? Não dava! (TORTURRA apud PAIXÃO, 2018, p. 94).

Questionado por esta pesquisa, Pablo comenta as críticas de Torturra a respeito da falta de controle sobre essa rede descentralizada de comunicação:

Não só acho legal não ter controle das coisas, como não tem outra opção, saca? Não tem uma opção estratégica, a coisa funciona de forma orgânica. Você não tem como controlar o que é orgânico. Você não tem como controlar onde o passarinho vai cagar a semente da goiaba que ele comeu. Não é plantação de soja é floresta amazônica, saca? Plantação de soja você controla, floresta amazônica é viva, você não sabe que horas a onça vai vir. A gente brinca que o Fora do Eixo é nossa floresta e a *Mídia NINJA* é nosso Rio Amazonas e nós temos um monte de afluentes surgindo desse Rio Amazonas e uma biodiversidade dentro dessa floresta que faz com que a gente tenha 50 redes que a gente construiu. (...) Não, cara, o orgânico continua vivo, continua andando. Você continua caminhando com ele e essa era uma das nossas diferenças com o Bruno [Torturra] e que não eram tão latentes, mas depois que explode tudo, a gente entendeu que tinha que continuar isso. Continuar deixando a parada orgânica, saca? Ela é viva. (CAPILÉ, 2019).

Hoje a *Mídia NINJA* possui uma ampla sede em São Paulo localizada no bairro do Cambuci, na região central. Devido às suas múltiplas e amplas salas, distribuídas em andares

(o local é bem grande), o local é apelidado pelos ninjas de “nave”, em referência a uma nave espacial. Foi lá que fizemos esta entrevista. O veículo conta também com *Casas NINJA* em outras cidades brasileiras. Em julho de 2019 foi inaugurada a *Casa NINJA Lisboa*, em Portugal, com a presença de personalidades como Caetano Veloso e a cineasta Petra Costa.

A *Mídia NINJA* promove diferentes eventos, mantendo a linha que sempre marcou o *Fora do Eixo*. Junto com outros coletivos, todos os anos colabora na organização e participa do “ELLA - Encontro Latino Americano de Feminismo”. Em 2019, o evento aconteceu em Lisboa, com participação forte da *Casa NINJA*.

O conteúdo do veículo se destaca, como já colocado, pela espontaneidade e pelo uso intenso das Novas Tecnologias de Comunicação e Informação. Para Pablo, não se trata de uma estratégia, mas de algo orgânico, que aconteceu naturalmente, e bem antes da *NINJA* ser fundada.

É orgânico também, saca? Em 2001 e 2002 o IRC já bombava, você já tinha ICQ. O MSN já estava na beirinha de acontecer, a internet era uma realidade, longe de ser o que ela é hoje, mas já era real. Nossa geração não vem da Revolução Russa, a gente vem da Semana de Arte Moderna de 1922, da Tropicália, do Cinema Novo, dos Novos Baianos, do Mangue Beach, do Ministério do Gilberto Gil. Então, além da gente já ter surgido no século XXI, viemos de outro princípio ativo. E quando você mistura essa organicidade das novas tecnologias com o repertório, que vem desses eventos, como a Semana de Arte Moderna, as possibilidades de a gente conseguir lidar de maneira mais ágil com as ferramentas contemporâneas é grande. É orgânico, você não sabe quando começou a usar essas ferramentas. Não teve um ponto de virada, sabe. (CAPILÉ, 2019).

As reuniões de pauta para a produção e divulgação de conteúdo da *Mídia NINJA* são realizadas diariamente em função da grande quantidade de sugestões de temas enviadas a todo instante para o veículo, seja por seguidores da página, por pessoas que comentam as postagens ou pelos diversos movimentos e partidos políticos de esquerda com os quais a *NINJA* mantém uma boa relação.

Não, são diárias porque recebemos cerca de 5 mil inbox, saca? É muita coisa, Então tem um chat vivo, as pessoas tão ali permanentemente discutindo. Não tem tempo pra reunião semanal. Não é presencial não. É obvio que encontros presenciais são fundamentais, mas não pra reunião de pauta. Encontro presencial é pra reunião de tudo, toda hora acontece algum trem. Vamos fazer a Casa NINJA Amazônia e nos reunimos para isso. Então a gente pega o carro e circula, vamos encontrar as pessoas. Montamos essa super sede [onde acontece a entrevista] que é uma florestona, pra gente encontrar todas as espécies possíveis, trazer aqui pra dentro e misturá-las. É um espaço de permanente de encontro presencial e a gente organiza umas 100 grandes festas aqui. A gente mistura do hacker à puta, passando pelos ativistas, dos pastores aos progressistas, saca? Conseguimos dialogar, sem morrer e sem ninguém se matar. A gente é respeitado pelo PT, PSOL, PCdoB, MST, UNE, pelo Levante Popular da Juventude. E ao mesmo tempo temos direito de ter um planeta próprio que é respeitado, que é parceiro e

que dialoga com pontas muito distintas e que consegue em alguma medida mobilizar agentes dessas pontas. (CAPILÉ, 2019).

O veículo tem mais de dois milhões de seguidores. Segundo Capilé, uma das forças da *NINJA*, além de seus seguidores, é o que ele chama de “comentariado” que acessa as redes sociais do veículo no *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* e *YouTube*, colaborando com sugestões de pauta.

Desses milhões de seguidores a gente tem uns 500 mil que a gente chama do novo movimento de massa do século XXI. É uma tese nossa que tá bombando aí na academia que é o “comentariado”. Depois do proletariado o maior movimento de massa é o comentariado. São pessoas que comentam diariamente as nossas coisas ou mandam textos por inbox, ou nos compartilham, saca? E que vão do Bruno Gagliasso ao João de Mazagão, no interior do Amapá, saca? Então são radares que confiam no que a gente tá fazendo e que estão permanentemente com a gente e nos mandando conteúdo do que tá acontecendo. Nós temos grupos de Telegram espalhados pelo Brasil inteiro. As coisas chegam muito rápido. Já são quase 20 anos de comunidade. Criamos um sistema de automação que qualquer notícia que chega circula muito rápido na nossa comunidade e todo mundo tá muito informado de tudo o que acontece. Então esse comentariado é incrível. (CAPILÉ, 2019).

Sobre a filtragem de todo esse conteúdo que chega de diferentes lugares, Capilé explica que o veículo conta com uma série de editores espalhados pelo Brasil que permanentemente avaliam os vídeos, fotos e textos recebidos, para checar se eles são publicáveis. Mas destaca que o colaborador tem muita liberdade em sua produção.

Tem uma série de editores espalhados pelo Brasil que tão permanentemente avaliando esses conteúdos e vendo se ele tá bem aferido, se está bem apurado. Tecnicamente não precisa ser a coisa mais linda do mundo, mas precisa ter linguagem, ter conceitos. A nossa régua não é técnica, mas vemos se você imprimiu algum conceito ali. É uma inteligência coletiva. É uma organização fluida, saca. Os editores debatem entre eles sobre os conteúdos recebidos e o colaborador tem muita liberdade para o que quiser fazer. (CAPILÉ, 2019).

De acordo com ele, para ser colaborador da *NINJA* basta estar conectado às redes, participar dos encontros promovidos pelo veículo e dialogar com todo o ecossistema *NINJA*, que envolve o *Fora do Eixo*. O veículo costuma trabalhar com assinaturas coletivas na produção de conteúdo, além das individuais. O site da *NINJA* explica essa opção:

A autoria coletiva é uma escolha individual, cada participante da *NINJA*, colaborador e criador de conteúdo tem a liberdade de escolher como quer apresentar e assinar seu trabalho, de forma coletiva ou individual, assinando seu nome. Acreditamos, entretanto, que nenhuma produção de imagem, vídeo ou qualquer outro conteúdo é fruto da criação de somente um indivíduo. Ela está ligada a um processo muito mais amplo que vai desde a concepção coletiva de uma peça até a difusão final de seus resultados por dezenas de pessoas. Na fotografia, por exemplo, não é possível limitar a ideia de autor ou criador de uma imagem simplesmente àquele que apertou o botão do clique, já que existe um debate anterior sobre a pauta, uma estrutura de suporte para o fotógrafo estar no lugar certo na hora certa, o tratamento, a edição, a postagem e difusão nas redes



sociais. Todos os processos são igualmente importantes para que a fotografia se concretize enquanto peça estética e comunicacional, e envolvem dezenas de pessoas. Assim, uma boa parte dos realizadores envolvidos na Rede *NINJA* optam apenas pela assinatura coletiva Mídia *NINJA*, mas respeitamos a vontade de colaboradores de manter a autoria individual, e nestes casos damos registros autorais quando solicitados. (MÍDIA NINJA, online).

Sobre as formas de financiamento, o veículo é mantido em boa parte por toda rede de projetos e trabalhos que envolvem a rede *Fora do Eixo*, embora receba aportes de organizações internacionais, participe de editais para projetos específicos e conte com uma campanha de financiamento de pessoas físicas no Catarse. Em entrevista cedida à revista *Justiça & Cidadania*<sup>258</sup>, Rafael Vilela, outro fundador da *NINJA*, explica que o *Fora do Eixo* se mantém por meio de uma economia solidária, que envolve parcerias e troca de serviços:

Assim, o circuito cultural organizado financia um movimento como a Mídia NINJA. Não é a verba do Governo que tem uma cota reservada para a Mídia NINJA, mesmo porque seria impossível. A verba que recebemos de editais deve ser aplicada em determinadas coisas. Para realizar os eventos, temos um caixa coletivo, moramos em casas coletivas e somos muito econômicos. O dinheiro que receberíamos de salários, por exemplo, de um produtor cultural de um festival do FdE, vira caixa coletivo que serve para qualquer projeto que está incubado. (CAPERUTO apud VILELA, online).

Conforme explicitado quando apresentamos as iniciativas de comunicação contra-hegemônicas argentinas, a *Mídia NINJA* possui parcerias com veículos daquele país, como o *Emergentes*, e é uma grande inspiração para muitos deles.

### 5.2.5 Amazônia Real

---

<sup>258</sup> Publicada na edição 159, de novembro de 2013. Disponível em: <[https://issuu.com/editorajc/docs/edi\\_o\\_159](https://issuu.com/editorajc/docs/edi_o_159)> Acesso em: 13 dez. 2020.



Figura 20 - Site da *Amazônia Real*: [www.amazoniareal.com.br](http://www.amazoniareal.com.br)

Transporte, educação, segurança, saúde, cultura, combate à corrupção. Essas eram algumas das pautas que apareciam nos cartazes dos manifestantes dos históricos atos de junho de 2013 e que foram amplificadas pela grande mídia. Mas elas não eram as únicas. Havia atos em Manaus (AM), com a presença de povos originários cobrando a demarcação de terras e denunciando a violência contra suas tribos, dentre outras questões que os afligem. No entanto, as páginas dos grandes impressos do país e as matérias nos principais telejornais e portais não consideraram esses protestos “noticiáveis”. Kátia Brasil, uma repórter com experiência de décadas no jornalismo e grande expertise na cobertura da região Norte do país, acabava de ser demitida da *Folha de S.Paulo*, onde atuou por anos como correspondente em Manaus. Ela tinha um diagnóstico que a angustiava muito sobre a cobertura da região. Em conversas dentro da *Folha* se costumava destacar que o público do jornal não se interessava pelo que acontecia nas regiões Norte e Nordeste, daí o foco da pauta não estar nesses lugares. Além disso, era notório o desconhecimento de boa parte dos jornalistas que atuam no eixo Rio-São Paulo, onde se concentra boa parte da mídia hegemônica brasileira, em relação à Amazônia e sua complexidade. Uma conjunção de fatores parecia empurrar a jornalista para uma nova e importante experiência. Elaíze Farias, que atuava no maior impresso de Manaus, o jornal *A Crítica*, havia sido demitida. Ela era a única jornalista que escrevia sobre meio ambiente e povos indígenas no Amazonas. Paralelamente, outra amiga, a também experiente repórter Liege Albuquerque, que já tinha atuado na *Folha*, em *O Estado de S.Paulo*, dentre outros veículos,

procurou Kátia com a proposta de lançar um veículo de jornalismo independente, nos moldes do que vinha sendo feito de maneira inovadora pela *Agência Pública de Jornalismo Investigativo*, um veículo nativo digital que surgiu em 2011 como primeira agência de jornalismo investigativo independente do Brasil, e que vinha conseguindo prestígio, inclusive no exterior, ao firmar uma parceria com Julian Assange, do *Wikileaks*. Assim, as três jornalistas começaram a conversar e estudar o mercado para ver como poderiam lançar um veículo que tratasse das demandas da Amazônia de forma correta, aprofundada, sustentável e crítica, sem ter que se sujeitar às pressões de fortes grupos empresariais e políticos que atuam na região, uma prática comum no jornalismo local. Depois de muitos debates e pesquisa, a *Agência Amazônia Real* foi lançada em 21 de outubro de 2003. Em entrevista a esta pesquisa<sup>259</sup>, Kátia Brasil destaca os objetivos da agência, desde sua fundação:

Nós nos juntamos para criar a primeira agência de jornalismo independente da Amazônia, voltada para a narrativa dos povos tradicionais, dando voz a eles, porque nós observamos que eles não têm acesso à mídia de modo geral. Quando procuram a imprensa para comentar algum fato que acontece em sua comunidade, raramente encontram espaço. Então nós resolvemos criar a agência para discutir os temas da Amazônia e de seus povos em um site da internet. (...) A grande imprensa só cobre a Amazônia, infelizmente, quando ela é destaque na mídia internacional. O maior exemplo disso é quando a fumaça das queimadas chegou em São Paulo em 19 de abril de 2019. Aí houve um clamor. Só que a região já estava com problemas de queimadas há alguns meses, porque a temporada de queimadas geralmente começa em maio e as cidades começam a sofrer problemas de poluição do ar, porque são encobertas pela fumaça literalmente. Manaus, Porto Velho, em Rondônia, Rio Branco, no Acre, algumas cidades do Pará, como Santarém, Marabá, Novo Progresso... Essas cidades são todas encobertas de fumaças desde maio. Algumas começam fortemente a partir de julho, agosto e aí vai até setembro. Então é um fato que já acontecia, mas precisou chegar nas grandes cidades para chamar a atenção do povo brasileiro. (...) De modo geral o povo brasileiro não conhece muito a região amazônica e não tem tanto interesse. (...) Na própria região norte há uma dificuldade muito grande de o povo compreender a importância da floresta amazônica, de ela se manter viva e de as organizações garantirem a existência dessas culturas diversas que existem e da biodiversidade também, porque embaixo da floresta moram muitas pessoas. Então a mídia brasileira tem essa questão específica, ela tem muito mais interesse no que acontece no Sul e Sudeste, o mais tardar em Brasília, que é o foco do poder. A própria Folha de São Paulo, na sua estrutura de redação, é assim. Quando eu trabalhava lá houve uma pesquisa que apontava que o leitor de São Paulo não tinha interesse no que acontecia no resto do Brasil. Ele está interessado no que acontece lá, é como se fosse um jornal local. (...) É como se a gente não existisse. (BRASIL, 2020).

A *Amazônia Real* começou apenas com Kátia, Elaíze e Liege na redação. Como as jornalistas não tinham financiamento e nenhum tipo de apoio financeiro, elas não achavam justo chamar colegas para serem colaboradores, uma vez que não seria possível pagar pelos serviços

<sup>259</sup> Realizada por diversos arquivos de áudio via *WhatsApp*, entre 16 e 21 de agosto de 2020.

deles, e a remuneração pelo trabalho jornalístico sempre foi uma questão muito defendida pelas repórteres. Poucos meses depois, mais especificamente em 21 de dezembro, houve um grande conflito envolvendo a morte de três pessoas dentro de uma terra indígena. A *Amazônia real* fez uma grande cobertura do caso, com repercussão em diversos outros veículos. O reconhecimento da agência começava a acontecer:

(...) teve uma repercussão muito grande e passamos a ser conhecidas. (...) E aí a *Amazônia real* teve aquele grande start, ela realmente bombou a partir daí. E todo mundo passou a conhecer a agência e a acreditar que a gente estava realmente fazendo um trabalho profissional e voltado para ser uma mídia regional, com jornalistas da região amazônica, escrevendo daqui para o resto do Brasil e do mundo (BRASIL, 2020).

Desde então vários outros furos e coberturas emblemáticas foram sendo feitos pela agência. Os apoios e recursos começaram a aparecer e, conseqüentemente, a oportunidade de aumentar a equipe, que hoje conta com 40 colaboradores. Desse total, 10 são colunistas e 30 formam um time de jornalistas, fotógrafos, repórteres, desenvolvedores e gestores de mídias sociais. Dentre os colaboradores há alguns de renome como o jornalista, sociólogo e professor Lúcio Flávio Pinto, um dos maiores especialistas em cobertura da Amazônia. Responsável pelo *Jornal Pessoal*, que se destaca por uma cobertura independente e crítica da região, ele é o único brasileiro na lista dos 100 mais importantes jornalistas da ONG Repórteres sem Fronteiras.

Kátia Brasil hoje cuida da parte administrativa, embora não tenha deixado de fazer reportagens, e possui uma secretária executiva, que trabalha diretamente com ela. A jornalista Liege Albuquerque deixou a agência ainda em 2013, em função de projetos pessoais.

Nossos jornalistas começaram a ser remunerados a partir de 500 reais a bolsa reportagem, e, conforme o tempo de trabalho, os dias que o jornalista trabalha, ele pode ganhar de 1 mil até 5 mil reais, dependendo da reportagem. Há também jornalistas que nós pagamos por mês, com salário fixo, aqui dentro da redação. Inclusive um dos nossos jornalistas fixos é o Lúcio Flávio Pinto, que mora em Belém, e está no nosso quadro de colaboradores desde 2015. É uma grata satisfação ter um profissional como Lúcio Flávio na equipe (BRASIL, 2020).

A agência recebe aportes para seus projetos de diferentes fontes. Kátia e Elaíze se inspiraram muito no modelo de jornalismo independente de alguns veículos bem sucedidos, que conseguem financiamento de fundações e organizações internacionais, de parcerias com entidades que apoiam novas iniciativas jornalísticas e doações dos leitores, via campanhas.

Nossa primeira fonte de recursos vem de fundações que apoiam a mídia independente como a nossa e que também trabalham com projetos de acesso à mídia. Hoje a nossa principal fonte de financiamento é a Fundação Ford. Graças a eles a gente mantém um projeto desde 2014, que é um projeto justamente para ganhar acesso à informação. Ele se chama "As Populações da Amazônia". Foi com esse projeto que a gente conseguiu ter a nossa primeira redação, comprar

nossos equipamentos para trabalhar de forma agradável. Temos um outro financiador, que é a Clua [Climate and Land Use Alliance], que é uma outra organização ligada à Ford, que investe muito na área de combate ao desmatamento e queimadas, e começamos a fazer parcerias com organizações que defendem os Direitos Humanos, que defendem a liberdade de expressão, como a Repórteres Sem Fronteira. Com eles a gente começou em 2020. O Artigo 19 também se aproximou da gente. Com eles mantemos atividades de oferecimento de oficinas. Agora na pandemia começamos a ser premiados por algumas organizações, uma delas é o Google. Ganhamos uma bolsa para trabalhar essa cobertura que nós estamos fazendo agora da Covid. Foi uma seleção que envolveu mais de 2 mil veículos no mundo inteiro e 100 foram selecionados. Também temos a campanha no Catarse, para o leitor que deseja apoiar nosso projeto. (...) Já tem bastante assinante na nossa campanha do Catarse e a gente consegue pelo menos uma vez por mês ter ali um respaldo de 750 a 1000 reais. Esse dinheiro serve para pagar reportagem que a gente está produzindo. Então é bem importante essa campanha e a gente tem intenção de melhorá-la nos próximos meses. (BRASIL, 2020).

Para saber como sustentar o veículo, Kátia Brasil pesquisou bastante. Chegou a fazer um curso no Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), conversou com profissionais que acompanham iniciativas empreendedoras no jornalismo e estudou veículos independentes. Além da *Agência Pública*, o site da *Pro Pública*, que é dos Estados Unidos, e o veículo *El Faro*, de El Salvador, foram tidos como modelos a serem seguidos.

Eu fui estudar empreendedorismo no Sebrae. Fui aprender como se administra uma empresa, como se cria uma empresa. Naquela ocasião a gente não tinha tantos recursos para contratar um contador e eu fiquei durante um mês à disposição para criar essa empresa, criamos uma microempresa, inclusive. Contratamos designer, contratamos pessoas ligadas a marketing, publicidade, para captar recursos em empresas. Achávamos que conseguiríamos alguma coisa através da publicidade, pois aqui tem a Zona Franca de Manaus, mas não conseguimos nada. E aí conversamos com o professor Rosental Calmon Alves, do *Knight Center for Journalism in the Americas* [centro de estudos sobre mídia da Universidade do Texas, nos EUA], para ele nos tirar dúvidas e para ele nos dar uma luz do que fazer, porque naquele momento, em agosto de 2013, a gente não sabia se fecharia o conteúdo ou se seria um conteúdo aberto, para que todo mundo tivesse acesso. (...) O professor Rosental (...) deu uma dica que foi exatamente essa: "Publiquem o que vocês têm que publicar, vocês têm que inaugurar a agência o quanto antes e colocá-la na internet, porque todo mundo que conhece vocês, conhece como jornalistas das empresas que vocês trabalharam, ninguém conhece vocês como jornalistas empreendedoras". Esse termo empreendedorismo estava surgindo, então foi isso o que nós fizemos. Colocamos a agência no ar (BRASIL, 2020).

A *Amazônia real* possui alguns eixos-chave de cobertura. A agência trabalha com cinco editorias fixas: Povos Indígenas, Meio Ambiente, Política, Economia & Negócios e Cultura. As seções Povos Indígenas e Meio Ambiente têm destaque, com vários subtemas sendo explorados como conflitos entre os povos originários e madeireiros e outros atores, demarcação dos territórios, desvio de recursos públicos que deveriam ser destinados a essa população, questões de saúde, educação, abastecimento de água, cultura, dentre outros tópicos. No que se refere ao meio ambiente há diversos subtemas abordados. Desde questões que envolvem os grandes

impactos dos garimpos, à mineração, passando por questões do âmbito político que geram impactos ambientais. A partir da chegada de Jair Bolsonaro à Presidência e sua política declarada contra a demarcação de terras indígenas e o meio ambiente, a cobertura nessas duas editorias foi intensificada:

Desde 2018 a gente começou a ter mais atenção nas violações aos Direitos Humanos, ataques. A partir do momento que o governo Bolsonaro foi eleito, duas comunidades indígenas foram atacadas e elas não são nem da Amazônia, foram os Pankararu, em Pernambuco, e os Guarani Kaiowá, que foram atacados por fazendeiros. A gente acompanha a distância essas duas etnias, porque eles nos pediram, eles não têm acesso à mídia nos estados deles, eles se sentem marginalizados, invisíveis. Eles nos avisaram o que tinha acontecido, nós cobrimos. Daí a gente cobra uma providência ao Ministério Público, porque quem trata das questões indígenas é o Ministério Público Federal. Também cobramos a Polícia Federal sobre o resultado das investigações. Até hoje ninguém sabe quem foi que atacou os indígenas Guarani Kaiowá, ninguém sabe quem colocou fogo na escola e no posto de saúde dos Pankararu, e as coisas ficam assim. Então a gente tem o dever de cobrir essas comunidades nesse momento de ataques. Em dezembro de 2018, já com o Bolsonaro eleito, na terra dos Avari, aqui no oeste do Amazonas, por três vezes a base de proteção aos índios isolados da região lá do Norte foi atacada. Ninguém sabe se é madeireiro, se é pescador... As pessoas passam e atiram. Já na região sul do Amazonas a população indígena Juma estava levando a produção de farinha deles para a cidade, pela BR Transamazônica. Eles estavam em um caminhão da FUNAI [Fundação Nacional do Índio] e na carroceria estavam o pai e o filho. A mulher estava na parte de dentro do caminhão, do lado do motorista. O motorista estava viajando tranquilamente quando o carro foi atingido por dois tiros, e um deles pegou no pneu. Até hoje ninguém sabe quem fez isso. Esses ataques acontecem justamente, porque esse discurso do Bolsonaro é um discurso de desenvolver a floresta amazônica a qualquer custo, todos os projetos dele são voltados à exploração econômica da região. Então os povos indígenas viraram inimigos dessas pessoas que são envolvidas com o agronegócio, com a mineração, com a madeira... Então nós ficamos muito mais alertas, muito mais vigilantes. E a gente vem acompanhando, inclusive, os decretos que o Bolsonaro baixa, as legislações... O Ministério do Meio Ambiente chegou ao ponto de desmontar as duas grandes instituições que fiscalizam a floresta, que é o IBAMA [Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais] e o ICMBio [Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade], inclusive nenhum funcionário desses dois órgãos pode dar entrevistas à imprensa. Existe uma portaria do ministro Ricardo Sales que proíbe qualquer pessoa de falar. Ele demitiu todos os chefes da área de fiscalização, depois que foram denunciadas diversas violações e a exploração ilegal de madeira em terras indígenas. Então está muito difícil, mas a gente vem tentando driblar isso justamente com a parte de investigação que a Amazônia Real já tem, uma tradição de investigar por conta própria mesmo uma série de violações de direitos que acontecem com esses povos. Temos tido muito mais trabalho hoje, na verdade. (BRASIL, 2020).

Uma das prioridades da agência é valorizar os personagens envolvidos nas questões amazônicas, dando destaque às suas narrativas. São as comunidades indígenas, os ribeirinhos e os quilombolas que sugerem parte significativa das pautas do veículo. “A maior parte das matérias vem desses personagens e elas são todas exclusivas. A gente raramente republica conteúdo de outros parceiros”, explica Kátia Brasil. Além disso, são consultadas para as

reportagens fontes acadêmicas, órgãos públicos e centros de pesquisas, já que determinadas problemáticas abordadas exigem um aprofundamento maior, com o parecer de especialistas ou fontes oficiais.

Afora destacar os povos amazônicos como fonte, a *Amazônia Real* sempre teve como missão fazer com que esses personagens tenham acesso ao conteúdo da agência. Para isso, trabalha com conteúdo com acesso gratuito e com uma rede de notícias via *WhatsApp*.

A *Amazônia Real* nasceu com essa missão de dar acesso à mídia que nós criamos. A gente distribui gratuitamente todo o nosso conteúdo, e é justamente dessa forma para a gente trabalhar a democratização da informação. É importante que todo nosso conteúdo chegue às comunidades de forma gratuita, então hoje com o *WhatsApp*, por exemplo, a gente distribui o nosso conteúdo para mais de 1200 assinantes, que não pagam nada e recebem esses artigos, as reportagens especiais, os vídeos. Então eles têm o acesso que não teriam em outros veículos que são fechados, que têm aquela assinatura. Só assim a gente democratiza a informação na Amazônia. (BRASIL, 2020).

Hoje o site da agência é acompanhado em mais de 180 países. Conta com uma média mensal de 100 mil leitores. Kátia considera que a concretização da agência só foi possível graças à internet e suas potencialidades. Todos acessos e seguidores da *Amazônia Real* são obtidos de forma orgânica:

Temos toda essa audiência de forma orgânica, porque a gente não paga nada para termos o nosso conteúdo publicado. Se não fossem as redes, principalmente o *WhatsApp*, o *Twitter*, o *Instagram*, o *Facebook*, a gente não teria conseguido. Sem dúvidas, sem a existência das mídias sociais e da internet a mídia independente não seria o que é hoje. E isso não é uma diferença só da *Amazônia Real*. (BRASIL, 2020).

Kátia não gosta de definir o jornalismo feito pela *Amazônia Real* como “alternativo”. Para ela, o termo “independente” comporta mais o fazer jornalístico da agência, pelo fato de o veículo não fazer um jornalismo alinhado a uma determinada organização. Embora apoie a causa dos povos amazônicos e o meio ambiente, a *Amazônia Real* prioriza a investigação e o rigor jornalístico acima de tudo. Além disso, o termo independente casaria melhor, segundo ela, com o fato de a agência não receber nenhum tipo de verba de partidos ou governos.

(...) a gente não se classifica como mídia alternativa. A *Amazônia Real* é uma mídia independente, que pratica jornalismo de alta qualidade, com profissionais de alta formação profissional. Não desmerecendo a mídia alternativa. Ela é muito importante, inclusive ela é hoje talvez a válvula de escape de muitas regiões que não têm mídia nenhuma. Às vezes a mídia alternativa é até a primeira a divulgar alguns fatos que a mídia tradicional não consegue acompanhar. A diferença entre mídia alternativa e mídia independente, na minha opinião, é que geralmente na mídia alternativa há uma causa específica a tratar, e nós aqui, apesar de defendermos muito a Amazônia e as populações da região, fazemos jornalismo da mesma forma que qualquer outro veículo no mundo. Então se a gente tiver que ouvir, se tiver que escrever, se tiver que fazer uma denúncia e investigar até uma

liderança indígena, a gente faz isso sem o menor problema. Então nós fazemos jornalismo pura e simplesmente de alta qualidade. (...) [Além disso], a *Amazônia Real* se coloca como independente porque a gente não recebe recursos do governo. A gente não recebe recursos do governo federal, nem de prefeituras, nem de governo estadual, de ninguém do campo político. O cerceamento da liberdade de imprensa na região Norte é muito grave. Nós somos muito perseguidos pelos políticos. O poder da imprensa é muito atrelado ao poder econômico na região amazônica, então tem muitas matérias que os jornais não publicam aqui, porque os patrões são financiados por madeireiras, por mineradoras internacionais. Então para evitar o cerceamento da liberdade de expressão e de imprensa, e manter a integridade física e mental dos jornalistas que trabalham com a gente, nós não recebemos recursos públicos, justamente para que não haja nenhuma interferência. (BRASIL, 2020).

Atualmente a *Amazônia Real* vem buscando ser reconhecida mais como agência, promovendo parcerias para ter o seu conteúdo republicado por outros meios jornalísticos. O veículo já tem uma parceria nesse sentido com a *Global Voice*, um site americano que republica as notícias da *Amazônia Real* em inglês e espanhol. Mesmo assim, Kátia avalia que é preciso avançar:

Nós somos uma agência de notícias e o nosso objetivo principal é que os grandes jornais republicuem as nossas notícias assim como eles republicam as notícias de todas as agências internacionais, inclusive governamentais. A gente ainda não conseguiu quebrar esse desafio. Eles [veículos] precisam observar que nós estamos aqui para colaborar, a gente não está aqui como concorrente, porque eles são grandes empresas, nós somos uma pequena mídia. Mas estamos aos pouquinhos conseguindo isso. (BRASIL, 2020).

A agência também atua na parte de formação, oferecendo cursos para lideranças de comunidades e estudantes de jornalismo, que desejem cobrir adequadamente as temáticas da Amazônia:

Um dos projetos, que foi criado em 2018, é o Jovem Cidadão, que tem por objetivo empoderar lideranças para serem protagonistas em suas comunidades. Em 2019, criamos a Oficina de Jornalismo Socioambiental, que tem como objetivo ensinar estudantes de jornalismo a como ter fontes, a trabalhar com vídeos, com fotografia e também falamos sobre as questões específicas do jornalismo socioambiental. Esse ano de 2020 nós teríamos que fazer a segunda oficina, mas por causa da pandemia não fizemos. É uma oficina que teve muito interesse dos estudantes. Então é dessa forma que a *Amazônia Real* vai tentando quebrar essa bolha que existe, porque a mídia tradicional domina o noticiário. (BRASIL, 2020).

### **5.2.6 Ponte Jornalismo**



https://ponte.org/?\_cf\_chl\_jschl\_tk\_=fd40254463a94fcd31ac1b9f792c5fb39bb999fd-1609633502-0-AcZk0iloGi3FPDwnVkoHTb\_Oi1194JluEPS985mQ\_wlQ5BanJqC

Entre você e a realidade

violência de estado  
raça  
gênero

prisões  
cultura  
denúncia

quem a gente é  
contato  
apoie

apoiar a ponte entrar

**ponte**



**‘Padre Ticão sintonizava o tipo de igreja em que a gente acredita, unindo oração com ação’**

Voz ativa em diversas lutas sociais, da moradia à descriminalização das drogas, pároco de Ermelino Matarazzo, falecido no primeiro dia de 2021, propunha uma igreja tolerante e compreensiva.

Figura 21 - Site da *Ponte Jornalismo*: [www.ponte.org](http://www.ponte.org)

“A abordagem nos Jardins tem de ser diferente da periferia.” A frase do tenente-coronel Ricardo Augusto Nascimento de Mello Araújo, comandante da Rota (tropa de elite da Polícia Militar), dita à reportagem<sup>260</sup> do maior portal de notícias do Brasil, o *UOL*, em 24 de agosto de 2017, não causa espanto para quem reside nas regiões periféricas de São Paulo, tampouco para quem acompanha com profundidade e com o olhar dos Direitos Humanos as questões relacionadas à Segurança Pública em nosso país. Não é de hoje que os moradores periféricos são vistos a priori como “inimigos” pelo braço armado do Estado, sendo constantemente alvos de injustiças e violência. Enquanto nos bairros nobres a PM mantém presença para a proteção dos cidadãos. Na periferia ela está para perseguir, cercear, confrontar e matar. E nos programas sensacionalistas da TV e nas páginas de muitos impressos da grande imprensa é a voz das forças de segurança que prevalece, enquanto que a população periférica é criminalizada, sem ter sua narrativa considerada como válida. Em um clássico publicado pela primeira vez em 1992 (o livro “Rota 66 - A História da Polícia Que Mata”), Caco Barcellos já mostrava como milhares de jovens são deliberadamente assassinados pela Polícia, que constrói sempre um mesmo

<sup>260</sup> Disponível em: < <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2017/08/24/abordagem-no-jardins-e-na-periferia-tem-de-ser-diferente-diz-novo-comandante-da-rota.htm> > Acesso em: 17 dez. 2020.

enredo maquiado, para justificar sua brutalidade: alteram os cenários do embate e usam o argumento de que atiraram para garantir a sua própria defesa.

E dentre as vítimas do gatilho policial no país a população negra é a mais atingida. Um relatório produzido pela Rede de Observatórios da Segurança (grupo de estudos sobre violência nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Bahia, Ceará e Pernambuco), publicado em 2020, reuniu dados que demonstram que os negros (pretos e pardos) são 75% dos mortos pela Polícia no Brasil. Mais uma prova de como o racismo estrutural deixa marcas para qualquer uma das direções que possamos olhar.

Em 2014, um grupo de repórteres idealistas, com experiência atestada na cobertura policial, inconformados com esse quadro secular, resolveram criar uma iniciativa de jornalismo independente voltada a cobrir a área de Segurança Pública, Justiça e Direitos Humanos, apresentando narrativas diversas daquelas oferecidas pela mídia hegemônica. Com o apoio da *Agência Pública*, uma das iniciativas inspiradoras no campo de veículos nativos digitais, conseguiram alguns computadores e um espaço físico (na sede da agência) para suas primeiras reuniões. Assim conseguiram lançar a *Ponte Jornalismo*. O nome *Ponte* foi pensado como uma maneira de ligar todas as realidades presentes na temática da Segurança Pública: fazer, por exemplo, com que os moradores do luxuoso bairro do Morumbi (na zona sul de São Paulo) possam, por intermédio de reportagens, com olhares ainda não trabalhados, atravessar “a ponte” que os separa dos moradores do Capão Redondo, entendendo aquela outra realidade que também impacta na deles.

Vários nomes de peso do jornalismo brasileiro participaram da fundação do veículo, dentre eles André Caramante, Bruno Paes Manso, Fausto Salvadori, Laura Capriglione, Maria Carolina Trevisan, Milton Bellintani, Tatiana Merlino e Natalia Viana. Alguns foram deixando a *Ponte* ao longo dos anos para lançar outros projetos de jornalismo independente ou trabalhar em outras áreas. Foi o caso de Laura Capriglione e Maria Carolina Trevisan que acabaram fundando o *Jornalistas Livres*<sup>261</sup>, em 2015. Milton Bellintani, que além de jornalista era professor de jornalismo, faleceu naquele ano. Outros foram chegando, trazendo novas expertises. Antonio Junião, por exemplo, trouxe a sua grande experiência como cartunista,

---

<sup>261</sup> Acompanhamos uma reunião de pauta do *Jornalistas Livres* e conversamos informalmente com a jornalista Laura Capriglione. Contudo, por não termos conseguido marcar uma entrevista formal, em função da atribulada agenda da jornalista, essa iniciativa não foi incluída entre as pesquisadas nesta tese.

chargista, designer e militante do movimento negro. Hoje faz parte do núcleo de decisões estratégicas da *Ponte*, como diretor de Arte e Projetos Especiais.

André Caramante, que além de cofundador atua como diretor consultivo do veículo, foi repórter policial por muitos anos, com passagem pelo *Agora São Paulo*, *Notícias Populares* e *Diário Popular*. Também foi repórter especial da *Folha de S.Paulo*, fazendo matérias investigativas de grande repercussão que lhe custaram perseguições. Por suas coberturas denunciando grupos de extermínio dentro da Polícia Militar, foi intimidado em 2012 pelo então candidato a vereador de São Paulo pelo PSDB, Paulo Adriano Lopes Lucinda Telhada, mais conhecido como “Coronel Telhada”. Passou a receber ameaças de morte, tendo que deixar o país com sua família. Só pode retornar um tempo depois. Caramante foi premiado nacionalmente por seus textos em defesa dos Direitos Humanos. Em 2012 recebeu o *Prêmio Santo Dias*. Um ano depois a Presidência da República lhe concedeu o *Prêmio Nacional de Direitos Humanos*. Hoje, além de consultor da *Ponte*, atua no Núcleo de Reportagem da *Rede Record*.

O também cofundador Fausto Salvadori, que hoje é diretor de redação da *Ponte* (também no setor estratégico), tem igualmente grande experiência no campo da cobertura policial. Trabalhou no *Jornal da Tarde*, *Agora São Paulo*, *Diário Popular* e *Metro*, sempre cobrindo crimes nas madrugadas paulistanas. Desde 2008, além da *Ponte*, trabalha como jornalista concursado da Câmara Municipal de São Paulo, fazendo a *Revista Apartes*. Em 2013, recebeu Menção Honrosa no *Prêmio Vladimir Herzog de Direitos Humanos*, na categoria impresso, pela reportagem “Em busca da verdade” (sobre a ditadura militar brasileira), publicada na *Apartes*.

Trabalhei no Agora durante a madrugada. Já pisei em muito sangue de chacina, vi muita história de crime e violência. Naquela época eu já começava a traçar outras narrativas ao escrever sobre Direitos Humanos. Só que nos veículos em que trabalhávamos não tínhamos muita liberdade editorial para falar desse assunto como queríamos. Não tínhamos apoio e nem respaldo (SALVADORI apud PAIXÃO, 2018, p. 176).

Com poucos dias de existência a *Ponte* já conseguia uma importante conquista. Uma reportagem de Caramante feita em parceria com Bruno Paes Manso (outro grande nome do jornalismo policial brasileiro e que fez parte do início da *Ponte*)<sup>262</sup> conseguiu provar a inocência de um jovem que tinha sido preso injustamente. José, nome fictício dado ao garoto (na época

---

<sup>262</sup> O texto intitulado “PM invade apartamento de madrugada para deter inocente. Justiça mantém adolescente preso” foi publicado em 21 de maio de 2014. Ele está disponível em: < <https://sao-paulo.estadao.com.br/blogs/sp-no-diva/tag/inocente/> > Acesso em: 22 nov. 2020.

menor de idade), foi acusado de ter participado de um assalto, quando, na verdade, passou a noite toda em seu prédio, conversando com amigas pelo *Facebook* e descendo algumas vezes até a portaria para fumar. Caramante e Bruno conseguiram os registros das câmeras de segurança do edifício, provando a inocência do garoto. E essa era só a primeira reportagem que ajudaria a desmontar versões da Polícia e provar a inocência de jovens, quase sempre negros e periféricos. De lá pra cá foram muitas.

Em entrevista feita para essa pesquisa<sup>263</sup>, com diversos integrantes da *Ponte*, pudemos conhecer melhor o funcionamento da redação, aspectos ligados à sustentação financeira, dentre outras questões. Já tínhamos acompanhado uma reunião de pauta do veículo em 5 de agosto de 2019, num *coworking* que estava sendo usado pela equipe no bairro de Pinheiros (hoje esse espaço não está mais sendo mais utilizado – a *Ponte* tem atuado toda de forma remota).

As reportagens da *Ponte* buscam ouvir todos os envolvidos em um fato, mas valorizam o ponto de vista de quem sofre uma opressão, como está destacado nos princípios do veículo, dispostos em seu site:

No relato de uma morte cometida pelo Estado, por exemplo, a versão oficial estará presente, mas destacaremos mais do que tudo a fala dos que sofreram com a violência. Não acreditamos em dar igual espaço a opressores e oprimidos para pagar de isentos. Ao fazer isso, não fazemos nada além do que aplicar na prática a recomendação do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, que afirma, em seu artigo 9º, que é dever do jornalista “Opor-se ao arbítrio, ao autoritarismo e à opressão, bem como defender os princípios expressos na Declaração Universal dos Direitos do Homem”. (PONTE, online)

Aos poucos a *Ponte* foi aprofundando e diversificando sua cobertura. Passou a falar dos direitos da população LGBTQIA+, da questão do racismo e da violência contra as mulheres. Isso porque todas essas questões estão sempre muito imbricadas com a Segurança Pública e a violência policial. O veículo também passou a abordar temáticas culturais ligadas aos Direitos Humanos.

Ao longo dos anos a *Ponte* vem buscando mais representatividade em sua redação, para que possa abordar com propriedade as temáticas trabalhadas. Além de Antônio Junião, que milita no movimento negro e de Jéssica Santos, que também estuda as causas da população negra e atua como editora de Mídias Sociais, a *Ponte* conquistou a jornalista Maria Tereza Cruz, outra repórter bastante experiente em coberturas de violência contra a mulher, e o repórter Caê Vasconcelos, que se assumiu como homem trans, quando já atuava no veículo. Há também

---

<sup>263</sup> A entrevista foi realizada via videochamada, por Zoom, em 22 de julho de 2020, com boa parte da equipe da *Ponte*, incluindo Fausto Salvadori, Maria Teresa Cruz, Arthur Stabile, Caê Vasconcelos e Maria Elisa Muntaner.

jornalistas e estagiários que residem em regiões periféricas. Fausto Salvadori explica por que no início do veículo essa representatividade não conseguia ser atendida:

No começo a Ponte era muito mais branca, cis e hétero por um motivo simples: a gente fazia trabalho voluntário e quem tem mais condição de ter horas vagas para poder atuar com idealismo são as pessoas brancas. Então a gente tinha um emprego e atuava na Ponte em nosso tempo livre. Houve até um debate durante um tempo se a gente deveria ou não remunerar as pessoas ou se a Ponte continuaria com trabalho voluntário. Esse foi um dos pontos que deu discordância com o pessoal que acabou saindo e fundando o Jornalistas Livres [Laura Capriglione e Maria Carolina Trevisan]. A ideia de profissionalizar um veículo como a *Ponte* é dar diversidade. O Luiz Adorno [foi repórter da Ponte e é morador da periferia] ainda escrevia pra gente, quando disse que, se a gente não pagasse, só ia ter boy trabalhando aqui. Se você não consegue remunerar as pessoas, só privilegiado tem condição de ficar trabalhando. Hoje a gente tem conseguido tornar a Ponte mais diversa. (SALVADORI, 2020).

Para os integrantes da *Ponte*, enquanto houver diferença no tratamento da população negra, das mulheres e da comunidade LBGQTQIA+ não é possível dizer que há, de fato, uma democracia no país. E nesse momento, de um governo que frontalmente ataca os Direitos Humanos, a democracia está literalmente à míngua. “Quando a gente escreveu nossa missão pela primeira vez em 2014, a gente usava a expressão ‘consolidação da democracia brasileira’. Depois, em 2018, a gente usa ‘sobrevivência da democracia brasileira’ (SALVADORI, 2020).

Caê Vasconcelos complementa:

(...) enquanto pessoa LGBT e repórter, eu digo: para nós, nunca houve democracia. Nós tivemos muitos avanços nos últimos anos, não tem como negar, com o STF [Supremo Tribunal Federal]. Acho que é por isso que o Bolsonaro odeia tanto o STF. É lá que estão essas pautas que pensam em gênero, sexualidade. Só que, com Bolsonaro, a gente perdeu tudo, por exemplo, quando ele associa a pedofilia com o LGBT. Também pensando no genocídio da pessoa preta. Quando você é periférico, preto e LGBT, não sabe o que é democracia. Quando consegui chegar na universidade foi pelo ProUni. Foi aí que consegui construir novas narrativas. Não me recordo se, antes da Ponte – que foi a base no meu Trabalho de Conclusão de Curso – o jornalismo respeitava, de fato, a população LGBT nas matérias. Era uma coisa que não existia, principalmente pensando na população trans. Até hoje eu vejo matérias que citam o nome de registro, falando que fulano virou ciclana, usando termos transfóbicos. Houve um certo avanço que ocorreu depois da Ponte. (VASCONCELOS, 2020).

Para Fausto, a diversidade na redação faz uma diferença “gigantesca” em termos de ganho: “A gente não faz uma matéria LBGQTQIA+ sem consultar o Caê. Mesma coisa quando falamos de racismo. Sempre consultamos o Junião. Quando abordamos violência doméstica, o papo é com a Maria Teresa Cruz. E por aí vai”.

Para Maria Teresa, é possível fazer uma matéria qualificada, mesmo não sendo integrante daquele grupo retratado, desde que o jornalista tenha uma escuta ativa e empática. E essa é uma das regras que ela procura seguir em seu trabalho.

Dá pra fazer isso respeitando o outro. Tendo a escuta ativa, que é o que a gente sempre trabalha e o que a gente está falando aqui. É uma das coisas que costumamos dizer, e que talvez nos diferencie na cobertura da Segurança Pública frente a outros veículos, é o protagonismo de quem está contando a história. Às vezes quando a gente fala sobre violência policial na cobertura hegemônica é muito comum a versão oficial. Na verdade, isso é a inversão do protagonismo. (CRUZ, 2020).

Fausto reforça a fala de Maria Tereza, destacando o peso maior que a versão das pessoas da periferia possui nas reportagens feitas pelo veículo. A Secretaria de Segurança Pública é sempre procurada para oferecer o seu lado na história, mas a preferência é pela versão de quem historicamente é vítima da violência do Estado:

No primeiro ano da Ponte, em 2014, a Secretaria de Segurança Pública passou um ano sem responder a nenhum e-mail nosso. Acharam que a gente ia morrer de inanição por considerarem que precisávamos das informações deles. Eles perderam, porque a gente não precisa deles. Um ponto importante é que a nossa diferença em relação a outros veículos não são as fontes que a gente ouve. Muitos veículos hegemônicos podem usar as mesmas fontes que usamos. A diferença está no enfoque a gente vai dar. O ponto de vista que interessa à gente é o da maioria da população: negra, periférica, pobre. (...) Essa semana teve um exemplo interessante de diferença da Ponte com outros veículos. A Globo foi atrás da mesma história que a gente, uma ação policial na favela do Sapé, na zona oeste de São Paulo que terminou com duas pessoas baleadas, pai e filho. O nosso título foi “PM atira em moradores que estavam com crianças durante ação na periferia”. O importante pra gente foi a ação que feriu pessoas, as vidas ameaçadas. O G1, da Rede Globo, deu: “Ônibus são incendiados durante protesto após ação da PM terminar com dois baleados”. O enfoque é o grande diferencial nosso. (SALVADORI, 2020).

Ao longo dos anos a *Ponte* foi primando por uma estrutura mais organizada e profissional. E isso implicou em criar uma certa hierarquia no veículo, embora todas as decisões continuem sendo conversadas horizontalmente, com toda a equipe.

Os fundadores da Ponte eram pessoas que não se davam bem com as estruturas de redação, com hierarquia ao extremo. Então a gente rejeitava muito a ideia de hierarquia. Queríamos ter o máximo de horizontalidade possível. Demoramos muito pra ter funções na Ponte. Ainda em 2018, quando contratamos a Maria Tereza e o Arthur, os dois não se diferenciavam: eram repórteres, editores, eram tudo. A gente achava que era essa a maneira para trabalhar. Mas a verdade é que a pessoa que está imersa na pauta, apurando, não consegue ter uma visão de conjunto, sobre o dia a dia, de quando ter de deixar uma pauta e pegar outra. Isso é impossível para um repórter. A gente começou a perceber que a mídia comercial tem motivos para ter editores, repórteres e a gente voltou a adotar essas figuras mais tradicionais. Começamos a perceber que o grau de comprometimento de cada um em relação a deliberar determinadas questões não é o mesmo. Por exemplo, não é todo mundo que tem interesse na questão estratégica da Ponte, como a econômica. Tem gente que quer basicamente trabalhar com reportagem, não quer ficar pensando como a Ponte precisa viabilizar seu modelo de negócio. Essa horizontalidade absoluta não fazia sentido. O que continuamos prezando muito é que tudo é debatido o tempo todo. Nas reuniões semanais que a gente faz sempre se fala sobre aquilo que o grupo estratégico está trabalhando. O grupo editorial é o pessoal que faz a Ponte, coloca a mão na massa, que faz as reportagens: Caê e Artur como repórteres e a Maria Tereza como editora. Depois

de muito apanhar a gente chegou nessa configuração. E estou assumindo uma função que hoje estamos entendendo que é referente ao diretor de redação. Dou orientações gerais e faço a ponte entre a redação e o resto do grupo estratégico. (SALVADORI, 2020).

O veículo, que em seu início era resistente em pensar em obter recursos, hoje conta com uma gestão financeira, que tem proporcionado tocar diferentes projetos, e até mesmo atender a demanda de uma redação maior e mais diversa. Maria Elisa Muntaner, que é da área de Marketing, ingressou na *Ponte* em 2017, e foi responsável por organizar as finanças do veículo e partir para a busca de financiamentos. Hoje ela atua como diretora Comercial e de Relacionamento.

É um negócio que nasceu sem plano de negócio e sem querer ser plano de negócio. É muito maluco! Foge de toda teoria de Marketing e administração de negócios. Eles tiveram uma ideia e saíram fazendo, sem planejamento. Só que as pessoas eram tão boas e tinham tão firme o propósito delas que conseguiram fazer uma credibilidade com a Ponte e os apoios começaram a vir. E a gente começou a aproveitar e a usar isso. O grande marco da Ponte foi a virada do voluntariado para o negócio, apesar de ser uma associação sem fins lucrativos, o que é muito bom. Todo dinheiro que a gente recebe a gente reorganiza. Não precisa remunerar acionista, diretor, presidente. A gente só precisa remunerar gente e fazer a Ponte crescer. O primeiro Catarse, “Fortaleça a Ponte”, em março de 2017, foi essencial. A gente achava que não ia dar em nada. Dissemos: Vamos tentar, o que vier é lucro. Rendeu R\$ 80 mil! Antes a gente fazia vaquinha de R\$ 50 para pagar computador. O começo da Ponte era muito sofrido. E tinha muita briga. Trabalhar de forma voluntária não é fácil, quem ia ficar no plantão, as notícias bombando, ninguém conseguia acompanhar. (...) A Ponte precisa fazer coisas básicas. A gente não tinha nem conta bancária para receber o dinheiro. O CNPJ estava inativo, o Estatuto estava desatualizado, a Ponte não tinha presidente. Estava uma zona. A gente quase perdeu os R\$ 80 mil, porque a gente não conseguia tirar o dinheiro do Catarse. Então tivemos que reestruturar tudo. Depois disso a Open Society Foundations entrou em contato com a gente, porque sentiu segurança, profissionalismo. Por isso falo que funciona bem eu, Fausto e o Junião. Eu faço o cronograma, em que vamos gastar o dinheiro, quanto custa casa coisa, quanto custa um repórter, quanto custa um mês de Ponte, e o Junião faz todo o embrulho, para onde vai a grana. Às vezes a pessoa sabe fazer o projeto, mas não sabe fazer conta. (MUNTANER, 2020).

Fausto e Maria Eliza destacam como foi importante conseguir o apoio financeiro da Open Society Foundations, para atrair o investimento de outras organizações:

Desde a primeira conversa como a Open Society Foundations até começar a receber dinheiro demorou pelo menos um ano. As organizações são assim. Elas são meio que um clube. Todo mundo se conhece. Se você agrada uma delas, você passa a ser bem visto por outras. Outras organizações procuraram a gente depois. Se não gostarem de você, ela te queima com todas. (SALVADORI, 2020).

A Open Society Foundations foi uma chancela pra gente, abrindo portas para outras coisas. Tem uma outra fundação que está patrocinando um projeto muito legal que a gente está para concluir: é um seriado. A Repórteres Sem Fronteiras falou que a gente tinha R\$ 4 mil para gastarmos em um mês. E a gente comprou computadores. Todo dinheiro que entra tem seu destino. (MUNTANER, 2020).

A *Ponte* também recebe verba para suas atividades por intermédio de um acordo com o *Yahoo*, que publica conteúdos produzidos pelo veículo, e através de outras parcerias.

Os aportes financeiros foram essenciais para remunerar a equipe. Todos os integrantes da *Ponte* recebem salário e os colaboradores também conseguem ser pagos. Além disso, os aportes ajudam a ter uma reserva para despesas não esperadas, em especial os processos judiciais que a *Ponte* recebe, que são muitos (à época da entrevista para essa pesquisa eram 13 processos) e já chegaram a ameaçar a continuidade do veículo. “Chegou a aumentar em quatro vezes o volume de processos. Policiais movendo ação por danos morais para pegar dinheiro, basicamente.” (SALVADORI, 2020).

Tem um cara condenado movendo processo contra a gente. Uns absurdos assim. Nossa advogada começou de graça, depois recebendo pouco. Aí ela pediu para que a gente pagasse senão ela ia sair fora. Realmente, é muita dor de cabeça para pouco dinheiro. Por mais que ela tenha amor pela *Ponte*, ela tem as contas dela para pagar. (...) Por isso o controle financeiro é muito importante. Nós temos uma grana guardada de R\$40, R\$ 50 mil. Se cai um acordo de um processo, é à vista que preciso pagar. A gente deixa de contratar pessoas, porque essa insegurança é muito grande. (MUNTANER, 2020).

Os conteúdos e projetos feitos em parceria com outros veículos da mídia contra-hegemônica também são muito valorizados. O veículo mantém parcerias com o *Alma Preta*, a *Agência Pública*, dentre outras mídias.

Falando de coração aberto, esse apoio em rede é superimportante. Como eu costumo dizer, um pouquinho aqui e outro ali ficam um poção. Recentemente aconteceu muito essa troca com a galera do *Alma Preta*. Não podemos estar lá, mas como trazer essa narrativa, trabalhar junto? Eles têm uma equipe muito pequena e problemas de financiamento muito semelhantes aos nossos. Essa formação de redes, apoio de mídias contra-hegemônicas é fundamental para a sustentabilidade e durabilidade dessas novas narrativas. Um exemplo bom sobre essa coletividade é o monitoramento da violência contra a mulher que fizemos, envolvendo cinco iniciativas. Nessa primeira fase participaram *Ponte*, *Eco Nordeste*, *Colabora*, *Amazônia Real* e *Portal Catarinas*. O legal é que são veículos de todas as regiões, o que dá essa nacionalização que a gente tanto deseja. A gente convidou outros dois coletivos, *AzMina* e a galera do *Marco Zero Conteúdo*, que tem feito um trabalho muito bacana no Pernambuco para compor esse grande projeto colaborativo, para que a gente continue acompanhando a violência contra a mulher no contexto pandêmico pelo menos até o final do ano. (CRUZ, 2020).

Em 2019, em parceria com o *Projeto Colabora* e o *Amazônia Real* a *Ponte* foi a vencedora da categoria multimídia do *41º Prêmio Vladimir Herzog*, com a reportagem “Sem Direitos”<sup>264</sup>, que contou a história de Bruna Silva, mãe de Marcus Vinícius, morto aos 14 anos

<sup>264</sup> Disponível em: < <https://ponte.org/os-brasileiros-sem-direitos/> > Acesso: em 21 dez 2020.



em operação da PM no Rio de Janeiro. Os autores foram os repórteres Carolina Moura, Fausto Salvadori e o fotojornalista Daniel Arroyo.

Em parceria com a *Agência Pública*, o *Nexo*, a *Repórter Brasil*, dentre outros veículos, e o *Google News Lab* a *Ponte* participa todos os anos do “Festival 3i de Jornalismo Inovador, Inspirador e Independente”. Também graças ao apoio do *Google News Lab*, o veículo, ao lado do *((o))eco*, *Agência Lupa*, *Agência Pública*, *Amazônia Real*, *Congresso em Foco*, *Énois*, *Marco Zero Conteúdo*, *Projeto #Colabora* e a *Repórter Brasil*, lançou o canal *Reload*, em setembro de 2020, voltado ao público jovem. Com formato de vídeos inovadores para o *YouTube*, *Instagram*, *Facebook* e *Twitter*, o canal trata de forma leve e atrativa assuntos importantes para esse público. O objetivo é descomplicar as notícias, democratizar e ampliar o alcance da informação. O canal aborda assuntos complexos na forma de histórias em quadrinhos, poesia, slam e *lyric videos*, dentre outros formatos. Foi a primeira vez que dez organizações de jornalismo nativas digitais se juntaram em uma redação compartilhada para produzir conteúdo em vídeo a partir de suas reportagens. A grade de programação é decidida colaborativamente e o conteúdo final é construído com jovens comunicadores de diversas regiões, origens e trajetórias. O canal foi projetado após um profundo estudo de três meses para entender como os jovens consomem notícias e conteúdo nas redes sociais. Foram ouvidas pessoas com idade entre 18 e 28 anos. Essas pesquisas ajudaram as mídias envolvidas a pensarem no formato e na linguagem do *Reload*<sup>265</sup>,

A *Ponte* ainda promove oficinas e workshops voltados a temáticas que considera importantes, como a questão do racismo estrutural. Nesse momento de pandemia, o veículo lançou um evento em forma de *lives*, intitulado “Academia de Literatura das Ruas”. O poeta periférico Sérgio Vaz e a cartunista Laerte Coutinho foram alguns dos participantes das *lives*.

### **5.2.7 Alma Preta**

---

<sup>265</sup> Endereço do canal *Reload*: <https://www.youtube.com/canalreload>

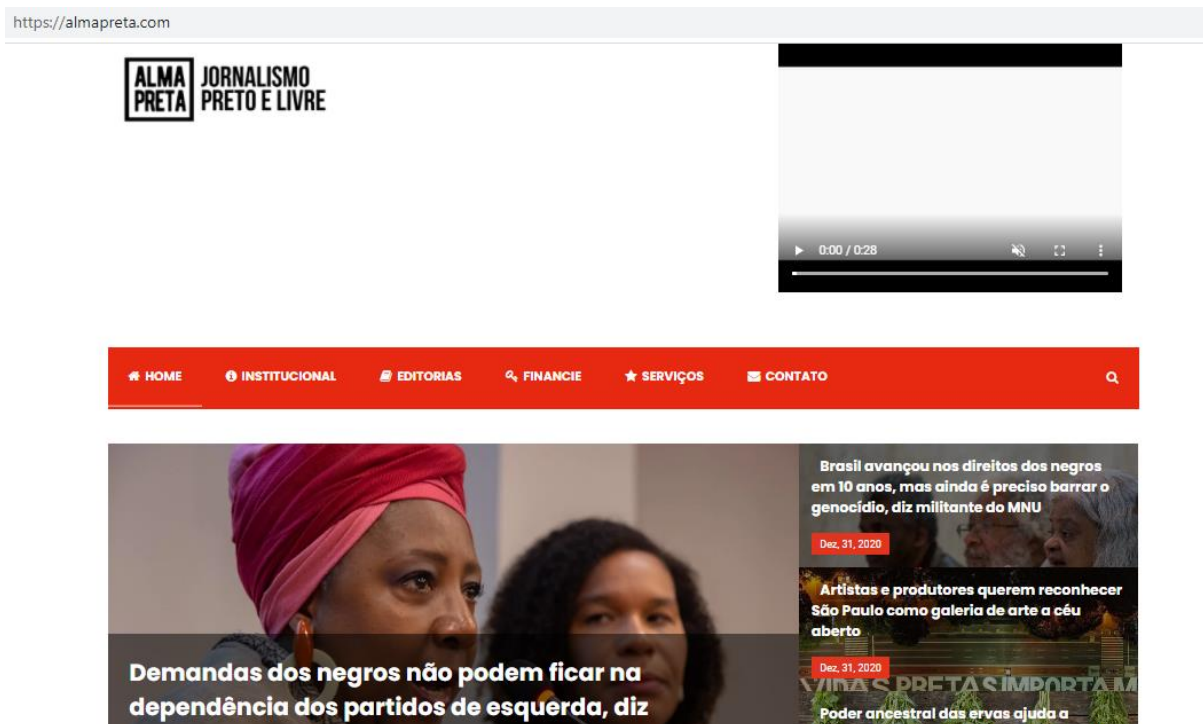


Figura 22 - Site do *Alma Preta*: [www.almapreta.com](http://www.almapreta.com)

Foi pelas ruas e salas do campus Bauru da Universidade Estadual Paulista (Unesp), no interior de São Paulo, que um jovem estudante de jornalismo paulistano, chamado por seus pais (na infância) de “articulador”, por estar sempre mobilizando a molecada da Vila Brasilândia e da Freguesia do Ó (na zona norte da capital), começou a conversar com outros colegas para criar um veículo voltado à população negra. Motivado e inspirado por um mestre, o professor Juarez Xavier, coordenador do Núcleo Negro Unesp para Pesquisa e Extensão (Nupe), e um dos poucos docentes negros da instituição (inclusive passou por situações de racismo lá dentro, por isso estava sempre apoiando e instigando os alunos negros a fazerem algo), Pedro Borges e seus amigos Solon Neto, Vinícius de Araújo e Vinícius Martins primeiro criaram um coletivo. Em 2015 resolveram fundar o *Alma Preta*, fazendo as primeiras reuniões de pauta nas repúblicas em que moravam (boa parte dos jovens que estuda na Unesp é oriunda de outras cidades e reside em Bauru em repúblicas apenas para estudar). Em entrevista para esta pesquisa<sup>266</sup>, Pedro detalha como tudo começou:

<sup>266</sup> A entrevista com Pedro Borges foi realizada presencialmente em 13 de setembro de 2019, em companhia de Kathellen Gomes, então minha aluna no curso de jornalismo da Universidade São Judas. Kathellen estava produzindo um livro-reportagem como Trabalho de Conclusão de Curso (com a minha orientação) sobre a mídia independente. Também fizemos entrevista com Vinicius de Araujo, outro fundador do *Alma Preta*, via *WhatsApp*, em 4 de outubro de 2019.

O professor Juarez Xavier dava aula de Jornalismo Especializado. Ele entrou na Unesp no mesmo ano que eu, em 2011. Ele mudou muita coisa na faculdade, movimentou muito o debate sobre cotas dentro da Unesp, e ele tinha uma coisa muito provocativa. Sempre que via os alunos pretos andando na faculdade provocava a gente, perguntava o que a gente estava fazendo e dizia pra fazer isso e aquilo. Ele sempre me provocou muito. Então começaram os debates sobre cotas, e por mais que eu estivesse distante dos debates acadêmicos e políticos, aquilo dizia respeito a mim, então comecei a acompanhar e ficava impressionado. Comecei a me aproximar dele, depois tive aula com ele. Até que ele começou a organizar alguns encontros, rearticulou um Grupo Negro de Pesquisa e Extensão, o Nupe, dentro da Unesp, e começou a me convidar. A partir dali comecei a articular algumas coisas, articulei com alguns colegas a criação de um coletivo negro dentro da universidade em 2014, e desse coletivo a gente criou o *Alma Preta* no início de 2015. Foi tudo a partir de provocações do Juarez. Os cursos mais engajados no coletivo negro eram de jornalismo, de design, psicologia e arquitetura. E tinha uma menina no nosso curso de jornalismo, que acompanhou esse processo. Ela tinha um blog chamado “Que Nega é Essa”. Lembro que esse blog também foi uma influência pra gente. Ela publicava uns textos em formato de artigos, só que eu não queria escrever artigos e sim reportagens e também não queria fazer sozinho. Tinha dois meninos lá, o Solon e o Vinícius, e eu disse “vamos fazer?” e eles disseram “vamos!”. E aí a gente começou a fazer. Era uma coisa bem entre amigos mesmo. Aí eles me disseram que tinha um moleque que morava com eles que cursava Design e também queria participar, e eu disse então vamos, esse outro menino também se chamava Vinícius. A gente se encontrava na república deles ou na minha, que era bem perto, coisa de 10 minutos andando da casa um do outro. Então a gente fazia as reuniões e o Juarez acompanhou muito. (BORGES, 2019).

O cofundador Vinicius de Araujo também fala sobre o início do veículo:

Os três são jornalistas, eu sou o único formado em Design. Então o projeto começou com três jornalistas e um designer. Somos todos da Unesp de Bauru. Não era um projeto da faculdade, mas de pessoas da faculdade, e a gente tinha esse vínculo com professores e com a universidade em si, mas não era oficializado. O Pedro sempre foi o articulador de tudo do Alma, então tudo tem uma centralidade nele. (DE ARAÚJO, 2019).

O nome *Alma Preta* foi escolhido em oposição à expressão racista “negro de alma branca”:

(...) as pessoas usavam essa expressão referindo-se a negros que tem muita virtude e etc, é aquela ideia: “apesar de ser negro, ele tem alma branca, faz tudo certo e tal”. Então a gente vem em oposição a isso, a gente afirma esse lugar de que somos pretos de corpo e alma, e justamente por isso temos virtudes. (DE ARAÚJO, 2019).

Hoje o *Alma Preta* se define como uma agência de jornalismo especializado na temática racial no Brasil. É o principal veículo da mídia independente feito “por e para” pessoas negras. Com uma equipe de 12 colaboradores, sendo dois cofundadores (Pedro e Vinícius de Araújo), o portal oferece gêneros diversificados de conteúdo, de reportagens, a artigos, coberturas, colunas, análises, produções audiovisuais, ilustrações e divulgação de eventos da comunidade afro-brasileira. O *Alma Preta* ainda conta com um canal no *YouTube*, perfil no *Instagram*, no *Twitter* e uma conta no *Spotify*.

A cobertura do veículo se distribui em quatro editoriais: *Realidade*, que aborda a discussão do racismo na política, economia, cultura e esporte; *Da Ponte Pra Cá*, que trata da visão da periferia e o que acontece de positivo nas favelas do país; *Mama África*, que traz notícias do continente africano, expondo sua riqueza e complexidade; e *O Quilombo*, espaço destinado às opiniões dos colaboradores e parceiros do veículo.

Em seu institucional, o *Alma Preta* destaca:

Nosso dever não é apenas informar, mas produzir conteúdos de utilidade pública que alcancem os anseios da comunidade afro-brasileira. Por isso, nós assumimos o caráter político de valorização do conhecimento e da cultura negra, bem como de exigência de direitos e questionamento ao Estado em todas as nossas produções. (ALMA PRETA, online).

Pedro Borges salienta a importância da existência de uma mídia negra em um país onde 54% da população é negra e não tem seus direitos representados. Trata-se de um trabalho essencial voltado a ruir o mito da democracia racial:

As outras mídias independentes que não são majoritariamente negras, mas que fazem uma cobertura sobre isso, como a Ponte, ajudam na cobertura de alguns casos, nos ajudam a ruir a democracia racial, que é uma coisa que tem ruído aos poucos, mas que é um grande obstáculo pra gente avançar com o debate racial no Brasil. Agora, é óbvio que é muito importante ter uma mídia que é feita por negros, talvez não necessariamente só para negros, mas que tenha como objetivo dialogar com esse público. Nosso papel é fundamental, em primeira parte, porque a gente influencia as outras coberturas. A Ponte mesmo brinca que a gente podia avisar o que o movimento negro vai fazer antes, porque a gente faz e depois eles têm que correr atrás. Por exemplo, a gente foi para a Jamaica e deu isso em primeira mão, aí depois outros portais também deram, então a gente também influencia a cobertura. A gente acaba tendo esse papel de ter hoje um jornalismo de peso, que tem relevância, então as pessoas nos leem, temos acesso e uma quantidade significativa de seguidores em redes sociais. (BORGES, 2019).

Ele destaca que outro papel do *Alma Preta* é colaborar com o registro histórico das conquistas da população negra:

Mas a gente tem também, enquanto mídia negra feita por negros, um papel de registro histórico, de contar o que está sendo feito, e de contar não só para daqui a dez anos, para as pessoas verem o que o movimento negro estava fazendo e quais eram os desafios, mas para municiar o público de hoje, que é em maioria formado por jovens, negros e de periferia. É um jovem negro de periferia que teve acesso ao ProUni, ao Sisu [Sistema de Seleção Unificada], às políticas de cotas. É um jovem negro que entrou na universidade sabendo que é preto, sabendo que a sociedade é racista e que ele tem que transformar aquele espaço e tornar a sociedade mais democrática. Então ele vê a gente como um alimento pro cotidiano. São essas pessoas que se engajam e compartilham nosso conteúdo. (BORGES, 2019).

O que o *Alma Preta* faz é o que todos os veículos da mídia hegemônica deveriam fazer em um país em que a maioria da população é negra. O problema é que falta representatividade

nas redações, conforme abordado no Capítulo 2 desta tese. Segundo o Dieese (Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos), apenas 22% dos jornalistas com carteira assinada em 2015 eram negros. De acordo com um levantamento feito pelo Grupo de Estudos Multidisciplinares da Ação Afirmativa (GEMAA), mais de 70% dos formadores de opinião da *Folha*, *Globo* e *Estadão* são homens, e mais de 90% são brancos (chegando a 99% no *Estadão*). Essa disparidade escancara a questão do racismo na imprensa brasileira e se reflete em uma cobertura muitas vezes preconceituosa e superficial. Para o *Alma Preta*, é importante mostrar o racismo como um problema estrutural, que transpassa todas as áreas da sociedade e do Estado brasileiro. A grande mídia, em geral, costuma cobrir questões raciais apenas sob a ótica da discriminação, o que é uma visão equivocada. Pedro Borges explica que até mesmo para os novos integrantes da equipe do *Alma Preta* é feito esse alerta de que é preciso fazer jornalismo atento de que o racismo está presente em tudo. Em uma matéria publicada em 17 de julho de 2019<sup>267</sup>, por exemplo, a repórter do *Alma Preta* Nataly Simões mostra com profundidade como a Reforma da Previdência, aprovada em 12 de novembro de 2019, afetará mais as mulheres negras, que são as que possuem as piores condições de trabalho no país. Para Pedro, é importante pressionar a grande mídia para que a cobertura tenha esse olhar mais responsável e conectado com a realidade:

É impossível a gente pensar um ecossistema de comunicação sem algumas mídias grandes, então eu penso que esses jornalistas da grande imprensa precisam melhorar a sua cobertura também, pois a cobertura deles têm muito impacto, o que eles escrevem é muito lido e não dá pra ficar reproduzindo preconceito. A gente fez uma pesquisa, era uma análise da cobertura da Folha de S. Paulo sobre aquelas rebeliões que aconteceram no sistema carcerário no início de 2017 em Manaus, Boa Vista e Natal. Não dá pra você fazer uma cobertura sobre cárcere, sobre violência ou sobre qualquer tipo de desigualdade no Brasil e não trazer o fator racial. E esses grandes veículos não consideraram isso nessa cobertura sobre as rebeliões. Isso é colaborar com o mito da democracia e é muito ruim. E em parte esse é o papel desses grandes veículos, enquanto manutenção de uma ideologia dominante, mas tem que rolar um constrangimento, um desgaste em relação a eles, para que tentem melhorar, ou pelo menos sejam provocados e que isso não seja mais aceito. (...) Quando o movimento negro vem e fala que o racismo é estrutural, que ele estrutura a sociedade, isso tem um impacto significativo na cobertura jornalística. Eu estava conversando com uma jornalista do El País. Eles vieram falar sobre parceria e ela disse que esperava outra coisa da gente, disse que achava que a gente cobria mais casos de discriminação racial, isso porque pra ela racismo é sinônimo de discriminação racial, então pra ela o *Alma Preta* ia cobrir só esses casos. Nós também fazemos isso, mas o racismo é outra coisa, ele estrutura a sociedade. Na época estava-se falando da intervenção militar no Rio de Janeiro e nossa capa trazia dois jovens negros com o título “Quem vão ser os maiores violentados com essa intervenção federal”, que eram os próprios jovens negros. Eles também estavam falando sobre o tema, mas a cobertura era diferente. Eu disse que eles deveriam cobrir o mesmo que a gente.

<sup>267</sup> Disponível em: < <https://www.almapreta.com/editorias/realidade/como-a-reforma-da-previdencia-afetara-as-mulheres-negras> > Acesso em: 22 dez. 2020.

Então, isso é novo, e não é só novo lá fora, mas aqui dentro também. Até para quem começa a escrever para o *Alma Preta* eu preciso fazer essa provocação, porque isso é novo mesmo. Quando teve o corte de bolsas da Capes [Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior] eu disse: se você é jovem, universitário e negro, você sabe que bolsa é o que possibilita que pessoas como você possam se bancar na universidade. Então se cortar isso, acaba a possibilidade de permanência de um jovem negro dentro da universidade. Então isso é o racismo e eu tenho que estar sempre provocando. (BORGES, 2019).

Outro aspecto no que diz respeito ao conteúdo é o trabalho que o veículo faz para montar um banco de fontes negras, para serem entrevistadas em diferentes reportagens. Outro erro comum da grande imprensa é convidar as fontes negras apenas para debaterem a questão do racismo, quando há especialistas negros gabaritos em diferentes áreas.

A gente tem construído um banco de fontes. Por exemplo, do ponto de vista da educação, a gente conversa com pessoas que foram do MEC [Ministério da Educação], de secretarias do MEC, estudiosos, mulheres e homens negros. Estamos criando um novo jeito de cobrir, porque isso é uma coisa que não se fazia antes, a mídia negra não fazia isso. E eu li muito caderno de imprensa negra e isso não era rotineiro. (BORGES, 2019).

Diariamente o veículo publica de três a quatro matérias. O *Alma* ainda não possui uma redação física. A equipe se reúne especialmente por ferramentais de bate-papo virtual, para decidir sobre as pautas a serem abordadas. Todos os textos passam pelo aval de Pedro, que atua como editor. Segundo Vinícius de Araújo, o rigor jornalístico é uma premissa importante no veículo:

Há uma grande preocupação em apurar os fatos. Às vezes tem coisas como uma denúncia que tem que ser bem apurada antes de ser noticiada, e deve ser noticiada com responsabilidade. Tem que ter seriedade, não é porque somos independentes que vamos fazer algo “jogado”. Tem que ter responsabilidade, porque bastante gente lê o *Alma Preta*, então há sempre muito cuidado com o material que a gente trabalha. (DE ARAÚJO, 2019).

Uma das dificuldades do *Alma Preta* diz respeito ao financiamento. E aí mais uma vez a questão do racismo estrutural está por trás. Os integrantes da equipe costumam ser remunerados, sempre que se obtém apoios financeiros. Mesmo assim muitos ainda precisam fazer freelas e estar em outras redações para se manter. “A mídia negra na história sempre nasceu e morreu com muita velocidade por um simples motivo: dinheiro. O *Alma Preta* quer alterar essa história e se consolidar como um canal de comunicação feito por mulheres e homens negros, com longevidade”, diz o texto institucional do portal, na seção em que explica a importância dos apoios financeiros que recebem de pessoas físicas e instituições. De acordo com Pedro, até mesmo na mídia contra-hegemônica há uma desigualdade quando se observam os valores doados pelas organizações.

Mesmo no campo da mídia independente, por sermos uma mídia negra vamos passar por um processo de receber menos. [O investidor pensa] entre fortalecer uma mídia branca que faz um trabalho parecido com o meu e uma mídia negra, vou optar pela primeira. Eu faço um constrangimento total em relação a dinheiro e falo: “Meu, vocês deram tanto para tais pessoas, então vão me dar o mesmo tanto, não vou receber menos”. O que a gente faz é tão bom quanto, e às vezes temos até mais acesso, então isso é um desafio. Temos que bater o pé, até porque somos deixados de lado em alguns momentos. Por exemplo, tem o festival 3i, que é um importante festival de jornalismo independente e a gente não é convidado para participar da construção. Não estou dizendo que eles pensam: “Não vamos convidar essa mídia preta!”. Mas que existe uma dificuldade de aceitar a diversidade, isso tem. (BORGES, 2019).

Hoje o veículo conta com uma campanha permanente de doações no Catarse. O doador pode contribuir uma única vez ou pode escolher doar mensalmente. Há diversos valores de doação e dezenas de apoiadores. A meta é conseguir mais recursos, para ampliar a redação:

Queremos ter um orçamento para colaboração. Queremos uma equipe que possa se dedicar e fazer um trabalho de qualidade, até porque queremos montar um Manual de Redação do Alma Preta, vai ser o primeiro manual de redação da mídia negra, nunca teve. Vai ser um manual de redação e estilo, que vai ter a nossa linha editorial. E aí passaremos para os colaboradores, para poderem ler e mandar texto no nosso formato e serem pagos por isso. (BORGES, 2019).

### 5.2.8 O golpe e o retrocesso

As entrevistas do Brasil para essa pesquisa aconteceram a partir de 2017, quando o golpe contra a presidenta Dilma Rousseff já havia sido consolidado. Nosso estudo, portanto, foi desenvolvido em um momento bastante adverso. Primeiramente pegando o período em que Michel Temer estava no poder e todo retrocesso no que se refere à retirada de direitos dos trabalhadores (por exemplo com a Reforma Trabalhista - lei nº 13.467, aprovada em 2017), o fortalecimento de setores conservadores, a negação de informações à imprensa e a ameaça e repressão à mídia independente. Depois, com a vitória de Jair Bolsonaro, os ataques sistemáticos aos Direitos Humanos, ao meio ambiente, à ciência, à classe trabalhadora (especialmente os jornalistas) e à democracia, desferidos por um governo racista, fascista, machista, homofóbico, defensor da tortura, negacionista e declaradamente contra as forças progressistas. Em função disso, nas falas dos nossos entrevistados há muitas vezes o desabafo de que a luta da mídia contra-hegemônica precisou ser fortalecida.

Vivian Fernandes, do *Brasil de Fato*, entrevistada em 2017, destacou como a cobertura ficou mais difícil com a saída do PT:

A nossa linha editorial sempre foi independente a governos, isso aqui em São Paulo ou qualquer outro estado, mas é claro que a gente tem dentro dessa linha certas políticas públicas e certas leituras que a gente faz em alguns pontos de ação dos governos anteriores [Lula e Dilma], que a gente tinha acordo. Então, por exemplo, a questão internacional da integração latino-americana, dessa guinada

que o governo Lula deu para privilegiar mais as relações entre os blocos do sul. Nós acordávamos com isso. E aí o Temer vem e desmonta tudo, então antes a gente tinha pautas positivas para falar em relação a algumas ações que o governo vinha fazendo, hoje é difícil, a gente está em uma trincheira maior de resistência. (...) A gente sempre entrevistava dirigentes de movimentos sindicais, então o número de pautas negativas aumentou com esse governo. É uma tristeza. A gente até comemora uma sugestão de pauta feliz, alegre e positiva, porque antes a gente até tinha o que falar sobre isso, e hoje a gente tem uma maré de derrotas. Cobrir Brasília agora é cobrir um golpe atrás do outro. (...) Antes a gente pedia alguma informação e normalmente recebia. No Ministério da Saúde, por exemplo, a gente fez uma cobertura grande dos Mais Médicos. Conseguíamos acessar a informação. Agora esse governo bloqueia de qualquer forma, porque ele não quer criar essa imagem negativa que ele tem de cortar políticas públicas, e ele corta. A gente tá acessando muito mais o modo jurídico, então tudo o que a gente tenta pedir agora, até do governo Dória aqui, é tudo através de Lei de Acesso à Informação [LAI]. Que bom que foi criado esse mecanismo, porque se não fosse assim, não conseguiríamos. (...) E aumentou também o número de processos que a gente sofre. Se a gente faz uma crítica, uma denúncia a um parlamentar do Paraná, por exemplo, a gente até tenta ouvi-lo, tenta acessar, mas ele fala que não quer se pronunciar. Daí a gente fala que o parlamentar foi procurado pela reportagem e preferiu não se pronunciar e ele manda um processo atrás da gente (FERNANDES, 2017).

A *Ponte Jornalismo*, conforme apontado, também é muito abalada, financeiramente falando, por processos que recebe de policiais e outras fontes que se dizem atingidas pelas matérias do veículo. Essa problemática enfrentada por algumas iniciativas de mídia contra-hegemônica pode afetar a própria existência do veículo jornalístico, já que a mídia independente muitas vezes possui recursos escassos para sua manutenção.

Maria Teresa Cruz, da *Ponte*, comenta sobre como as medidas do governo Bolsonaro afrontam a democracia e têm impactado negativamente na área de Segurança Pública:

Não há dúvidas de que a gente está vivendo uma escalada de ataques à democracia que tem início quando o projeto de poder representado pelo Jair Bolsonaro se concretiza. (...) Começa nas eleições, em 2018, e acredito que vem tendo uma escalada, porque nada aconteceu. Bolsonaro saiu vitorioso nessas eleições e tem conseguido, apesar de ser abalado em alguns momentos com escândalos, saída de superministros, saída de braços direitos, mortes de pessoas que compunham o início desse projeto de poder, como o Bebianno, fazer manobra política e se aproximar do centrão. Ele consegue, então, caminhar até pela habilidade que tem por estar há mais de 30 anos na política e consegue promover essas políticas que atacam a democracia. A mais evidente é a visão dele em relação à Segurança Pública. A gente vivencia agora a concretização da questão do armamento, uma das plataformas de promessa política dele na campanha. Agora que está todo mundo preocupado com o coronavírus, ele consegue derrubar portarias importantes, consegue fortalecer a questão do armamento, que vejo como um risco à democracia, e vejo como deturpação da visão da política de segurança. O pacote anticrime não foi aprovado da forma que ele enviou, mas passou de qualquer forma. O discurso dele ataca o argumento da democracia. Recentemente tivemos políticas muito claras voltadas ao extermínio da população indígena recentemente com a Covid-19, mas ano passado com o Dia do Fogo, o fortalecimento do latifúndio. (CRUZ, 2020).



Fausto Salvadori, também da *Ponte*, avaliza a opinião da colega: “Quando a gente escreveu nossa missão pela primeira vez em 2014, a gente usava a expressão “consolidação da democracia brasileira”. Em 2018, a gente passou a usar “sobrevivência da democracia brasileira”.

“Desde o primeiro momento em que ele [Bolsonaro] concorreu à eleição ele disse claramente que não ia demarcar nenhuma terra indígena. Ele não tem interesse na cultura indígena e nem nos povos quilombolas”, destaca Kátia Brasil, da *Amazônia Real*, entrevistada em 2020 ao falar sobre como a demanda de trabalho do veículo aumentou, com os constantes ataques do atual governo aos povos originários e à preservação ambiental.

Mas para Pablo Capilé o fato de a conjuntura atual exigir maior resistência pode resultar em um efeito positivo: o crescimento da própria mídia contra-hegemônica.

Acho que a gente vai ter um “boom” muito grande desse movimento a partir de agora. No momento que explode a internet essa comunicação progressiva também explode. Ela é casada com o momento que explode o governo Lula, saca? Durante os últimos 16 anos essa comunicação teve que crescer em alguma medida na defesa desse legado. Era muita coisa que estava no entorno do que representava o Lulismo. E agora velho, com o Bolsonaro, a possibilidade dessa agenda da mídia se construir a partir da oposição é grande. Vai gerar também um crescimento de muitas dessas iniciativas e a invenção de novas iniciativas como essa fichona que vai cair pra todo mundo das possibilidades de ter cada vez mais gente construindo tudo isso junto. Então eu acho que os próximos anos vão apresentar soluções que os últimos 15 não conseguiram. Por estar sob um teto de um governo que foi muito atacado desde o começo, essa comunicação ficou sempre abaixo. Por que o outro lado [o campo conservador] cresceu? Eles cresceram porque não tinha teto. Eles podiam crescer pra cima desse teto, saca? Então eles estavam com o vento a favor. O MBL [Movimento Brasil Livre] cresceu, porque estava com o vento a favor. “Ah, mas eles tinham tecnologia”. Não a esquerda já tinha a mesma tecnologia que eles tinham, não de fake news e essas coisas, mas de mobilização, de gente e etc. O problema é que o vento não estava a favor, saca? Agora o vento vai cada vez mais voltar a estar do nosso lado. O vento da disputa da opinião pública, saca? Então é obvio que isso também vai gerar crescimento pra todo mundo. Quem lançar veículos de comunicação na sua cidade hoje vai ver esses veículos bombarem. Claro, se tiver dedicação pra não parar no primeiro problema e ter disposição de continuar e saber que o processo é duro. (...) Independente de qualquer coisa, em 2013 rolou o salto de consciência do brasileiro. Hoje falar de política tá em qualquer lugar, até na balada se você também não souber falar você tá fora, saca? Hoje tem um número muito maior de pessoas falando de política e é óbvio que um número muito maior de pessoas vai se conscientizar de que o Bolsonaro é uma farsa, é um traste completo, ele vai ficar isolado naqueles 25% dele e esses outros 75% vão tá em disputa. Quem vai disputar? Até a Globo tá tentando disputar, saca? Então assim, vai surgir muita coisa pra tentar disputar essas pessoas. (CAPILÉ, 2019).

No governo Bolsonaro (entre 2018 e 2019) os casos de violência contra jornalistas cresceram mais de 50%. De acordo com a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), foram 208 casos em 2019 contra 135 em 2018. Segundo o levantamento, Bolsonaro foi responsável -

sozinho - por 58,17% dos ataques, considerando agressões verbais diretas. No que se refere à mídia contra-hegemônica, que está muitas vezes nas ruas, ao lado de ativistas de Direitos Humanos e dos movimentos sociais, ocorreram casos de agressões físicas. Em janeiro de 2019, o fotojornalista da *Ponte*, Daniel Arroyo, foi atingido por uma bala de borracha, na perna, enquanto cobria um ato contra o aumento da tarifa na Avenida Paulista. Em dezembro do mesmo ano, a PM agiu de maneira agressiva com Arroyo, tentando apreender imagens que ele registrava de manifestação de moradores de Paraisópolis, que estavam revoltados com a morte de nove jovens em ação da PM durante baile funk. Em 15 de novembro de 2020, Arthur Stabile, também jornalista do veículo, foi agredido pela Guarda Municipal da Prefeitura de Diadema ao acompanhar um protesto contra a morte de um jovem da região.

Vivian Fernandes comenta sobre o aumento das agressões a jornalistas desde o governo Temer:

A gente tem vários casos de colegas que perdem o olho, perderam a visão... Muita gente aqui na redação que vai para a rua já foi atingida por bala de borracha, já levou pistolada na cabeça. E a gente vai denunciar pra quem? Eles sabem que a gente tem dificuldades financeiras e que se quebrar o equipamento, ele vai fazer falta. E tem estados em que a violência sempre foi constante, como no Pará. Nossa correspondente lá é uma menina. Ela foi cobrir Pau D'arco, a gente não tinha muito dinheiro para mandar outra pessoa, então ela foi meio que articulada com os movimentos de lá, para não ficar sozinha, mas ela ligava para um dos coronéis, sargento da operação e cagava de medo, porque, se digitar no Google, é uma menina que anda de ônibus para cima e para baixo. Ela não tem aparatos de segurança, não tem uma redação em que ela trabalha, ela trabalha muitas vezes em ONGS, movimentos parceiros, mas é um receio, um cuidado maior com a segurança, então por isso que a gente trabalha muito essa questão da nossa segurança, do cuidado com outro, porque eu sinto que de um governo para outro isso mudou bastante, não é que a Polícia ficou mais violenta, mas agora eles não têm vergonha de serem violentos. (FERNANDES, 2017).

Outro aspecto presente na fala de alguns dos entrevistados brasileiros diz respeito aos ataques cibernéticos que algumas iniciativas contra-hegemônicas vêm sofrendo. No dia 20 de agosto de 2020 o site da *Ponte* foi atacado por hackers e teve que ficar fora do ar por um tempo. Na primeira semana de 2021 a *ONG Repórter Brasil*, que produz reportagens que denunciam crimes ambientais, sociais e trabalhistas, sofreu ataques digitais e uma tentativa de arrombamento em sua sede em São Paulo, conforme reportagem feita pelo jornalista Camilo Vannuchi<sup>268</sup>:

(...) No dia 6, hackers conseguiram tirar o site da Repórter Brasil do ar por algumas horas, como resultado de um tipo de ataque chamado DDoS (negação de

<sup>268</sup> Publicada em 14 de janeiro de 2021, no UOL. Disponível em: < <https://noticias.uol.com.br/colunas/camilo-vannuchi/2021/01/14/crescem-os-ataques-a-veiculos-de-comunicacao-e-jornalistas.htm> > Acesso em: 14 jan. 2021.

serviço distribuído, em tradução livre), que consiste em acessar uma página a partir de milhares de computadores, tablets ou smartphones ao mesmo tempo, normalmente com o uso de bots, os robôs da internet, sobrecarregando o servidor até derrubá-lo. No dia seguinte, uma mensagem anônima encaminhada por e-mail tornou a ameaça palpável. "Como devem ter percebido vcs passaram por alguns problemas técnicos na ultima data", escreveu o hacker, assim mesmo, sem pontuação ou acentuação. "Para que isso nao ocorra novamente removam as materias nas pastas de 2003, 2004 e 2005. (...)A exigência levanta suspeita sobre o tipo de pessoa ou organização por trás dos ataques.(...) A ameaça foi reiterada por e-mail no dia 8: "Vamos esperar até 11/01 para que atendam nossas solicitações". No dia 11, nova onde de ataques conseguiu derrubar o site da ONG mais uma vez. (...)Diretor da Repórter Brasil desde sua fundação, 19 anos atrás, o colunista do UOL Leonardo Sakamoto classificou o ataque como uma forma de sequestro, em que se exige um resgate por meio de chantagem. "A Repórter Brasil recebe esse tipo de ataque por sobrecarga há muitos anos", afirmou em entrevista ao jornal Folha de S.Paulo. "O grande diferencial, que faz com que esse ataque seja novo, é um pedido de chantagem não financeira: ou vocês cometem autocensura ou a gente não vai deixar o site de pé. Isso é muito grave. Estamos inaugurando com isso algo muito preocupante, que se virar moda vai ser muito ruim para a imprensa brasileira". (VANUCCHI, 2021, online).

Um relatório de 2020 elaborado pela rede Voces del Sur, formada por dez organizações latino-americanas, mostrou que as violações contra jornais e jornalistas no ambiente virtual cresceram 140% na América Latina entre 2019 e 2020. A mídia contra-hegemônica, por produzir matérias contundentes, que muitas vezes denunciam grupos poderosos e/ou criminosos, está ainda mais suscetível a esses ataques, com o agravante de ter menos condições financeiras para revertê-los.

### **5.3 – Análise das iniciativas pesquisadas nos dois países**

No cruzamento das entrevistas e das visitas a redações feitas na Argentina e no Brasil para esta pesquisa pudemos encontrar muito pontos em comum e algumas diferenças. Passamos, agora, a apontar essas semelhanças e peculiaridades.

A primeira questão a ser destacada é que, com exceção do *Página/12*, *Brasil de Fato* e *La Garganta*, todas as iniciativas pesquisadas são nativas digitais, ou seja, nasceram no ambiente da internet e estruturam seu planejamento e produção em cima da linguagem da rede mundial de computadores, suas ferramentas e tecnologias, desde a reunião de pauta, muitas vezes realizada por mensagens no *WhatsApp* ou videochamada (já que nem todas as iniciativas possuem uma redação física), passando pela captação do conteúdo, com vídeos, fotos e áudios registrados muitas vezes com *smartphones*, até a edição (usando diferentes aplicativos) e divulgação. Embora quase todas as matérias sejam postadas em um site como plataforma principal, elas são amplificadas e ganham conhecimento da audiência por intermédio de redes sociais (*Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *YouTube*) e agregadores da mídia *podcast*. Alguns de

nossos entrevistados, como a jornalista Kátia Brasil, da *Amazônia Real*, chegaram a afirmar que seria impossível pensar no trabalho que o veículo faz sem as redes sociais, já que muitas comunidades indígenas só têm acesso ao conteúdo da *Amazônia Real* via *WhatsApp*. A situação do veículo *Emergentes* é bem representativa, já que eles atuam apenas nas redes sociais (não possuem um site como plataforma-base) e por isso têm como diferencial uma cobertura mais centrada no factual, em especial em protestos que estão acontecendo nas ruas (conseguem estar *in loco* nesses atos e divulgá-los instantaneamente pelas redes).

Mesmo no caso dos veículos cuja matriz é impressa as redes sociais são muito utilizadas com o objetivo de amplificação do público (conquistando, inclusive, seguidores em outros países).

O uso que os veículos fazem das redes sociais sempre se dá de forma orgânica, ou seja, sem pagar anúncios ou impulsionamento de postagens.

Vale destacar também a participação do público com sugestões de pauta, através desses canais. Pablo Capilé ressalta, nesse sentido, o poder do “comentariado” que, para ele, simboliza “o proletariado do século XXI”. Segundo o fundador da *Mídia NINJA*, muitas pautas e direcionamentos do veículo surgem de comentários feitos pela audiência, seja em postagens ou por mensagem privada (*inbox*) nas redes sociais. O público também contribui com vídeos, imagens e textos. Nesse ponto, podemos aplicar o conceito de inteligência coletiva, de Pierre Lévy, e de jornalismo colaborativo, na perspectiva de Ana Carmen Foschini e Roberto Romano Taddei (discutidos no Capítulo anterior).

É importante lembrar que o panorama retratado nos veículos aqui analisados não representa todo universo de meios de comunicação contra-hegemônicos brasileiros e argentinos, tampouco latino-americanos. Uma pesquisa feita em 2016 pelo jornalista mexicano Jordy Meléndez Yúdico, com o apoio do Fondo Regional para la Innovación Digital en América Latina y el Caribe (FRIDA), intitulada *Primer Estudio de Medios Digitales y Periodismo en América Latina*<sup>269</sup>, mostrava que dos 34 veículos nativos digitais analisados: “La gran mayoría (...) interactúa poco con sus audiencias, a pesar de que existen las herramientas para hacerlo de manera frecuente, gratuita y esta retroalimentación podría ser vital para el medio” (YÚDICO, online).

---

<sup>269</sup>

Disponível em: <[https://primeirodigital.com.br/wp-content/uploads/2016/02/EstudioMediosDigitales\\_Factual\\_2016.pdf](https://primeirodigital.com.br/wp-content/uploads/2016/02/EstudioMediosDigitales_Factual_2016.pdf)> Acesso em: 23 dez. 2020.

O estudo faz uma observação interessante: “aquellos medios con alto nivel de interacción con sus audiencias han logrado establecer mecanismos exitosos de fondeo colectivo o “crowdfunding”, pues se crea comunidad alrededor del medio” (YÚDICO, online).

Entre novembro de 2015 e fevereiro de 2016, a *Agência Pública* também se dedicou a mapear o jornalismo independente, mas com enfoque no Brasil. Das 79 iniciativas analisadas em 12 estados e no Distrito Federal, 59 publicavam seu conteúdo em um site e depois amplificavam a divulgação nas redes sociais, enquanto 13 produziam diretamente no *Facebook*. Os demais publicavam em blogues, no *Medium* e em outras redes sociais, como *Twitter* e *YouTube*.

Vale ainda salientar que alguns dos veículos estudados muitas vezes apresentam um conteúdo que, além de ser multimídia, é transmídia, ou seja, publicam textos em seus sites, que são acompanhados de vídeos, imagens, áudios e às vezes até charges e histórias em quadrinho, e, afora isso, costumam apresentar pontos vistas complementares do mesmo assunto abordado em outras plataformas, como uma postagem no feed do *Instagram*, que traz um personagem relevante sobre o tema abordado no site, ou por intermédio de um podcast no *Spotify* ou outro agregador, que aprofunda o assunto. Nesse ponto, podemos ver refletida a chamada cultura da convergência destacada por Henry Jenkins (2009, p. 27): “No mundo da convergência das mídias, toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplas plataformas de mídia”. O transmídia é uma das características principais dessa cultura.

Cabe salientar uma renovação da linguagem jornalística, com o uso da experimentação. Um exemplo interessante é o canal *Reload*, produzido em parceria com diversas iniciativas de mídia independente (como *Ponte*, *Énois*, *Mural* e *Amazônia Real*) e focado no público jovem, com o apoio do Google News Initiative, que apoia iniciativas empreendedoras e inovadoras no jornalismo. Explorando a linguagem das redes sociais, o canal apresenta assuntos complexos ao público jovem por intermédio de slam, poesia, rap, memes, quadrinhos, dentre outras estratégias. É um tipo de jornalismo que a princípio pode ser visto como “líquido”, ou seja, fluído demais e superficial (voltando ao conceito de “modernidade líquida”, de Zygmunt Bauman, discutido no Capítulo anterior), mas que, na verdade, oportuniza o aprofundamento de temas importantes, com uma estética sedutora ao jovem. Tem total consonância com as novas gerações de leitores.

No que se refere a eixos temáticos, destacam-se, nos veículos analisados nesta pesquisa, a defesa dos Direitos Humanos, as problemáticas que envolvem o racismo, a violência contra a mulher e os direitos das mulheres, além da violência contra a população LGBTQIA+ e os direitos dessa população. No que diz respeito ao racismo, no Brasil são privilegiados conteúdos que mostram os malefícios do racismo estrutural, com ênfase na violência policial contra a população negra. O veículo que melhor denuncia o racismo estrutural, mostrando que ele perpassa todas as áreas da nossa sociedade, é o portal *Alma Preta*, feito por jornalistas negros.

Na Argentina a questão racial é igualmente retratada por boa parte dos veículos pesquisados, mas está mais centrada na violência e discriminação contra os povos originários e seus descendentes (como a população Mapuche) e os imigrantes de países sul-americanos, que são normalmente associados à violência, desordem e outros aspectos negativos, conforme destacamos nos Capítulos 2 e 4, quando usamos o estudo que a pesquisadora Cecilia Melella fez dos migrantes de países andinos que vivem na Argentina. Dos veículos analisados os que mais praticam essa cobertura são a *Marcha Noticias*, que inclusive chegou a lançar publicações que abordam a temática, e *La Garganta*, já que muitos imigrantes e descendentes são *villeros*. Voltando ao Brasil, a *Amazônia Real* faz uma cobertura que tem como um dos eixos atender as demandas dos povos indígenas e denunciar a violência desferida contra eles.

Devemos lembrar que a população negra e a originária aparecem mais fortemente nesse recorte racial feito pela mídia contra-hegemônica (embora saibamos que também haja preconceito e violência contra outros imigrantes) em função do processo histórico de subjugação da América Latina pelos colonizadores espanhóis e portugueses, que usaram o elemento raça como argumento para dominar a região e seus povos, considerando todos aqueles que não tinham a pele branca como inferiores, como destaca Aníbal Quijano.

No que tange aos Direitos Humanos afetados por uma política equivocada de Segurança Pública e pela distorção da Justiça, merece destaque o trabalho feito pela *Cosecha Roja* e a *Ponte Jornalismo*. Ambos os veículos focam sua cobertura na denúncia da violência do Estado e nos desvios do Judiciário, mas também mostram, com suas reportagens, como as falhas nas políticas de Segurança Pública mantêm intersecções com questões de raça, gênero e classe. Quando falamos de Brasil, por exemplo, vale lembrar que, de acordo com levantamento produzido pelo Fórum Brasileiro de Segurança Pública (FBSP), levando em conta boletins de ocorrências fornecidos por 23 estados (com exceção do Acre, Amapá, Amazonas e Rio Grande do Norte), de cada 10 mortos pela Polícia no Brasil oito são negros. Sobre a população LGBTQIA+, um relatório de 2020 divulgado pelo Grupo Gay da Bahia (GGB), que há mais de

100 anos atua em defesa dos Direitos Humanos dos homossexuais no Brasil, mostra que o país se mantém no ranking dos que mais contabilizam mortes de LGBTQIA+. No ano de 2019, foram registradas 329 mortes violentas, sendo 297 homicídios e 32 suicídios. Em 2018 foram registrados 420 casos e em 2017, 445 mortes. No que se refere ao feminicídio, segundo o Alto Comissariado das Nações Unidas pra os Direitos Humanos (ACNUDH), ocupamos o 5º lugar no ranking mundial.

Nesse sentido, a *Cosecha* e a *Ponte* abraçam as pautas que se relacionam aos direitos desses públicos, assim como denunciam a violência contra essas populações.

As pautas feministas são bastante presentes em todas as iniciativas, embora nenhum dos veículos pesquisados cubra apenas essa temática. *Marcha Noticias*, *Cosecha Roja*, *Ponte Jornalismo*, *La Garganta*, *Agencia Paco Urondo* e *Mídia NINJA* são os veículos que mais se dedicam ao assunto. Esses meios trabalham com bastante frequência matérias que denunciam a violência contra as mulheres e outras que reivindicam diferentes direitos femininos, em especial a liberdade que as mulheres precisam ter sobre seus corpos, abraçando causas como a legalização do aborto. Merece destaque a participação da *Mídia NINJA* na organização do ELLA (Encontro Latino Americano de Feminismo) e o *feminismo villero*, defendido por *La Garganta*, que é mais voltado às problemáticas das mulheres que vivem nas comunidades argentinas (que enfrentam dificuldades diferentes daquelas experienciadas por mulheres de classe média e classe média alta, por exemplo). *Cosecha*, *Ponte*, *Marcha* e *Agencia Paco Urondo* possuem uma editoria especialmente voltada a questões de gênero, onde abordam o feminismo, os direitos das mulheres e da população LGBTQIA+ e a violência contra esses grupos. Apenas para se ter uma ideia das pautas trabalhadas, em 18 de dezembro de 2020 o repórter trans Caê Vasconcelos publicou uma reportagem, em primeira pessoa, revelando como é o alistamento no serviço militar brasileiro para homens trans<sup>270</sup>, dentro da editoria de Gênero da *Ponte*. A *Marcha* tem a questão do feminismo desde o seu slogan: “Por una virada popular y feminista de la Argentina e el mundo”. Suas fundadoras são feministas, participantes da campanha nacional contra o aborto e, bem antes da criação do veículo, já estavam nesta batalha. O veículo aborda com frequência o feminismo comunitário<sup>271</sup>.

---

<sup>270</sup> Disponível em: < <https://ponte.org/como-e-ser-homem-trans-e-fazer-alistamento-militar/>> Acesso em: 23 dez. 2020.

<sup>271</sup> Corrente do feminismo que tem forte componente indígena e é bastante forte na América Latina. Parte da defesa de direitos coletivos, e não individuais. Está bastante ligada à questão da terra, da natureza e à luta pelo território.

A valorização dessas pautas pelo campo progressista se conecta com a identidade do sujeito pós-moderno. Como mostra Stuart Hall, o feminismo emerge no início do século XX como um dos fatores centrais que provocam o descentramento da identidade do homem moderno, levando as pessoas a questionarem seu papel e postura na sociedade, a partir da afronta à lógica do patriarcado. A ideia do corpo visto apenas para procriação, de um ser humano que tem que sentir atração necessariamente pelo sexo oposto, do homem ou da mulher que precisa seguir determinados comportamentos para afirmar sua sexualidade, enfim, tudo isso é colocado em xeque, e diversas opções passam a ser consideradas, gerando uma identidade múltipla. A identidade, ao longo do século XX, também passou a contemplar questões étnico-raciais, já que as pautas do movimento negro muitas vezes também se desconectam de uma lógica patriarcal que sustenta o racismo.

Quando consideramos o jornalismo local e a importância da comunicação feita “por e para” territórios historicamente negligenciados pelo Estado e pela mídia hegemônica, o destaque em nossa pesquisa vai para a *Garganta*, a *Agência Mural*, a *Énois* e a *Amazônia Real*. Esses veículos atuam no sentido de minimizar o que *Atlas da Notícia*, encampado pelo Projor (Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo), chama de “desertos de notícia”, ou seja, municípios e regiões que não possuem veículos jornalísticos ou que contam apenas com veículos comerciais, dominados por um grupo político e/ou de comunicação, que não contribuem para produzir conteúdos de seus interesses. Segundo o *Atlas da Notícia*, 18% da população brasileira carece de jornalismo local. Como essas pessoas (que nas grandes cidades estão localizadas em bairros periféricos, distantes da região central) não são retratadas pela mídia ou, quando são, recebem um enfoque estigmatizado, elas costumam ter seus direitos essenciais ignorados, como o acesso à moradia, cultura, educação, saúde e o chamado “direito à cidade”, que seria uma vida digna podendo usufruir de todos aparelhos da cidade em que residem, com segurança e sem a mercantilização dos territórios. Nas palavras do filósofo e sociólogo francês Henri Lefebvre, que cunhou essa expressão em 1968, o direito à cidade “significa o direito dos cidadãos-citadinos e dos grupos que eles constituem de figurar sobre todas as redes e circuitos de comunicação, de informação, de trocas”.

A *Garganta* e sua organização *La Poderosa* são exemplos importantes da comunicação territorial argentina e latino-americana. O veículo se tornou referência quando o assunto envolve os Direitos Humanos dos povos periféricos, pelo fato de ter nascido no seio de uma das principais comunidades de Buenos Aires, a Villa Zavaleta. Os moradores da *villa* sofreram muito com o descaso e a cobertura negativa da mídia hegemônica até decidirem criar seu



próprio veículo para denunciar não só o que acontecia com eles, mas com outros moradores de *villas* argentinas. Hoje o veículo, por intermédio de suas assembleias populares, está presente em todas as províncias argentinas e em diversos países da região, como o Brasil. A credibilidade conquistada pela *La Garganta* é tamanha que hoje ela consegue atrair para a sua capa personalidades que são cobiçadas pelos veículos da grande mídia, como ex-presidentes e estrelas do esporte mundial. Os integrantes da Villa Zavaleta são chamados para conceder entrevistas em programas de TV.

Também é notável o trabalho feito pela *Agência Mural* e a *Énois*. Ambas as iniciativas têm seu coração no protagonismo de jovens residentes nas periferias da Região Metropolitana de São Paulo, empoderando essa moçada para que ela possa exaltar suas comunidades e falar de suas questões. Como destaca Mara Rovida (2020, p. 19):

(...) as narrativas produzidas por estes jornalistas periféricos são elaboradas a partir de um determinado território, o que as diferencia por conterem perspectivas específicas que não podem ser entendidas fora dessa relação com o lugar de pertencimento dos sujeitos representados nas histórias e dos sujeitos produtores da comunicação, eles também sujeitos periféricos.

A *Mural* possui uma capilaridade impressionante, com mais de 80 correspondentes em diferentes territórios. Pelo site *32xSP*, consegue fazer a cobertura de todas Subprefeituras da capital paulista, furando constantemente a mídia hegemônica que ainda continua sendo formada por jovens brancos, de classe média; um público que, por raramente pisar numa quebrada, não consegue sugerir pautas que se desloquem do centro expandido de São Paulo e saiam do olhar estereotipado. Tanto isso é verdade que, quando precisa fazer matérias sobre a periferia, a mídia hegemônica costuma procurar a *Mural* para conseguir fontes, conforme pontuado na entrevista com Vagner de Alencar. Especificamente sobre a *Énois*, que é uma Escola de Jornalismo, vale destacar a formação dada a esses jovens que chegam nas faculdades com técnicas avançadas de apuração, um olhar acurado para as notícias que realmente são de interesse público e uma veia empreendedora, que poucas vezes é ensinada nas salas de aula da Academia, ainda muito voltadas a enxergar a atuação jornalística limitada aos campos de redação e assessoria de imprensa, quando as oportunidades são, hoje, muito diversificadas, interseccionando o jornalismo com o marketing, a publicidade, as relações públicas, dentre outras áreas. Os formados pela *Énois* aprendem a captar recursos, a precificar e vender seus projetos e a forçar os meios tradicionais a garantirem a diversidade, que é uma condição para a sobrevivência do próprio jornalismo enquanto negócio. Um estudo sobre o ensino do jornalismo empreendedor, intitulado “Ponto de Partida” e conduzido em 2018 pela *SembraMedia* (organização sem fins lucrativos dedicada a ajudar empreendedores digitais), com base em entrevistas com

professores em 14 países, mostrou que na América Latina só 2,82% das 1.700 universidades de jornalismo e comunicação analisadas ofereciam aulas de empreendedorismo em suas grades curriculares.

Ainda no que se refere ao jornalismo local, vale destacar a *Amazônia Real*, que desenvolve matérias sobre uma região comumente ignorada pela mídia hegemônica. “Nós somos uma agência de notícias que produz conteúdo aqui de dentro da região amazônica, mas feita por jornalistas na maioria que moram aqui, então é um jornalismo regional, de alta qualidade”, destacou Kátia Brasil.

Em relação às pautas de resistência aos preceitos e políticas neoliberais, de defesa dos direitos da classe trabalhadora e dos pleitos dos movimentos sociais de uma forma geral (como o Movimento dos Sem Terra e dos Sem Teto), destaca-se o jornalismo feito por *Página/12*, *Brasil de Fato* e a *Agência Paco Urondo*. O conteúdo desses veículos é mais voltado a desmontar a narrativa construída pela mídia capitalista, mostrando, por exemplo, as ciladas existentes por trás de reformas econômicas exaltadas pelo campo conservador, como a Reforma da Previdência, ou a legitimidade de movimentos que tentam resgatar direitos constitucionais como a moradia digna, e que são noticiados pelos oligopólios da comunicação como “invasões”. *Página/12*, por suas mais de três décadas no jornalismo contra-hegemônico, é um grande norte para toda imprensa progressista latino-americana. O *Brasil de Fato* também se destaca pela tradição no Brasil e por sua força junto aos movimentos sociais. A *Agência Paco Urondo* trabalha bastante essas pautas, mas, por ser um veículo nativo digital, sua atuação maior se dá nas redes sociais, enquanto o *Brasil de Fato* conta com edições regionais impressas, com tiragens de até 40 mil exemplares (distribuídas gratuitamente em lugares de grande concentração de pessoas), e *Página/12* é um jornal bastante procurado nas bancas argentinas. Aliás, ele, a revista *MU* (da cooperativa *Lavaca*) e a revista *La Garganta* (da organização *La Poderosa*) se diferenciam de outras iniciativas estudadas nesta tese por serem veículos comercializados.

A *Mídia NINJA* merece um parágrafo à parte nesta análise pela inovação que representou no jornalismo contra-hegemônico brasileiro, inspirando diversas outras iniciativas, e por ter, tal como a *Garganta*, uma estrutura nacional, firmada na descentralização, que permite uma rede de colaboradores muito ampla, de diferentes lugares do território brasileiro. Esses colaboradores fazem uso intenso da internet, do *smartphone* e das redes sociais para produzirem o conteúdo do veículo, que é avalizado por uma equipe de editores. Essa rede descentralizada é em boa parte sustentada pela capilaridade da rede *Fora do Eixo*, que Pablo Capilé considera

como um embrião da *MINJA*. Sua cobertura é bastante múltipla, abordando questões de gênero, violência policial, pautas dos trabalhadores e dos movimentos sociais, racismo, dentre outros assuntos. No portal do veículo há uma editoria especialmente voltada à cobertura do campo musical, mantendo a tradição do *Fora do Eixo* de projetar artistas independentes, e duas subeditorias, dentro da seção *Notícias: Educação e Meio Ambiente*. A *MINJA* ainda se destaca por seu grande time de colunistas, resultante de sua credibilidade. Compõem esse grupo bastante heterogêneo, com diferentes expertises e vivências, nomes como Erika Hilton, que é co-deputada estadual em São Paulo pelo mandato coletivo da Bancada Ativista (PSOL), Fabio Py, teólogo e professor e autor do livro “Pandemia cristofascista”, Caetano Veloso, Jean Wyllys e o sociólogo Boaventura de Souza Santos.

Outro ponto comum a ser destacado nesta análise é o fato de muitos desses veículos serem bastante premiados exatamente por sua eficiência e rigor na apuração jornalística. Quando a *Agência Lupa*, *Agência Pública*, *Amazônia Real*, *Congresso em Foco*, *Énois*, *Marco Zero Conteúdo*, *((o)) Eco*, *Ponte Jornalismo*, *Projeto #Colabora* e a *Repórter Brasil* se juntaram para criar o canal *Reload*, apoiados pelo Google News Initiative, foi feito um levantamento das premiações conquistadas por essas mídias. Chegou-se ao incrível número de mais de 100 prêmios nacionais e internacionais. Num momento de coberturas muitas vezes superficiais e enviesadas da mídia hegemônica, seja pelos interesses por trás desses grandes grupos, seja pela precariedade na redação (causada por problemas financeiros, que levam a demissões em massa e condições ruins de trabalho), o jornalismo independente muitas vezes tem tomado a dianteira, com abordagens inéditas e coberturas mais aprofundadas. Apenas para citar um exemplo, basta lembrar do furo conquistado pela *Ponte*, que chegou a pautar o *Jornal Nacional*, da *TV Globo*. Em setembro de 2016<sup>272</sup>, Fausto Salvadori, cofundador do veículo, denunciou que um capitão da inteligência da PM estava infiltrado no *Tinder*, para conhecer jovens de esquerda ligadas a movimentos sociais e à mídia alternativa e, desta forma, conhecer seus planos para protesto contra o presidente Michel Temer, que só chegou ao poder graças ao golpe que foi em parte engendrado pelo PSDB do então governador Geraldo Alckmin. Por isso mesmo é curioso observar em alguns momentos a grande mídia usar o argumento de “combate às fake news” para desmerecer as iniciativas de mídia independente, como se elas não tivessem credibilidade.

---

<sup>272</sup>A denúncia foi feita nesta reportagem disponível em: < <https://ponte.org/infiltrado-do-tinder-que-espionava-manifestantes-e-oficial-do-exercito/>> Acesso em: 22 dez. 2020.

É o que analisam os pesquisadores Luciana Duarte Oliveira e Thiago Dias Silva, no artigo “O monopólio da verdade na era das fake news”<sup>273</sup>:

Em meio essa nova era de ascensão da mídia alternativa, compreender o papel que mídia irá exercer no cenário político parece fundamental para projetar os rumos da democracia nas próximas décadas. Especialmente se analisada a questão em paralelo com a perspectiva da mídia tradicional que, nesse momento, vê seu domínio ameaçado e parece tomar medidas para retomá-lo. Já se começa a notar as consequências na realidade política que essa revolução irá desencadear; assim, tendo em vista os percalços que a mídia contemporânea terá para se consolidar, a mídia tradicional se sustenta como a principal formadora de opinião, usando-se do que as fake news representam à democracia para frear a ascensão dessa nova era do jornalismo. (OLIVEIRA; DIAS SILVA, 2019, online)

Justamente por fazerem um jornalismo rigoroso, respeitando as técnicas de apuração jornalística, muitos dos veículos pesquisados não gostam de ser identificados como “mídia alternativa”, uma vez que essa denominação às vezes é interpretada com uma ótica pejorativa, como se fosse algo “menor” ou que está meramente a serviço de um partido ou entidade. Martín Granovsky, do *Página/12*, chegou a afirmar sobre o jornalismo feito pelo veículo: “De oposición puede ser, pero no un periodismo alternativo (...) Nosotros nunca nos planteamos ser marginales”.

Todas as iniciativas pesquisadas declaram sim ter uma causa, em especial em defesa dos Direitos Humanos e da classe trabalhadora, e que em seus conteúdos os setores populares e historicamente alijados têm preferência e mais espaço em relação ao chamado “outro lado”, que comumente já recebe destaque na mídia hegemônica. Mesmo assim, colocam a apuração jornalística acima de qualquer coisa. Como destaca a jornalista Kátia Brasil: “se tiver investigar até uma liderança indígena, a gente faz isso sem o menor problema”.

As iniciativas pesquisadas, ainda que apoiem muitas pautas e políticas dos governos de esquerda, afirmam manter um posicionamento crítico, de “independência”, apontando falhas, quando necessário.

Predicamos muchas cosas de las que hizo buenas [os governos Kirchner], la defendemos [a Cristina Kirchner] y hay otras que no. En materias ordinarias, seguimos [con problemas] con la Fuerza Nacional en nuestros barrios, también como criminalizaron a los pueblos indígenas, [algo que] viene de todos los gobiernos. (...) Somos apartidarios claramente. (RUIZ, 2019).

É interessante observar dois pontos: como algumas iniciativas, como a *Marcha Noticias* e o *Brasil de Fato*, surgem motivadas pela presença da esquerda na Presidência e, portanto, por

<sup>273</sup> Publicado na revista *Revista Ratio Juris*, vol. 14 N.º 28, de 2019. Disponível em: <[https://redib.org/Record/oai\\_articulo2417860-o-monop%C3%B3lio-da-verdade-na-era-das-fake-news](https://redib.org/Record/oai_articulo2417860-o-monop%C3%B3lio-da-verdade-na-era-das-fake-news)> Acesso em: 21 dez. 2020.

um cenário mais favorável à mídia contra-hegemônica (como defende Natalia Vinelli), e como todos os veículos aqui pesquisados passam a enfrentar um contexto muito maior de luta e resistência, incluindo sonegação de informações, repressão, agressões e aumento do volume de trabalho, com a presença de Maurício Macri na Presidência e no pós-golpe, no caso do Brasil. Isso sem contar os ataques cibernéticos, com ameaças, sofridos por veículos como a *Ponte*.

No que se refere à terminologia “jornalismo independente” é interessante como na Argentina esse termo tenta ser capitaneado pela grande imprensa, desde a época de 80. Primeiramente ele era usado por grandes jornais como *Clarín* e *La Nación* para diferenciar o trabalho da imprensa escrita da mídia de radiodifusão, ligada ao Estado e, no contexto neoliberal de privatizações, esses grandes grupos vendem a ideia de que para ser independente é preciso ser uma empresa comercial. Depois, há uma disputa entre esses grandes veículos e a mídia contra-hegemônica pelo uso da expressão “jornalismo independente”, no sentido que ambos defendem fazer um jornalismo comprometido com os fatos e de interesse da sociedade, sem estar enviesado. E à época da aprovação da “Ley de Medios”, entre 2008 e 2009, a pesquisadora Micaela Baldoni, entrevistada para esta pesquisa (e que escreveu um artigo científico sobre o tema, apontado no Capítulo 3), destaca como os grandes oligopólios midiáticos voltam a reforçar que são “independentes”, na tentativa deslegitimar as iniciativas de jornalismo que se posicionavam a favor da “Ley de Medios” e, conseqüentemente, em prol da democratização da comunicação. Baldoni explica essa questão, destacando que no período de “Ley de Medios” o discurso da independência acabou por ser desmascarado, mostrando que é impossível a existência de um jornalismo totalmente imparcial:

(...) ahí la idea de periodismo independiente se empieza a cuestionar. Por más que estos actores lo sostengan en la agenda pública, por primera vez cuestiona abiertamente que no hay ningún periodismo independiente que todo periodismo tiene algún tipo de subjetividad, algún punto de vista. Entonces eso que había sido tan hegemónico tan indiscutido empieza a ser cuestionado desde diferentes ámbitos. (...) Sí. El debate que se genera acá para mí es un caso casi inusitado (...) era un tema que se discutía en los bares —está bien uno pertenece a un círculo más cultivado si querés pero igualmente era un tema del que se hablaba en televisión. (BALDONI, 2019).

Quando pensamos em termos de Brasil, vemos que alguns grandes veículos, como a *Folha de S.Paulo*, também dizem fazer um jornalismo independente, em seu Manual de Redação, embora basta um rápido olhar para sua cobertura para perceber o enviesamento em prol das políticas neoliberais e outras pautas alinhadas a determinados grupos políticos e econômicos. Diversas iniciativas de mídia contra-hegemônica brasileiras também utilizam essa expressão, como a própria *Mídia NINJA* e a *Amazônia Real*, apesar de deixarem claro que se

posicionam em prol das bandeiras progressistas. Uma mostra de que ainda há muito o que se discutir no emprego dessas terminologias.

As iniciativas pesquisadas ainda se posicionam a favor da integração latino-americana, por entenderem que os povos de diferentes nações da região vivem as mesmas problemáticas que se relacionam ao passado de exploração imposto pelos colonizadores europeus, e que, somente unificando as lutas, é possível libertar essas populações. Nesse sentido, muitas delas possuem parcerias com mídias contra-hegemônicas de outras pátrias irmãs, embora esses elos sejam mais informais, muitas vezes por contato via grupos no *WhatsApp*, sem uma norma rígida para publicações, trocas de pauta e coberturas, conforme destacou Vivian Fernandes, em sua entrevista. Para Fausto Salvadori, da *Ponte*, as mídias contra-hegemônicas brasileiras ainda precisam avançar em termos de integração:

Já participei de um evento na Argentina. Quando a gente começa a ter contato com o jornalismo na América Latina, você percebe o quanto o Brasil é isolado. Eles conhecem uns aos outros, têm referências em comum. E dá até vergonha porque eles conhecem muito mais a gente do que a gente conhece eles. São capazes de falar de detalhes da política brasileira, das empresas brasileiras, que muitos brasileiros não são capazes. A mídia brasileira, no dia a dia, noticia muito mais o que se passa nos EUA do que se passa no Chile, na Argentina, na Bolívia. A gente fez parcerias com a *Anfibia* [revista argentina da mídia independente], por exemplo. A questão da língua sempre atrapalha, tudo tem que ser traduzido. No Peru, tem um site que fez matérias com Venezuela. Eles fazem parceria para publicar matérias sem alteração em diferentes países sem dificuldade. A gente fica olhando tanto para Jorge Floyd, mas os exemplos latinos têm muito mais a ver com a gente. A questão das periferias, povos originários, sistema prisional. A gente só teria a ganhar. A gente tem mais chance de superar isso, se integrar, do que as grandes mídias. Vamos ver o que o futuro nos aguarda. (SALVADORI, 2019).

Ainda no que se refere à integração das nações irmãs da região se destacam as assembleias da *Garganta* presentes em diferentes pontos do Brasil e em outros 11 países da “Pátria Grande”.

Um aspecto notado é a grande quantidade de parcerias entre os veículos contra-hegemônicos do próprio país, no sentido de apoio e ajuda mútua, para fortalecer a mídia independente como um todo. Conforme destacamos, a *Ponte* foi criada usando inicialmente a redação e a estrutura da *Agência Pública*. Hoje os dois veículos, ao lado da *Amazônia Real* e outros pesquisados participam do Festival i3, um dos eventos mais respeitados da cena do jornalismo digital na América Latina. A *Ponte* também possui parceria com o *Alma Preta* e já realizou matérias em conjunto com o *Projeto Colabora*, uma delas vencedora do *Prêmio Vladimir Herzog de Jornalismo e Direitos Humanos*.

No que se refere às formas de financiamento, para sustentação de suas atividades, o que encontramos nos veículos pesquisados reflete o panorama detectado no mapa sobre a mídia independente feito em 2016 pela *Agência Pública*.

O levantamento mostrou que das 79 iniciativas de mídia analisadas, 32 têm caráter comercial e 47 são sem fins lucrativos. Dos 57 veículos que possuem alguma forma de financiamento, 35 mencionaram fontes de renda variadas e 22, somente uma. As 22 outras organizações ainda não contam com financiamento. (AGÊNCIA PÚBLICA, online).

Também nas 14 iniciativas que estudamos encontram-se veículos constituídos como pessoa jurídica, como o *Página/12*, e outros sem fins lucrativos, como a *Agência Mural* e a *Énois*. Esses dois últimos ao lado da cooperativa *Lavaca*, da *Ponte*, da *Agencia Paco Urondo* e da *Amazônia Real* contam com variadas formas de entrada de recursos, seja para o veículo como um todo, seja para projetos pontuais. Esses aportes vêm desde doações de pessoas físicas (por campanhas no Catarse e através de outros mecanismos), passando por apoios de pessoas jurídicas (de institutos, fundações filantrópicas e entidades), editais de incentivo à educação e à cultura (municipais, estaduais e federais), a parcerias para produção e republicação de conteúdo. Alguns, como a *Lavaca*, ainda contam com verba oriunda de cursos e oficinas que realizam. *Lavaca* e *Agencia Paco Urondo* também recebem recursos públicos, via “Ley de Medios”, por intermédio do Fomeca (Fomento Concursable para *Medios* de Comunicación Audiovisual).

Vale destacar que enquanto alguns veículos como *Marcha* e *Emergentes* trabalham praticamente de forma totalmente idealista, sem a estruturação do meio como um negócio, outros, como a *Énois* e a *Ponte*, vêm aperfeiçoando a cada dia seus instrumentos de captação.

Ainda merecem destaque iniciativas que conquistaram uma capilaridade que garante uma forma autônoma de financiamento, como *La Garganta*, com a venda de sua revista e os fundos arrecadados por suas mais de 100 assembleias, e a *Mídia NINJA*, que se estrutura muito no sistema de trocas e parcerias do *Fora do Eixo*.

A estrutura dos veículos pesquisados, em geral, é bastante pequena, com redações variando entre quatro e 15 pessoas, no máximo. À exceção fica por conta do *Página/12*, que possui cerca de 200 pessoas em sua equipe (não só jornalistas). Poucos possuem uma redação física.

Em 2015, uma pesquisa encomendada pela Open Society Foundations, intitulada “Publicando por trocados: inovação em startups de jornalismo”<sup>274</sup> já havia mostrado um panorama parecido com o que encontramos: a maioria dos veículos analisados contava com uma “estrutura pequena, administrada por poucos funcionários em tempo integral e opera com modelos diversos de financiamento”,

Em 2016, em um estudo pioneiro sobre o impacto dos veículos nativos digitais, intitulado “Ponto de Inflexão”<sup>275</sup>, a *SembraMedia* analisou as formas de financiamento desses veículos, pontuando caminhos a serem seguidos. Ao todo, foram estudadas 100 *startups* de jornalismo digital, fundadas entre 1998 e 2016, em quatro países da América Latina: Argentina, Brasil, Colômbia e México, sendo escolhidos 25 veículos de cada país com tamanhos e estruturas variadas. O estudo mostrou que a chave para o sucesso do empreendedorismo nesse campo é a diversificação de receitas: 66% de todas as iniciativas analisadas possuíam três ou mais fontes de financiamento.

Em entrevista para o portal *NativoJor* (no texto “A conta do jornalismo nativo digital”), a fundadora da *SembraMedia*, Janine Warner, afirma:

O maior erro que eu vejo iniciativas nativas cometendo é: um monte de jornalista se reúne e só o que eles querem fazer é jornalismo. E eu gosto de dizer que isso é igual três chefes se unirem e decidirem abrir um restaurante. Alguém tem que organizar. Uma das coisas que aprendemos sobre abrir um modelo de negócios é que é necessário ter mentes que pensam o negócio no meio, ou um jornalista que decidiu focar em negócios, ou é muito difícil (WARNER apud NATIVOJOR, online).

Nesse sentido, podemos destacar a *Ponte Jornalismo*, que separou uma de suas integrantes (Maria Elisa Muntaner) apenas para cuidar de financiamentos, estratégia que, segundo os jornalistas do veículo, tem sido muito bem sucedida. Depois dessa mudança, a *Ponte* passou a vencer muitos editais. Quem também segue esse caminho é a *Énois*, que conta com um dos jovens formados na escola apenas para analisar editais e concursos com os quais o veículo pode aumentar seus aportes. Cabe lembrar ainda da figura de Kátia Brasil, da *Amazônia Real*, que antes de lançar a agência foi fazer um curso no Sebrae, para saber gerenciar o negócio, e estudou bastante o mercado do jornalismo independente.

O que podemos concluir é que o financiamento acaba sendo uma das principais questões a serem enfrentadas hoje pela mídia contra-hegemônica que vive um contrassenso: precisa

<sup>274</sup> Disponível em: <<https://www.cima.ned.org/wp-content/uploads/2015/11/PublishingforPeanuts.pdf>> Acesso em: 11 dez 2020.

<sup>275</sup> Disponível em: <<http://data.sembramedia.org/?lang=pt-br>> Acesso em: 11 dez. 2020.



manter a distribuição gratuita de seu conteúdo, para não bater de frente com a ideia de democratização da mídia e acesso à informação, mas, ao mesmo tempo, precisa convencer o público a apoiar suas atividades, pois sem recursos fica difícil para os jornalistas do veículo se dedicarem integralmente a ele, já que é preciso manter outro emprego que garanta as contas pagas em casa. Além disso, como ampliar a redação e remunerar de forma justa a equipe, se o veículo não tem verbas?

Uma curiosidade a ser destacada, no caso das mídias que recebem financiamentos de pessoas jurídicas, é que algumas fundações filantrópicas e institutos que apoiam à imprensa independente são ligadas a bancos e consultorias financeiras, alinhados ao sistema capitalista, como é o caso da Open Society Foundations. É interessante o fato dessas entidades investirem em iniciativas que comumente mostram as chagas do sistema que as alimenta. Sobre a polêmica, o pesquisador de jornalismo digital Ramón Salaverría, da Universidade de Navarra (Espanha), destaca, em entrevista ao *NativoJor*:

Se são fundações orientadas para o desenvolvimento social, da democracia, se isso faz parte dos princípios vetores dessas organizações, esses investimentos são perfeitamente lógicos. (...) Se uma fundação vai estar fornecendo apoio durante décadas a um projeto, aí eu já começaria a suspeitar. (SALAVERRÍA apud NATIVOJOR, online).

Dilemas à parte, coloca-se como essencial a discussão sobre formas de financiamento que garantam a sobrevivência da mídia independente, ainda mais considerando que no Brasil não contamos com um instrumento legal que preveja destinação de recursos a essa mídia. O que existe é um projeto de lei de 2014, de nº 7354, apresentado pela deputada Luciana Santos (PCdoB-PE), que cria o Fundo de Desenvolvimento da Mídia Independente (FDMI), com o objetivo de financiar programas, projetos e atividades desenvolvidas por veículos de comunicação que integram a mídia independente no país. O texto da proposta define como mídia independente emissoras de rádio e TV comunitárias, incluindo as utilizadas por organizações não governamentais (ONGs) e universidades, as rádios e TVs educativas, produtoras brasileiras regionais independentes e veículos de comunicação de pequeno porte. No entanto, o projeto, aprovado em 1º de dezembro de 2017 na Comissão de Cultura da Câmara dos Deputados, foi arquivado em 31 de janeiro de 2019, pela Mesa Diretora da Casa.

### 5.3.1 A Perspectiva Emancipatória

A análise dos veículos pesquisados reforça a importância do jornalismo emancipatório, conforme conceito do professor Dennis de Oliveira. As iniciativas contra-hegemônicas que

abraçam essa perspectiva são as que trabalham com mais legitimidade as pautas sobre os segmentos sociais oprimidos.

Começamos citando o caso do portal *Alma Preta*, que é feito por jornalistas negros e está em constante interação com o movimento negro, estudando sistematicamente as experiências dessa população, como propõe Oscar Jara. Outros veículos jornalísticos independentes hoje procuram o *Alma Preta*, quando querem abordar a questão racial de forma adequada. O veículo é o que melhor cobre as problemáticas relacionadas ao racismo estrutural, mostrando que a cobertura sobre o assunto não pode se limitar à denúncia de atos individuais de racismo e discriminação, como faz normalmente a grande mídia, e sim mostrar que o racismo intersecciona todas as áreas da nossa sociedade, que foi construída com a herança de um passado escravista, inclusive a própria mídia, que tem redações majoritariamente brancas. É emblemático o caso contado por Pedro Borges, cofundador do *Alma Preta* (na entrevista feita para esta pesquisa), de uma jornalista de um veículo tradicional que procurou o veículo para fazer uma parceria de produção de conteúdo, mas declinou quando Pedro explicou que o *Alma Preta* não se atém apenas a denúncias de casos pontuais de racismo. Isso demonstra o quanto os grandes meios de comunicação estão longe de cobrir a temática racial com a responsabilidade que ela merece, o que é bastante grave, considerando o grande alcance desses veículos, e levando em conta que boa parte da população brasileira é negra e não tem nem mesmo seu direito à vida garantido.

Também merece destaque a cobertura da *Ponte Jornalismo*. Além de estar tornando mais diversa a composição de sua redação, com integrantes negros, um repórter trans e jornalistas moradores da periferia, o veículo abraça a perspectiva emancipatória ao trabalhar como um dos princípios de seu fazer jornalístico a “escuta ativa”, como pontuou na entrevista a esta pesquisa a jornalista Maria Teresa Cruz, editora da *Ponte*. Essa escuta pode ser sintetizada na postura humilde e na vontade sincera de ouvir o outro, reconhecendo o outro como dono da verdadeira experiência a ser contada, uma dialogia de fato, como prega Paulo Freire, em que os dois lados saem conscientes sobre a questão tratada, e não uma mera transmissão de informação, que impede o conhecimento. Assim, mesmo não vivenciando em seu cotidiano o problema abordado em determinada pauta, o jornalista/comunicador pode fazer uma cobertura correta e aprofundada.

Dá pra fazer isso respeitando o outro. Tendo a escuta ativa, que é o que a gente sempre trabalha e o que a gente está falando aqui. É uma das coisas que

costumamos dizer, e que talvez nos diferencie (...) frente a outros veículos, é o protagonismo de quem está contando a história. (CRUZ, 2020).

A implementação desse princípio tem dado certo. Segundo Pedro Borges, a *Ponte* consegue fazer uma cobertura correta sobre o racismo estrutural. Por isso, o veículo é um dos que têm parceria firmada com o *Alma Preta*. Nas reportagens da *Ponte* sobre violência policial a questão racial quase sempre se mostra presente como questão geradora.

A diversidade na redação tem sido implementada na busca por um jornalismo mais representativo. “A gente não faz uma matéria LGBT sem consultar o Caê [repórter trans da *Ponte*]. Mesma coisa com o Junião [editor do veículo e que é militante do movimento negro], com relação a pautas que envolvem o racismo e direitos das pessoas negras”.

Na Argentina, o coletivo *Emergentes* também vem buscando uma redação com membros que tenham experiência sobre os assuntos abordados: “Tenemos una colaboradora, un varón trans, que es la persona que escribe cuando hay una manifestación contra los travesticidios o hay algo que está circulando con respecto a esa temática” (SAINZ, 2019). A escuta ativa, em questões em que ninguém da redação vive a problemática abordada, é igualmente exercitada.

A *Agencia Paco Urondo* mantém constante articulação com os segmentos sociais populares. É interessante a fala de seu cofundador, Enrique De la Calle, sobre o fato dele e outros membros do veículo se intitularem, com orgulho, como “jornalistas militantes”, no sentido de que também são ativistas articulados com os movimentos sociais, sensíveis às demandas destes e favoráveis às suas pautas. Tal postura converge com a tomada de posição esperada no jornalismo emancipatório. Não no sentido de levantar bandeiras na redação, mas de reconhecer, *a priori*, os sistemas de opressão, posicionando-se a favor dos oprimidos.

(...) es uno de los objetivos nuestros, de pensar un periodismo muy afianzado, muy vinculado con lo popular (...) las voces excluidas, no escuchadas (...) Por eso siempre intentamos hacer un periodismo (...) donde fuera muy importante la voz del otro, donde el rol del periodista estuviera pero siempre puesto a disposición de escuchar al otro (...). No ese rol que muchas tiene el periodismo tradicional que es de una cosa medio soberbia, de ponerse el periodismo por encima de lo que cuenta. (...) Por eso también la idea de periodismo militante, y de considerarnos militantes políticos antes que periodistas, porque ese vinculo con esas otras voces, ¿de dónde surgen? De la propia práctica política, de las propias articulaciones que tenemos. ¿Por qué hablamos con la madre de un chico que mató la policía en un caso de gatillo fácil? Porque participamos de distintas articulaciones locales, que se dan en el barrio X o Y, a partir de esa articulación, es que conocemos a esa madre. Conocemos a otra madre que tiene una organización que está luchando contra los casos de gatillo fácil en el barrio y a partir de esa articulación tenemos la voz de la otra madre. Se van a dando como en sintonía. No la idea del periodista que va al lugar excluido “a ver ¿alguien quiere decir algo?” Sino una articulación

más profunda, hay un vínculo político anterior muchas veces, incluso. (DE LA CALLE, 2019).

Nesse sentido podemos também destacar a cobertura feita pela agência *Amazônia Real*, que prioriza as narrativas das comunidades indígenas, dos ribeirinhos e dos quilombolas. A credibilidade conquistada pelo veículo é tanta que hoje a agência é constantemente procurada por esses povos, quando eles querem denunciar situações por eles enfrentadas (como o caso contado por Kátia Brasil, cofundadora da *Amazônia Real*, das etnias Guarani Kaiowá e Pankararu que entraram em contato para a agência cobrir os casos de violência contra seus povos, como uma maneira de dar visibilidade à questão). É a maior prova de que a cobertura produzida pela *Amazônia Real* conquistou o público retratado.

O *Brasil de Fato*, além de estar caminhando para tornar a redação mais diversa, conforme destacou a jornalista Vivian Fernandes, coordenadora do veículo, também mantém uma relação muito próxima com movimentos sociais, como a Via Campesina e o MST, centrais sindicais e diferentes entidades. E isso desde a sua fundação. O veículo organiza, inclusive, eventos em parceria com movimentos populares. É bastante respeitado no campo da mobilização social. Tal vínculo torna a perspectiva emancipatória uma constante na prática do *Brasil de Fato*.

A *Cosecha Roja*, com o objetivo de estar próxima das realidades vividas pelos povos oprimidos, promove cursos de narrativas jornalísticas focadas nas temáticas da desigualdade, pobreza, violência contra mulheres, crimes de ódio, racismo e ataques à comunidade LGBTQIA+, oferecendo bolsas de estudo para jornalistas estrangeiros, com prioridade para mulheres, negros e minorias em geral. É interessante esse viés de formação que o veículo possui, que se aproxima do trabalho feito pela escola *Énois*. Embora a *Énois* seja quase que 100% focada na formação (apesar de estar estudando novos rumos para o veículo). Também a *Ponte*, a *Amazônia Real*, além de *Lavaca e Emergentes* (no caso argentino), oferecem cursos de formação voltados à cobertura de questões ligadas aos povos oprimidos. Nesses cursos os palestrantes se colocam em pé de igualdade com os alunos, que são quem muitas vezes vivenciam, na prática, as problemáticas abordadas. É interessante lembrar do depoimento de Amanda Rahra a esta pesquisa. Amanda, que é cofundadora da *Énois*, relatou que quando ela e sua amiga começaram a criar o veículo, a partir de oficinas com jovens periféricos da ONG “Casa do Zezinho”, a perspectiva delas de estar ali para “ensinar” foi enterrada. As duas deixaram o que tinham em mente de lado e passaram a aprender com aqueles jovens, oferecendo sim a eles as técnicas jornalísticas, mas adquirindo muito conhecimento sobre os assuntos que

realmente são pauta na periferia e que, na perspectiva delas de mulheres brancas de classe média, não tinham sido cogitados.

Consideramos *La Garganta* como uma das principais iniciativas de jornalismo emancipatório na América Latina, uma vez que todo o processo de produção do veículo, da pauta, produção do conteúdo à estipulação do preço de vendas nas bancas da revista, e todas frentes de mobilização ligadas à organização, são decididas por membros da Villa Zavaleta e de outras comunidades que se relacionam por intermédio das 120 assembleias territoriais da organização em todas as províncias argentinas e em 12 países do continente. Claramente é uma iniciativa não só nascida dos povos oprimidos, como administrada e pensada diariamente por eles. Trata-se de uma experiência “da comunidade para a comunidade” e as celebridades convidadas para a revista são as que abraçam as causas dos povos *villeros* e ajudam a amplificá-las. Como destacou Fidel Ruiz em sua entrevista, “el iluminado [referindo-se a intelectuais, políticos e outras pessoas que vêm de fora da comunidade para “ensiná-la”] tiene que venir, pero con la mochila media vacía para también aprender el barrio”. A frase de Ruiz espelha perfeitamente a dialogia defendida por Freire nas ações culturais que se pretendam verdadeiramente emancipatórias.

O diálogo crítico e libertador, por isso mesmo que supõe a ação, tem que ser feito com os oprimidos, qualquer que seja o grau em que se esteja a luta, por libertação. Não um diálogo às escâncaras, que provoca a fúria e repressão maior do opressor. (...) Pretender a libertação destes sem a sua reflexão no ato desta libertação é transformá-los em objeto que se devesse salvar de um incêndio. É fazê-los cair em um engodo populista e transformá-los em massa de manobra. (FREIRE, 2005, p. 59).

Um dos trechos da entrevista com Ruiz que mais chamou a nossa atenção diz respeito a fala de menino da comunidade, numa situação em que os moradores da Zavaleta discutiam o que é liberdade. O garoto disse que liberdade era poder se alimentar. Ao ouvirmos Ruiz contar esse caso, lembramos de alguns discursos vindos de pessoas do campo progressista que julgam os moradores da periferia por votarem em candidatos conservadores ou frequentarem determinadas igrejas que lhes oferecem cestas básicas, por exemplo. Pensamos em como a fome é a maior das necessidades e se sobrepõe a qualquer discurso político, e como é importante conviver com pessoas que experienciam, de fato, essa problemática, para evitar conclusões simplistas e achismos e pensar em soluções que verdadeiramente possam resolver a questão.

Ainda sobre *La Garganta* é interessante destacar como o feminismo defendido pelo veículo se sintoniza perfeitamente com a realidade vivida pelas mulheres *villeras*, que, diferentemente das mulheres de classe média e classe média alta, sofrem mais com a violência

e não podem pagar alguém para cuidar de seus filhos, dentre outras questões. Aqui mais uma vez percebemos a importância de um jornalismo que tenha total sintonia com o oprimido, compreendendo profundamente sua situação. O protagonismo que essas mulheres possuem dentro da organização *La Poderosa*, desde sua fundação, é algo muito bonito de se ver. Aliás, toda comunidade, de acordo com Ruiz, tem consciência do seu poder de organização e das opressões que lhe são impostas no dia a dia. Sabem também que são sujeitos das transformações que buscam. Vemos aqui a articulação que o indivíduo faz entre seu cotidiano (o singular) e o universal (o contexto em que ele se encontra), graças ao jornalismo, como propõe Adelmo Genro Filho. Aqui também gostaríamos de destacar o feminismo comunitário coberto pela *Marcha Notícias*, que tem em sua redação militantes feministas e ativistas que mantêm constante contato e troca de experiências com mulheres dos povos originários.

Também apontamos o trabalho da *Agência Mural de Jornalismo das Periferias* como altamente representativo do jornalismo emancipatório. Os mais de 80 jovens correspondentes da agência nas periferias da Região Metropolitana de São Paulo sugerem pautas a partir do CEP de suas “quebradas”, fazendo um trabalho que a mídia hegemônica deveria executar, mas não faz, por se ater ao centro expandido. E porque se atém ao centro? Porque tem na composição de sua redação uma maioria de jornalistas que nunca pisaram num bairro periférico. A *Mural* tem mostrado que São Paulo e outros municípios próximos à metrópole são muito mais diversos do que se costuma pensar e que as periferias não podem ser resumidas a tiros e mortes. Há projetos incríveis em diversos âmbitos, como no cultural, ambiental, educacional e gastronômico, e especialistas que vivem nas periferias e possuem grande conhecimento em diferentes áreas. Esses especialistas não só podem como devem ser entrevistados, como fontes em reportagens. Aliás, também faz parte da prática do jornalismo emancipatório diversificar as fontes consultadas, e não reproduzir opiniões de vozes que já têm espaço garantido na grande mídia e nem sempre entendem do assunto abordado. Vale lembrar a pesquisa feita por Isabel Cristina Clavelin da Rosa, em sua dissertação de mestrado (comentada no Capítulo 2). Por meio da análise de conteúdo, Isabel mostrou que em 266 notícias publicadas pela versão *online* da *Folha de S.Paulo* em datas anteriores e posteriores a efemérides que tratam da questão racial (21 de março - Dia Internacional pela Eliminação da Discriminação Racial, 13 de maio - Dia da Abolição da Escravatura e 20 de novembro - Dia da Consciência Negra) poucas vozes representantes do movimento negro e do movimento das mulheres negras, fontes que têm real respaldo para falar sobre a temática, foram ouvidas. É óbvio que uma cobertura feita dessa maneira não conseguirá falar sobre racismo com responsabilidade. Nesse sentido, o *Alma Preta*,

como destacado na entrevista para esta tese, tem investido em um banco de fontes de especialistas negros. Aliás, essa preocupação com a diversidade das fontes também apareceu nas entrevistas feitas com a *Ponte Jornalismo*, o *Brasil de Fato*, a *Amazônia Real*, a *Énois*, o coletivo *Emergentes*, a *Agencia Paco Urondo* e a *Marcha Noticias*.

*Página 12* é o veículo que mais destoa dos meios pesquisados nesta tese. A começar por ser um jornal com estrutura grande e ter um público amplo, formado majoritariamente por pessoas da classe média e da classe média alta. Ele também se diferencia por ser um veículo tradicional, com mais de 30 anos de existência. De forma alguma menosprezamos a atuação do impresso por se diferente da dos demais. O papel que *Página/12* teve no processo de redemocratização argentina, ao afirmar os Direitos Humanos como bandeira inquestionável, a renovação que ele promoveu na linguagem jornalística, inspirando vários outros jornais, e a credibilidade que ele possui até hoje, junto a segmentos importantes da sociedade, foi e continua sendo essencial na luta contra-hegemônica não só da Argentina, mas de toda a América Latina. O jornal é um grande farol para muitas experiências de comunicação progressista do continente.

No entanto, no que se refere à perspectiva emancipatória, não conseguimos, em nossa análise, identificar aspectos no seu cotidiano de produção e na sua linha editorial que tenham afinidade com a dialogia proposta por Freire ou a análise de sistematização de experiências proposta por Jara. Na entrevista que fizemos, Martín Granovski, pioneiro e colunista do impresso, reforça que o jornal jamais quis se colocar como um meio alternativo. Sua meta sempre foi a de ser o principal jornal argentino, acima até mesmo dos diários hegemônicos, como *Clarín* e *La Nación*. Nesse sentido, embora certamente existam no jornal muitas reportagens construídas com a perspectiva emancipatória, por jornalistas que exercitam as práticas de Adelmo Genro Filho, Freire e Jara, o grosso da cobertura está mais focado em abordar os mesmos assuntos da mídia hegemônica (ou seja o que de mais importante está acontecendo na Argentina e no mundo), mas com uma narrativa diversa, progressista e destoante da visão neoliberal e conservadora. A fala de Granovsky é bem emblemática nesse sentido:

Hay otro elemento que es cuál es la agenda, cuál es la conversación pública. (...) En la conversación pública hay temas que son imprescindibles, ¿cierto?. Hay elecciones. Si usted habla de otra cosa que no son las elecciones ese día, usted es de Marte, Júpiter o Urano. ¿Cierto? O de la luna. Pero si tenés tres noticias para la tapa –el problema de *Página/12* es que tiene que elegir una noticia importante para la tapa, que a veces es una ventaja y a veces es un problema. Entonces hay que decidir una, porque la tapa tiene una noticia importante. Ese es el estilo. (GRANOVSKY, 2019).

A imagem da capa do portal do jornal, capturada em 31 de janeiro de 2020, também reforça esse aspecto:



Esse papel de “desmascarar” o que está por trás de políticas e movimentos que são altamente prejudiciais à classe trabalhadora, sem dúvida, é bastante importante e contribui, por intermédio do prestígio conquistado pelo jornal ao longo de décadas, para fazer visões mais solidárias e de interesse popular alcançarem a agenda pública argentina, barrando medidas nocivas ou fazendo com que elas sejam alteradas antes de serem implementadas. No entanto, o estudo mais sistemático de como determinadas ações da agenda neoliberal estão impactando no dia a dia das comunidades periféricas, imigrantes e indígenas acaba sendo contemplado mais por veículos que estão em interação constante com esses públicos, até porque esses veículos incluem em suas edições pautas pertinentes a esses povos, que estão fora da agenda pública nacional.

O que podemos considerar, ao final dessa análise, é que todos os veículos estudados têm contribuído significativamente para que outras narrativas, que não as dos setores que sempre exploraram os povos argentinos e brasileiros, sejam destacadas e aprofundadas, condição que é essencial em um ambiente em que a democratização da comunicação não é garantida pelo Estado. Cada veículo possui um papel na batalha contra-hegemônica e os que abraçam o chamado “jornalismo emancipatório” têm o mérito de oferecer verdadeiro protagonismo aos



segmentos sociais oprimidos. Encontramo-nos em um momento em que grupos que durante séculos tiveram seus direitos negados ganham força e possuem a internet para impor suas vozes. Por isso mesmo começam a ser valorizados até mesmo pela mídia hegemônica que, por questões de marketing e audiência, sabe que não pode perder o bonde dessa discussão (embora continue ignorando a verdadeira opressão feita a esses povos, por exemplo, deixando de fazer uma cobertura adequada sobre racismo). Nesse quadro, executar uma comunicação contra-hegemônica emancipatória é uma postura estratégica e condizente com a intenção de quem realmente objetiva fazer um jornalismo libertador.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

De seus respiros iniciais, com o surgimento dos primeiros impressos produzidos por figuras políticas proeminentes no período colonial, à formação dos grandes conglomerados midiáticos que dominam a comunicação no século XXI, o jornalismo argentino e o brasileiro sempre tiveram como traço o elitismo, uma marca também presente na imprensa de outras nações latino-americanas.

Mesmo a vertente radical da pulsante imprensa da fase da Independência nos dois países, que propunha ideias mais ousadas de emancipação em relação à Metrópole, não trazia as vozes e as demandas daqueles que no dia a dia estavam sendo explorados e oprimidos para construir as novas nações: a população indígena e seus descendentes (verdadeiros donos dessas terras), a população negra, os segmentos sociais mestiços e todos os outros grupos que faziam parte do campo popular. As mulheres também estavam alijadas das narrativas presentes nos jornais.

Nosso jornalismo nunca representou a “caixa acústica de ressonância de todas as ideias” que *Ciro Marcondes Filho* (2000) cita para qualificar a imprensa que nasce com a ascensão da burguesia na Europa, no período chamado como “Primeiro Jornalismo”. Tratava-se de uma etapa em que a imprensa começava a ser chamada de “quarto poder”; uma força livre da ação governamental e de controles externos, a serviço de toda a sociedade, com o objetivo de garantir a democracia. Era a fase do surgimento do que *Jürgen Habermas* (2014) chama de “esfera pública”, uma arena autônoma e aberta de discussões que fiscaliza as ações do Estado e debate questões importantes para toda a sociedade, algo que não será visto nas terras latino-americanas. Como aponta *Eduardo Galeano* (1982), a “burguesia” que surge em nossos territórios está bem distante daquela vista na Europa e que impulsionou uma imprensa livre. Não havia um comprometimento, por parte desse grupo, em desenvolver um capitalismo nacional, e sim em se alinhar ao internacional, de forma dependente. Além disso, no caso do Brasil, mantivemos a ordem social servil-escravocrata da economia colonial e todos os privilégios a ela relacionados, como destaca o sociólogo *Florestan Fernandes* (1975), referindo-se à peculiar “Modernidade brasileira”. Ou seja, os segmentos sociais populares continuaram em uma situação subalterna e o racismo, como pontua *Aníbal Quijano* (2005), serviu de base para justificar essa subalternidade, estabelecendo um padrão hierárquico de dominação daqueles que tinham pele branca sobre os que não que não possuíam. O jornalismo nascente nos dois países refletiu todo esse quadro.

Afora ter sempre se posicionado a favor das pautas de interesse das burguesias comerciais e urbanas e das oligarquias rurais, sem considerar as problemáticas dos oprimidos, a imprensa argentina e brasileira prestou um desserviço à população em diversos momentos da recente história do continente. No século XX e XXI ajudou a consolidar diferentes Golpes de Estado, contrariando seu princípio liberal de ser um esteio da democracia. Nas últimas ditaduras militares brasileira (1964-1985) e argentina (1976-1983) os principais veículos jornalísticos, em especial os grupos *Globo* e *Clarín*, abraçaram o argumento de defesa da segurança nacional para justificar a supressão de direitos civis e políticos e a perseguição, tortura e assassinato e/ou desaparecimento de mais de 400 brasileiros e 30 mil argentinos. Enquanto famílias choravam a dor de seus desaparecidos, os noticiários dos principais veículos de comunicação nos dois países mostravam uma nação promissora e em paz. Somente quando a censura e a violência se impuseram de forma sufocável, também sobre a imprensa e que os movimentos populares de resistência começaram a ganhar força, envolvendo diferentes setores da sociedade civil, foi que, pouco a pouco, os meios de comunicação hegemônicos começaram a rever sua posição.

Essa imprensa também sempre se posicionou contra lideranças e governos progressistas, que acenaram ou promoveram políticas em benefício de segmentos sociais vulneráveis ou propuseram uma postura mais ativa e emancipadora nas relações internacionais. Haja vista o comportamento da grande mídia durante os oito anos do governo Lula e seu posicionamento reativo diante da formação do BRICS (grupo geopolítico formado por Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul), em 2006, e da Unasul (União de Nações Sul-Americanas), em 2008. Em contrapartida, essa imprensa nunca escondeu sua preferência por acordos econômicos firmados com blocos hegemônicos e mantém o apoio inquestionável a agenda neoliberal, colocando como “necessárias” e “inadiáveis” medidas altamente prejudiciais à classe trabalhadora, como a Reforma da Previdência aprovada na Argentina e no Brasil em 2017 e 2019, respectivamente. Isso sem contar a produção de uma cobertura deficiente, marcada, dentre outros pontos, pela reprodução do racismo estrutural (além de refletir estereótipos e preconceitos, a mídia não consegue enxergar o racismo de maneira aprofundada, como algo que perpassa todas as esferas da sociedade, inclusive a composição das redações jornalísticas) e pela criminalização da população periférica.

Por todo esse histórico, as iniciativas de comunicação argentinas e brasileiras que se contrapõem à lógica dos grandes oligopólios midiáticos têm representado um dos raros espaços para que grupos secularmente oprimidos, e o campo popular em geral, possam ver seus

interesses repercutidos. Elas podem ser classificadas, de acordo com Williams (1979), no campo da contra-hegemonia, no qual classes opositoras buscam rachaduras no dique das classes que conquistaram temporariamente a hegemonia, para reverter as condições de subalternidade e marginalização impostas pelo capitalismo.

Quando analisamos todas as conquistas obtidas pela classe operária, graças a diferentes mobilizações em parte impulsionadas por jornais produzidos “por e para” trabalhadores, constatamos a importância da comunicação contra-hegemônica. Impressos como *La Vanguardia*, na Argentina, e *A Classe Operária* e *Voz Operária*, no Brasil, foram essenciais não só para instigar o operariado à luta, mas para amplificar as suas pautas, pressionando o patronato e o Estado. A maior prova dessa influência foi a atuação autoritária dos governos populistas de Perón e Vargas sobre as entidades sindicais e seus órgãos, cooptando parte delas e reprimindo aquelas de oposição.

Da mesma forma chegamos a essa conclusão, quando observamos a contribuição da imprensa negra e da imprensa feminista aos direitos conquistados duramente pela população negra e pelas mulheres, ainda que haja muito a ser avançado – e a luta prossegue, já que, na prática, muitos desses direitos não se consolidam de forma isonômica. Foi a partir da batalha árdua liderada por companheiras como Bertha Lutz, em publicações como a *Revista da Semana*, que as mulheres conseguiram fazer suas pautas, como o direito ao voto, serem amplificadas e ouvidas. Claro que isso por si só não garantiu o atendimento a esse direito, mas certamente a comunicação nesses impressos ofereceu grande ajuda.

Mostramos, no Capítulo 4 desta tese que a comunicação contra-hegemônica não se limita à imprensa de resistência às ditaduras militares, que foi extremamente importante para manter viva as estratégias e a mobilização dos grupos de oposição, denunciar a tortura e os assassinatos e desestabilizar o regime, mostrando as falhas de sua política econômica, por exemplo. Sua atuação é ampla e diversificada, e tem sido essencial desde o século XIX, tendo ganhado força a partir do surgimento da internet e do avanço das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTICs) que, em um cenário de domínio da comunicação por um pequeno grupo de oligopólios midiáticos, têm permitido a entrada de novos atores, por intermédio de veículos mais acessíveis financeiramente falando (em comparação à mídia contra-hegemônica impressa, por exemplo), como blogs, sites, canais no *YouTube* e perfis em diferentes redes sociais. Com essas plataformas, que permitem atingir um público grande, inclusive pessoas de outros países, a mídia contra-hegemônica contemporânea tem conseguido, diversas vezes, mostrar que o viés de cobertura de um veículo do campo hegemônico está

manipulado e/ou apresenta fissuras, que distanciam aquele texto da realidade. Em um cenário favorável ao ciberativismo e ao jornalismo colaborativo, fica difícil distorcer a informação sem ser desmascarado. Uma situação como a ocorrida em 25 de janeiro de 1984, quando a *TV Globo* fez uma cobertura ao vivo do comício das Diretas Já, na Praça da Sé, em São Paulo, afirmando que as pessoas estavam ali reunidas para celebrar o aniversário da cidade de São Paulo (LIMA, 2004), é difícil de vingar nos dias atuais. Qualquer pessoa na multidão com um celular conectado pode em segundos colocar a narrativa verdadeira no ar, desmontando a versão do oligopólio. Foi assim, aliás, que surgiu a *Mídia NINJA*, em 2013, nas manifestações iniciadas contra o aumento da tarifa no transporte público, como apontamos no Capítulo anterior. Diretamente do meio das manifestações, a *NINJA* mostrava, com vídeos e imagens publicados na internet, que a narrativa de violência atribuída aos manifestantes era enganosa.

Algumas vezes essa nova mídia contra-hegemônica digital tem conseguido até mesmo fazer os grandes veículos de comunicação terem de se explicar sobre determinados direcionamentos no campo editorial. Um exemplo é a série de reportagens do *The Intercept Brasil*, divulgada a partir de 9 de junho de 2019 e intitulada como “Vaza Jato”, que não só desmontou boa parte da narrativa da grande mídia que apresentava o juiz Sérgio Moro como herói na luta contra a corrupção, como trouxe indícios de envolvimento do maior grupo de comunicação do país, a *TV Globo*, num esquema de acesso adiantado a grampos considerados ilegais, tudo voltado a prejudicar o ex-presidente Lula, que até o início de 2018 se apresentava como líder das pesquisas de intenção de voto à Presidência. Um dia depois do lançamento da série de reportagens, o *Jornal Nacional*, da *TV Globo*, trouxe uma matéria tentando deslegitimar a denúncia, dizendo que as falas vazadas, e recebidas pelo *Intercept* por intermédio do aplicativo *Telegram*, eram “atribuídas” a Moro e ao procurador Deltan Dallagnol. O uso do termo “atribuídas” e outros pontos da reportagem davam a entender que não se podia confirmar a veracidade das mensagens. Interessante é que nesse primeiro momento nem mesmo Moro questionava essa veracidade. Dias depois o *Fantástico*, outro programa de grande audiência da emissora (exibido aos domingos à noite), trouxe uma longa reportagem toda voltada a provar a impossibilidade técnica de se determinar a origem das mensagens interceptadas.

Como destaca o texto de 18 de junho de 2019, do portal *Esquerda Diário*<sup>276</sup>:

A partir da entrevista de um professor de engenharia da comunicação da USP, reafirmou-se a existência de uma série de elementos técnicos de funcionamento

<sup>276</sup> Intitulado “Em reportagem sobre a Vaza Jato, Globo renova o seu compromisso na defesa do golpismo”. Disponível em: < [http://www.esquerdadiario.com.br/spip.php?page=gacetilla-articulo&id\\_article=29322](http://www.esquerdadiario.com.br/spip.php?page=gacetilla-articulo&id_article=29322)> Acesso em: 10 jan. 2020.

do Telegram que contrariam a visão comum de que seja um aplicativo mais “seguro”, apontando brechas no sistema de segurança que possibilitam a invasão de hackers. Assim, buscou corroborar a hipótese apontada pelo próprio super ministro Moro e o procurador Dallagnol, que depois de uma mudança de discurso em relação às declarações iniciais feitas logo após o vazamento do Intercept (nas quais reconheciam a autoria das mensagens), passaram a sustentar a versão de terem sido vítimas de um “ataque criminoso”. (ESQUERDA DIÁRIO, 2019, online).

Na pesquisa para essa tese, a partir da amostra de 14 entrevistas que realizamos com representantes de iniciativas de comunicação contra-hegemônica na Argentina e no Brasil, incluindo visita a algumas redações para conhecer a dinâmica de trabalho dos veículos estudados, constatamos a importante contribuição desses meios no momento atual. Todos eles, sem exceção, têm conseguido oferecer narrativas diversas às da mídia hegemônica, contribuindo para que as versões oferecidas pelos oligopólios de comunicação não sejam automaticamente “compradas”, e que outros contares, mais solidários, justos e verdadeiramente plurais sejam considerados. No entanto, quando fazemos a comparação entre as iniciativas pesquisadas, percebemos a confirmação da hipótese desta pesquisa, ou seja, os veículos que, para além de oferecem uma contra-narrativa, procuram incluir outras pautas, como as de segmentos sociais historicamente alijados, a partir de um diálogo constante com esses segmentos, enxergando-os como ricos em termos políticos e em termos de experiências que somente por eles são vividas, conseguem fazer uma comunicação mais efetiva, que verdadeiramente “toca” esses públicos e que pode contribuir para a libertação dos povos latino-americanos. Nos referimos aqui àqueles veículos que abraçam o jornalismo emancipatório, de acordo com o conceito do professor Dennis de Oliveira (2017), formulado a partir dos aportes teóricos de Adélmo Genro Filho, Paulo Freire e Oscar Jara.

Assim como o diálogo de libertação feito sem o oprimido não passa de uma objetificação desse oprimido, como defende Freire (2005), defendemos que a comunicação contra-hegemônica que fala em nome dos segmentos sociais explorados, mas sem considerar e analisar as experiências deles, a partir dos relatos deles, acaba se aproximando mais de uma propaganda ideológica do que um instrumento que provoca a conscientização coletiva contra os sistemas de opressão.

É preciso um estudo sistematizado das experiências dos povos oprimidos, como propõe Jara, com o entendimento da complexidade vivida por eles. E nesse estudo é necessária uma tomada de posição, inclusive partindo do fato de que alguns segmentos sociais são mais prejudicados que outros, como a população negra, as mulheres, a população LGBTQIA+, os imigrantes que descendem de povos sul-americanos e os moradores das periferias das grandes

idades, por exemplo. Não estamos falando aqui de suposições e devaneios, mas de fatos que foram comprovados em diversos estudos citados ao longo dessa tese. É fato, por exemplo, que os negros são os que mais morrem, os que estão nos postos de trabalho mais baixos e os que possuem os piores salários. Negar ou ignorar esses dados é contribuir para uma estrutura que século após século vem mantendo essa desigualdade.

Nesse sentido, iniciativas que mantêm constante vínculo com os movimentos sociais e a população periférica, e que consideram as peculiaridades dentre os povos oprimidos, partindo de suas vozes para construir as narrativas, e incluindo a perspectiva racial e de gênero em suas pautas, como *La Garganta Poderosa*, *Emergentes*, *Marcha Noticias*, *Agencia Paco Urondo*, *Cosecha Roja*, *Brasil de Fato*, *Ponte Jornalismo*, *Alma Preta*, *Amazônia Real*, *Énois*, *Agência Mural*, dentre outras aqui estudadas, a nosso ver, conseguem cumprir melhor o sentido de comunicação de Freire: a co-participação de sujeitos no ato de conhecer, que leva à verdadeira conscientização.

Voltando à ideia de que não basta fazer uma contraposição ideológica à da mídia hegemônica, gostaríamos de citar um exemplo, focado nos moradores das regiões periféricas. Essas regiões comumente são transformadas em notícia, nos grandes meios de comunicação, quando são palco para a violência. O que a *Agência Mural* faz, para além de denunciar esse viés na cobertura da grande mídia, é oferecer notícias da periferia sobre projetos culturais, ações tecnológicas e ambientais inteligentes, opções gastronômicas e mostrar as demandas não atendidas pelo Estado. Tudo isso é pautado, produzido e divulgado a partir do ponto de vista de quem mora nas periferias e conhece fatos e fontes que os jornalistas dos meios de comunicação hegemônica desconhecem, por serem, em boa parte, moradores do centro expandido e escreverem para pessoas que vivem nesse centro. O mesmo vale para o trabalho feito por *La Garganta Poderosa*, na Argentina. O veículo criado pelos moradores da favela Villa Zavaleta, em Buenos Aires, vai além de denunciar a cobertura negativa da grande imprensa, que mostra a Zavaleta e outras comunidades como uma “antessala da morte”. *La Garganta* noticia coisas boas que são feitas pelos moradores da comunidade, como as rodas de leitura de contos, as comedorias populares e o grupo criado pelos moradores para fiscalizar as forças de segurança pública, que normalmente cometem abusos contra a população periférica.

O relato de Kátia Brasil, da *Amazônia Real*, também é ilustrativo nesse sentido. Ela conta que uma das motivações para ter criado o veículo foi o fato de ter trabalhado durante muitos anos na *Folha de S.Paulo* e ter percebido que, na grande imprensa, a diretriz é produzir um conteúdo focado nos grandes centros, enquanto que as regiões Norte e Nordeste do país,

periféricas em relação a São Paulo, ficam marginalizadas na cobertura, como nas manifestações de 2013, quando as pautas da população da Amazônia não apareciam nas páginas e nos programas dos oligopólios midiáticos. Portanto, se o veículo fosse seguir a agenda pública da grande mídia para desmontá-la, numa mera contraposição ideológica, não conseguiria atender as demandas da população indígena, tampouco as dos povos ribeirinhos da Amazônia, segmentos sociais raramente retratados nos meios de comunicação oligopolizados.

Portanto, mais do que desmascarar o discurso da mídia hegemônica, com textos muitas vezes produzidos de intelectuais para intelectuais, é preciso trazer assuntos que não são tratados, demandas não noticiadas, complexidades não abordadas, com todos os ângulos de uma situação sendo considerados.

Não se pretende aqui desconsiderar a importância da abordagem de pautas mais macro, da política e da economia (como se elas tivessem que receber uma atenção menor que as pautas relacionadas aos Direitos Humanos e questões específicas dos povos oprimidos), até porque essas pautas “macro” aprofundam a opressão dos grupos historicamente esquecidos. Essas pautas precisam sim ser retratadas, mas saindo do escopo genérico de cobertura da mídia hegemônica. É preciso problematizá-las, aprofundá-las e entronizá-las na realidade dos segmentos oprimidos, mostrando seus diferentes impactos. É o que fez a repórter Nataly Simões, do portal *Alma Preta*, ao mostrar que a Reforma da Previdência, aprovada em 2019 atinge todos os trabalhadores, mas especialmente os mais pobres e as mulheres negras, já que esse grupo representa a maior parcela da população submetida a relações precárias de trabalho, com uma taxa de 39,1%, de acordo com a estimativa do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea).

Também não pretendemos propor, com nossa pesquisa, uma divisão no campo da comunicação contra-hegemônica, pois nas entrevistas que fizemos, e com as quais concordamos, falou-se muita da necessidade de união entre todas essas iniciativas, por mais diferentes que elas sejam. Não só a união dentro do Brasil e da Argentina, mas entre Brasil e Argentina e iniciativas de outras nações latino-americanas, cujos povos vivem as mesmas problemáticas e opressões.

O que defendemos é que a comunicação contra-hegemônica pode oferecer uma contribuição ainda maior do que a que vem sendo ofertada, abraçando a perspectiva emancipatória que observamos na grande maioria dos veículos aqui analisados. E nesse caminho, vale destacar que muitos desses veículos, para oferecem coberturas mais corretas e



representativas, têm tornado sua redação mais diversa, com repórteres negros, transsexuais, mulheres e moradores das periferias, e procurado também ouvir outras fontes, que não aquelas que tradicionalmente são consultadas pela grande imprensa. É o caso da *Ponte*, do *Brasil de Fato*, do *Emergentes*, da *Agencia Paco Urondo*. Isso sem contar os veículos totalmente produzidos por esses públicos, como o *Alma Preta*, a *Mural*, a *Énois* e *La Garganta Poderosa*. Embora, como destacamos no Capítulo anterior, é possível sim fazer um jornalismo representativo e correto sem ter lugar de fala no tema abordado. Para isso, basta, conforme destacou a jornalista Maria Teresa Cruz, da *Ponte*, que seja feita uma “escuta ativa”, partindo da voz daquele que verdadeiramente vivencia a temática abordada, para escrever sobre o tema.

Claro que o jornalismo emancipatório não é solução para todos os desafios da comunicação contra-hegemônica no século XXI. Há outras questões que encontramos nessa pesquisa.

Há muito o que se discutir, por exemplo, no que diz respeito ao financiamento dessa mídia. Diferentemente de outros países, como a Itália e a própria Argentina (que conta com o Fomeca, via “Ley de Medios”), não temos nenhuma política de comunicação ou medida do Estado voltada a apoiar a comunicação alternativa. Além disso, na análise das 14 experiências estudadas, percebemos diferentes níveis de organização e maturidade em relação ao problema do financiamento. Enquanto alguns veículos, como a *Marcha Noticias*, convivem com a ameaça constante de a qualquer momento terem de encerrar suas atividades, por estarem trabalhando praticamente sem recursos, por mero idealismo, outros estão começando, agora, a se organizar, como a *Ponte Jornalismo*, que separou uma pessoa da equipe só para cuidar de apoios financeiros (o que vem demonstrando resultados positivos), e existem aqueles que já estão mais organizados, contando com diferentes formas de sustentação, desde a participação em concursos culturais de entes municipais e estaduais a aportes vindos de fundações filantrópicas, cursos, contribuições de pessoas físicas, dentre outros. No entanto, mesmo os mais organizados estão numa luta permanente de análise de editais dos quais podem participar e outros instrumentos que os permitam conseguir verbas, já que muitos dos recursos obtidos vêm para projetos de comunicação específicos, com tempo determinado para serem utilizados. Passado aquele período, a verba acaba. Ou seja, não contam com fontes seguras de recursos permanentes. Conforme apontamos, um projeto de lei chegou a ser apresentado no Congresso brasileiro em 2014, com o objetivo de financiar programas, projetos e atividades desenvolvidas por veículos de comunicação que integram a mídia alternativa, mas ele foi arquivado em 2019.

No resgate que fizemos das iniciativas de mídia contra-hegemônica desde o século XIX na Argentina e no Brasil percebemos que esse já era um problema frequente, que levou ao encerramento de alguns jornais. Muitas das iniciativas estudadas em nossa pesquisa não cobram pelo acesso ao seu conteúdo por entenderem que, se fizerem isso, estarão afetando a ideia de democratização da comunicação. Sendo assim, a sustentação financeira acaba sendo focada na busca de apoiadores. Hoje esse debate é polêmico, com atores que acreditam que podem sim cobrar pelo conteúdo, uma vez que fazem um jornalismo com qualidade até mesmo superior à da grande imprensa. *Página 12*, por exemplo, é comercializado. Conforme mostramos, ao citarmos a experiência de parceria entre diversas mídias independentes na produção do canal *Reload*, essa qualidade realmente se comprova. Hoje os veículos de jornalismo contra-hegemônico têm angariado prêmios que a grande imprensa, com toda sua estrutura, não tem conseguido conquistar. E isso com uma linguagem inovadora e condizente com o momento de convergência midiática, apontado por Henry Jenkins (2009). Como sustentar financeiramente essa mídia é uma questão a ser resolvida, que precisará de um consenso entre os setores envolvidos.

Outro desafio a ser vencido, e que necessitará de grande mobilização dos campos progressistas argentino e brasileiro, diz respeito a uma regulação efetiva da área de comunicação, que é essencial para contribuir com a democratização da mídia, de fato. Essa regulação precisa passar por alguns pontos-chave: a desconcentração da propriedade dos meios, que tanto no Brasil como na Argentina é cruzada (ou seja, os veículos desdobram sua atividade primeira para várias outras áreas midiáticas); a garantia de uma produção de conteúdo mais diversa e menos concentrada nos grandes centros urbanos, em especial no caso do Brasil, considerando toda imensidão do nosso território, que envolve diferentes culturas; e a abertura do setor para novos atores, incluindo aqueles sem fins lucrativos, como ONGs, sindicatos, associações, dentre outros.

Os governos kirchenrista e petista, que poderiam ter levado adiante essa regulação por estarem sintonizados e apoiados por ativistas e movimentos ligados à democratização da mídia, perderam essa oportunidade histórica. A “Ley de Medios”, como pontua Martín Becerra (2017), não teve seus pontos principais implementados no governo Cristina Fernández de Kirchner, como os artigos que exigiam a desconcentração da propriedade, e o lançamento de novos concursos para outorgar licenças de rádio e TV para entidades e organizações sem fins lucrativos (a lei previa 33% do espectro de radiodifusão para esses setores, mas poucos concursos foram abertos. O governo Cristina gastou muita energia em sua guerra contra o

*Clarín*, deixando esses pontos de lado). No Brasil houve ainda menos avanços, pois nem menos uma lei foi criada. A pressão dos oligopólios e dos setores conservadores levou o governo petista a engavetar diversas medidas que poderiam caminhar no sentido da democratização da mídia, como o III Plano Nacional de Direitos Humanos (de 2009) e a tentativa de transformação da Ancine (Agência Nacional de Cinema) na Ancinav (Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual), em 2004, que teria o objetivo de fiscalizar a produção e distribuição dos conteúdos audiovisuais no país, equilibrando as condições de participação da indústria cinematográfica e audiovisual nacional frente à produção internacional e ao monopólio de empresas de produção e distribuição de massa, garantindo e protegendo a diversidade e a competitividade no mercado do audiovisual. Portanto, embora esses governos tenham promovido inovações positivas na comunicação, questões centrais referentes à regulação não foram enfrentadas, mantendo o quadro de não garantia do direito à comunicação, que impede uma democracia de fato nos dois países.

Cabe à mídia contra-hegemônica estimular esse debate e aos setores progressistas se mobilizarem para pressionar o Estado a implementar as políticas de comunicação necessárias. Nesse momento, de um governo de extrema direita no Brasil, a luta se torna ainda mais dificultosa. Na Argentina, os movimentos sociais e setores ligados à democratização da comunicação têm mais espaço e chance de lutar pela retomada desse debate na agenda política, uma vez que o país conta com a volta das forças progressistas ao poder.

Acreditamos que esses desafios, se vencidos, somados a uma prática emancipatória já seguida pelas iniciativas aqui analisadas, podem alavancar a comunicação contra-hegemônica, contribuindo significativamente para a conscientização coletiva dos povos argentinos e brasileiros, na luta contra a opressão histórica que assola os segmentos populares dessas nações. Como disse Nelson Mandela: “Se você falar com um homem numa linguagem que ele compreende, isso entra na cabeça dele. Se você falar com ele em sua própria linguagem, você atinge seu coração”. Que as iniciativas contra-hegemônicas possam mergulhar nas experiências dos oprimidos, para conhecer suas verdades e, desta forma, tocar seus corações.

Finalizamos as considerações sobre essa pesquisa não com um ponto final, mas com uma vírgula, que antecede futuras sentenças voltadas a complementar o estudo aqui realizado. A comunicação contra-hegemônica na contemporaneidade apresenta-se como um campo amplo e fértil para a investigação. Nos interessaria muito, por exemplo, pesquisar as estratégias e o fazer jornalístico de veículos contra-hegemônicos de outros países latino-americanos, averiguando possíveis semelhanças e diferenças em relação às iniciativas argentinas e

brasileiras. Seria muito instigante também focalizar a pesquisa em um dos segmentos da comunicação contra-hegemônica, como o setor das rádios comunitárias na América Latina, que, a nosso ver, colabora significativamente no jornalismo hiperlocal, elevando a voz de diferentes comunidades. Também seria interessante aprofundar a pesquisa sobre as inovações em termos de conteúdo, estética e linguagem da comunicação contra-hegemônica produzida hoje em diferentes países do continente. Como se vê, são muitas as frases que ainda podem ser escritas após a “vírgula” aqui proposta. Que essas novas sentenças possam ser grafadas por mim, em futuros estudos, ou por outros pesquisadores que reconhecem na comunicação contra-hegemônica um papel essencial.

## REFERÊNCIAS

ABEL, E. **Hutchins Revisitado: Trinta e Cinco Anos da Teoria da Responsabilidade Social** in SCHMUHL, Robert (org). *As responsabilidades do jornalismo*. Rio de Janeiro: Editorial Nórdica, 1984.

ABRA. **TVs impõem padrão japonês.** Disponível em: < <http://abra.art.br/blog/2012/02/28/tvs-impoe-padrao-japones/>> Acesso em: 12 jan 2020.

ABRAMO, P. **Padrões de manipulação na grande imprensa.** São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2004. 63p.

ACKERMAN, S. E. **Página/12** – La articulación como transformación. 2018. In: Repositório da Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo A. Podestá", Universidad Nacional de Villa María. Disponível em: [http://biblio.unvm.edu.ar/opac\\_css/doc\\_num.php?explnum\\_id=2072](http://biblio.unvm.edu.ar/opac_css/doc_num.php?explnum_id=2072) Acesso em: 10 nov. 2020.

ADORNO, L. **Abordagem nos Jardins tem de ser diferente, diz comandante da Rota.** Folha Online. 24 ago. 2017. Disponível em:< <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2017/08/1912588-abordagem-nos-jardins-tem-de-ser-diferente-diz-comandante-da-rota.shtml>> Acesso em: 17 dez. 2020.

AGÊNCIA CLANDESTINA DE notícias. Trecho publicado no site da revista Sudestada. Disponível em:<<https://www.revistasudestada.com.ar/articulo/1200/el-libro/>> Acesso em: 14 jul. 2020.

ALAMINO, C. **Presídio Maria Zélia: Repressão Política no Governo Constitucional de Getúlio Vargas.** Tese apresentada ao programa de Pós-Graduação em História, da Universidade Federal de Santa Catarina, em 2018. Disponível em:< <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/188787/PHST0612-T.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> Acesso em: 15 jun. 2020.

ALBANO, S. G. **Estado, instrução e imprensa na origem da América Latina.** Artigo apresentado no 7º Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, realizado de 19 a 21 de agosto de 2009, organizado pela Unifor em Fortaleza/CE, com o tema "Mídia Alternativa e alternativas midiáticas". Disponível em: < <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/7o-encontro-2009-1/Estado-%20instrucao%20e%20imprensa%20na%20origem%20da%20America%20Latina.pdf>> Acesso em: 10 out. 2018.

ALENCAR, V. **É preciso bom senso ao pedir fontes para jornalistas das periferias.** Agência Mural de Jornalismo das Periferias. 27 ago. 2020. Disponível em: <https://mural.blogfolha.uol.com.br/2020/08/27/e-preciso-bom-senso-ao-pedir-fontes-para-jornalistas-das-periferias/>. Acesso em: 16 nov. 2020.

AMIANO, D. La Nación. Rock. **La increíble aventura de Expreso Imaginario**, publicado em 18 de agosto de 2006. Disponível em:< <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/musica/la-increible-aventura-de-expreso-imaginario-nid832447/>> Acesso em: 26 jul. 2020.

AMORIM, P. H. **O quarto poder: uma outra história.** São Paulo: Hedra, 2015.

ANJ; ABERT; ANER. **Nota Decreto ameaça liberdade**. Publicada na íntegra pela Folha de S.Paulo. Disponível em:<<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc0901201008.htm>> Acesso em: 24 abril 2020.

ARBEX JÚNIOR, J. **Showrnlismo**: a notícia como espetáculo. São Paulo: Casa Amarela, 2001.

ARGENTINA. Constitución Nacional de la Nación Argentina. Disponível em:<[https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/constitucion-argentina\\_lectura-facil\\_0.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/constitucion-argentina_lectura-facil_0.pdf)> Acesso em: 17 nov. 2020.

\_\_\_\_\_. **Ley 26.522** de Servicios de Comunicación Audiovisual, sancionada en octubre 10 de 2009. Disponível em:< <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>> Acesso em: 13 fev. 2020.

**AS OPERÁRIAS OCUPAM** mais as fábricas. Que ocupem também a política!. Texto (original do portal Fitmetal) republicado em 1 de agosto de 2019 pela CGT (Central dos Trabalhadores e Trabalhadoras do Brasil). Disponível em:< <https://ctb.org.br/movimento-trabalhista/as-operarias-ocupam-mais-as-fabricas-que-ocupem-tambem-a-politica/>> Acesso em: 25 jul. 2020.

AVRITZER, L.; COSTA, S. **Teoria Crítica, Democracia e Esfera Pública**: Concepções e Usos na América Latina. In: – Revista de Ciências Sociais, Rio de Janeiro, Vol. 47, no 4, 2004, pp. 703 a 728. Disponível em: < <https://www.scielo.br/pdf/dados/v47n4/a03v47n4.pdf>> Acesso em: 12 abril 2020.

BAGDKIAN, B. **O Monopólio da mídia**. São Paulo: Scritta Editorial, 2008.

BALADRON, M. **El Plan Argentina Conectada**: una política de Estado desde la infraestructura de comunicaciones. Artigo publicado no nº 2 da Revista da Universidad de la Plata, jan-jun.2019. Disponível em:< <https://revistas.unlp.edu.ar/CTyP/article/view/7370/6308>> Acesso em: 15 mar. 2020.

BALD, M. **A identidade Criolla e a Literatura Hispanoamericana** – Uma Revisão Histórica. Monografia apresentada como Trabalho de Conclusão do Curso de Licenciatura em História da Univates (Universidade do Vale do Taquari), no Lajeado, Rio Grande do Sul. Disponível em:< <https://www.univates.br/bdu/bitstream/10737/498/1/2009MarceleBald.pdf>> Acesso em: 8 jan. 2021.

BALDONI, M. **La disputa entre periodismo independiente y periodismo militante**: apuntes para analizar las tensiones en la ética periodística en la Argentina contemporánea. Artigo publicado na revista científica Quórum Académico.Vol. 9, nº 2, julio-diciembre 2012, da Universidad del Zulia. Disponível em: < <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4117015>> Acesso em: 24 fev. 2020.

BARBOSA, A. **A solidão da América Latina na Grande Imprensa Brasileira**. 2005. 229p. Dissertação apresentada à Área de Concentração de Jornalismo Comparado da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 10 fev. 2006.

BARCARO, M. **Período Vargas, o Estado Novo e a Repressão aos Comunistas**: Olga e Luiz Carlos Prestes”, publicado no site da Faculdade Campos Elíseos. Disponível em:< <https://fce.edu.br/blog/periodo-vargas-o-estado-novo-e-a-repressao-aos-comunistas-olga-e-luiz-carlos-prestes/>> Acesso em: 15 jun. 2020.

BARREIRO, R. H. **Clarín: de coadjuvante a líder** – a trajetória do jornal que se transformou no maior grupo multimídia da Argentina e segundo no mundo hispânico. 1999. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Programa de Pós-graduação em Comunicação Social, Universidade Metodista de São Paulo (Umesp).

BASCHETTI, R. Texto publicado para aula do professor Roberto Bachetti na Facultad de Periodismo y Comunicación Social, na Universidad Nacional de La Plata. Disponível em: <<http://www.robertobaschetti.com/pdf/EL%20DIARIO%20LA%20PRENSA.pdf>> Acesso em: 22 dez. 2020.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

\_\_\_\_\_. **Vida Líquida**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

BECERRA, M.; LACUNZA, S. **Wikimedialeaks** – La relación entre gobiernos de América Latina bajo el prisma de los cables de WikiLeaks. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ediciones B, 2012.

BEIRED, J. L. B. **Breve História da Argentina**. São Paulo: Editora Ática, 1996.

BELTRAN, O. **Historia del periodismo argentino**. Buenos Aires: Esmeralda, 1943.

BETHEL, L. **América Latina colonial**. São Paulo: EDUSP, 2004.

BELLUCCI, M. **El feminismo durante la dictadura militar argentina**. Publicado no portal argentino Río Negro. Disponível em: < <https://www.rionegro.com.ar/el-feminismo-durante-la-dictadura-militar-argentina-AJHRN0109181618701/>> Acesso em: 25 jul. 2020.

BIANCHI, F. (Org). **Mídia e Democracia nas Américas**. São Paulo: Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé, 2016.

BIONDI, A; PEREIRA DA SILVA, S. **Caminhos para a universalização da Internet banda larga** - Experiências internacionais e desafios brasileiros. Estudo do coletivo Intervozes, 2012. Disponível em: < <interliv008cpunibl.pdf> (intervozes.org.br)> Acesso em: 15 mar. 2020.

BONI ADMITE MANIPULAÇÃO no debate Collor x Lula. Texto publicado no portal Adnews em 2 de maio de 2016. Disponível em: <https://adnews.com.br/boni-admite-manipulacao-no-debate-collor-x-lula/> Acesso em: 22 dez. 2020.

BORRELI, M. **En asedio permanente**: La prensa argentina durante el gobierno de Isabel Perón (1974- 1976). Ensaio publicado na revista científica online Punto Cero, no vol.20 n.31, em Cochabamba, em nov. 2015. Disponível em: < [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762015000200008](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762015000200008)> Acesso em: 20 dez. 2020.

BIBLIOTECA NACIONAL. Arquivo digital. Disponível em: < <https://bndigital.bn.gov.br/exposicoes/dom-joao-vi-e-a-biblioteca-nacional-o-papel-de-um-legado/imprensa-no-periodo-joanino/>> Acesso em: 10 ago. de 2018.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988

\_\_\_\_\_. Decreto nº 485, de 2006. Disponível em: < <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decleg/2006/decretolegislativo-485-20-dezembro-2006-548645-norma-pl.html>> Acesso em: 10 abril de 2020.

\_\_\_\_\_. Decreto nº 5.820, de 29 de junho de 2006. Disponível em:< [\\_\\_\\_\\_\\_. Decreto nº 7.037, de 21 de dezembro de 2009. Disponível em: < \[\\\_\\\_\\\_\\\_\\\_. Decreto nº 5.542, de 20 de setembro de 2005. Disponível em:< Decreto nº 5542 \\(planalto.gov.br\\)> Acesso em: 15 mar. 2020.\]\(https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/2009/decreto-7037-21-dezembro-2009-598951-publicacaooriginal-121386-pe.html#:~:text=Dados%20da%20Norma-,DECRETO%20N%C2%BA%207.037%2C%20DE%2021%20DE%20DEZEMBRO%20DE%202009,que%20lhe%20confere%20o%20art.> Acesso em: 24 abril 2020.</a></p>
</div>
<div data-bbox=\)](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ Ato2004-2006/2006/Decreto/D5820.htm#:~:text=DECRETO%20N%C2%BA%205.820%2C%20DE%2029%20DE%20JUNHO%20DE%202006.&text=Disp%C3%B5e%20sobre%20a%20implanta%C3%A7%C3%A3o%20do,televis%C3%A3o%2C%20e%20d%C3%A1%20outras%20provid%C3%A2ncias.> Acesso em: 17 abril 2020.</a></p>
</div>
<div data-bbox=)

BRASIL, B. La Fuente. Arquivo da Biblioteca Nacional. Disponível em: < [BREVE HISTÓRIA DA Imprensa Sindical no Brasil. Secretaria Especial de Comunicação Social do Rio de Janeiro. Disponível em: < \[BRUNNER, J. J. \\(1994\\). \\*\\*Cartografias de la Modernidad\\*\\*. Santiago, Dolmen Ediciones\]\(http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4204433/4101406/estudos14.pdf> Acesso em: 15 jun. 2020.</a></p>
</div>
<div data-bbox=\)](https://bndigital.bn.gov.br/artigos/o-lafuente/> Acesso em: 18 jun. 2020.</a></p>
</div>
<div data-bbox=)

BURKAT, M. E. **HUM@ y la literatura sobre los medios de comunicación bajo la última dictadura militar**. Publicado na XI Jornada Interescuelas/Departamentos de Historia, da Facultad de Filosofía y Letras, da Universidad de Tucumán, em 2007. Disponível em:< [CANCLINI, N. \*\*Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade\*\*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.](http://cdsa.aacademica.org/000-108/214.pdf> Acesso em: 22 jul. 2020.</a></p>
</div>
<div data-bbox=)

CAPERUTO, A. **Mídia Ninja: um novo momento do jornalismo**. Revista Justiça e Cidadania. ed.159, nov. 2013. Disponível em: < [CAPITANICH, J. \*\*En Primera Persona\*\* – Los médios hegemónicos y la construcción de la realidad. Resistência: Contexto Libros, 2016.](https://issuu.com/editorajc/docs/edi____o_159> Acesso em: 13 dez. 2020.</a></p>
</div>
<div data-bbox=)

CARAMANTE, A; PAES MANSO, B. **PM invade apartamento de madrugada para deter inocente**. Justiça mantém adolescente preso. O Estado de S.Paulo. 21 maio 2014. Disponível em:< [CARNEIRO, M. L. T; KOSSOY, B \(Orgs.\). \*\*A imprensa confiscada pelo DEOPS: 1924-1954\*\*. São Paulo: Ateliê editorial, 2003.](https://sao-paulo.estadao.com.br/blogs/sp-no-diva/tag/inocente/> Acesso em: 22 nov. 2020.</a></p>
</div>
<div data-bbox=)

CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**, Rio de Janeiro: Zarar, 2013.

CENTRO DE MÍDIA ALTERNATIVA BARÃO DE ITARARÉ. IV Curso Nacional de Comunicação, realizado em São Paulo de 29 a 31 de julho de 2019.



CHINEM, R. **Imprensa Alternativa** – Jornalismo de Oposição e Inovação. Editora: Ática, 1995.

CHOMSKY, N.; HERMAN, E. **A manipulação do público**. Política e poder econômico no uso da *mídia*. Tradução Bazán tecnologia e lingüística. São Paulo: Futura, 2003.

CLARÍN. Origen y Evolución. Disponível em: < <https://grupoclarin.com/institucional/origen-evolucion>> Acesso em: 09 jun. 2019.

CLAVELIN, I. **Racismo em Pauta** – A pluralidade confrontada no noticiário da Folha de S.Paulo na década de 2000. 2011. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação da UnB. Disponível em:< :< [http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/9353/1/2011\\_IsabelCristinaClavelindaRosa.pdf](http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/9353/1/2011_IsabelCristinaClavelindaRosa.pdf)> Acesso em: 10 jun. 2018.

COHEN, J; ARATO, A. **Civil Society and Political Theory**. Cambridge, Ma./London, MIT Press, 1992.

COSTELLA, A. **Comunicação - do grito ao satélite**. São Paulo: Mantiqueira, 2001.

CREMONTE, N. **La Gazeta de Buenos Ayres de 1810**. Luces y sombras de la ilustración revolucionaria. La Plata, EDULP, 2010. Disponível em:< <https://libros.unlp.edu.ar/index.php/unlp/catalog/view/289/271/867-1>> Acesso em: 20 set. 2018.

DARDO, C. **El primer periodismo obrero y socialista en la Argentina**. Buenos Aires: La Vanguardia, 1945.

DE LUCA, T. R. **O sonho do futuro assegurado** – O mutualismo em São Paulo. Revista Patrimônio e Memória, da Universidade Estadual Paulista (Unesp), v. 14, n. 1, , p. 340-364, janeiro-junho de 2018. Disponível em: <<https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/160393/WOS000437081700017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> Acesso em: 19 jun. 2020.

DE MARCO, M. A. **Historia del periodismo argentino: desde los orígenes hasta el centenario de Mayo** [en línea]. (Comunicación). Buenos Aires: Educa, 2006. Disponível em:< <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/7909>>. Acesso em: 22 set. 2018.

DIPAOLLO, B. I. **Política y medios: las tensiones de la prensa argentina en dictadura y democracia**. In: Millcayac - Revista Digital, Vol. 4, nº 6, marzo-agosto, 2017. Disponível em:<<http://revistas.uncu.edu.ar/ojs/index.php/millca-digital/article/view/894>> Acesso em: 22 jul. 2020.

DUARTE, C. L. **Feminismo e Literatura no Brasil**. In: revista Estudos Avançados, do Instituto de Estudos Avançados da Universidade de São Paulo. vol.17 nº49, São Paulo set-dec 2003. Disponível em:< [https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-40142003000300010&script=sci\\_arttext&tlng=pt](https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-40142003000300010&script=sci_arttext&tlng=pt)> Acesso em: 24 jul. 2020.

EBLAK, L. **"Carta Aberta" revelou antes o que história confirmou**. Folha de S.Paulo. 11 set 2010. Disponível em:< <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1109201022.htm>> Acesso em: 15 jul. 2020.

EL ARCÓN DE LA HISTORIA ARGENTINA. Disponível em:< <http://elarcondelahistoria.com/revista-%C2%93la-moda%C2%94-18111837/>>. Acesso em: 16 set. 2018.

EM REPORTAGEM SOBRE a Vaza Jato, Globo renova o seu compromisso na defesa do golpismo. Esquerda Diário. 18 jun. 2019. Disponível em: < [http://www.esquerdadiario.com.br/spip.php?page=gacetilla-articulo&id\\_article=29322](http://www.esquerdadiario.com.br/spip.php?page=gacetilla-articulo&id_article=29322)> Acesso em: 10 jan. 2020.

ESCRIBANO, J. **Luces y sombras de un gran diario**. Publicado em 8 de dezembro de 2019 no site do jornal *La Nación*. Disponível em:< <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/luces-y-sombras-en-un-gran-diario-nid2313104>> Acesso: em 22 dez. 2020.

FAUSTO, Boris. **História do Brasil**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2007.

FEDERAÇÃO INTERNACIONAL DOS JORNALISTAS. A Concentração dos Meios na América Latina: seu impacto no direito à comunicação. Disponível em:< [https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=http://www.nodalcultura.am/wp-content/uploads/2017/06/la\\_concentracion\\_de\\_medios\\_en\\_america\\_latina\\_su\\_impacto\\_en\\_el\\_derecho\\_a\\_la\\_comunicacion-ilovepdf-compressed.pdf](https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=http://www.nodalcultura.am/wp-content/uploads/2017/06/la_concentracion_de_medios_en_america_latina_su_impacto_en_el_derecho_a_la_comunicacion-ilovepdf-compressed.pdf)>. Acesso em: 20 jun. 2018.

FENAJ. **História do Conselho Federal dos Jornalistas**. Publicado em 15 de dezembro de 2004. Disponível em:< <https://fenaj.org.br/historia-do-conselho-federal-dos-jornalistas/>> Acesso em: 14 fev. 2020.

\_\_\_\_\_. Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. Disponível em:< [https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo\\_de\\_etica\\_dos\\_jornalistas\\_brasileiros.pdf](https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf)> Acesso em: 27 abril 2020.

\_\_\_\_\_. Texto do substitutivo ao projeto de criação do Conselho Federal dos Jornalistas. Disponível em: <[http://www.fenaj.org.br/cfj/projeto\\_cfj.htm](http://www.fenaj.org.br/cfj/projeto_cfj.htm)> Acesso em: 18 mar. 2020.

FERNANDES, F. **A Revolução Burguesa no Brasil**: ensaio de interpretação sociológica. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1975.

FERNANDEZ, J. R. **Historia del periodismo argentino**, Buenos Aires, Círculo de La Prensa, 1943.

FERNÁNDEZ DE KIRCHNER, C. **Sinceramente**. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Sudamericana, 2019.

FERREIRA, G. **Qual o papel do jornalismo nas democracias contemporâneas?** Jornalismo público e deliberação política. in Exedra nº6, "Comunicação nas Organizações", pp. 79-92. 2011. Disponível em:< <http://www.exedrajournal.com/docs/s-CO/04-79-92.pdf>> Acesso em: 22 jun. 2018.

FNDC. Nota **FNDC publica balanço das políticas de comunicação no Governo Dilma**. Disponível em:< <https://sp.cut.org.br/noticias/fndc-publica-balanco-das-politicas-de-comunicacao-no-governo-dilma-58e3>> Acesso em: 25 abril 2020.

FERREIRA, M.N. **Imprensa Operária no Brasil**. São Paulo: Editora Ática.

FGVCPDOC. Dicionários. Verbete temático do Jornal do Brasil. Disponível em:< <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/jornal-do-brasil>> Acesso em: 10 dez. 2020.

\_\_\_\_\_. Dossiê sobre a imprensa no Estado Novo do CPDOC da FVG. Disponível em: <<https://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/AEraVargas1/anos37-45/EducacaoCulturaPropaganda/Imprensa>>. Acesso em: 22 dez. 2020.

FHC E LULA na mídia: dois pesos, duas medidas. Entrevista com o pesquisador David Renault Silva, da Universidade de Brasília, para o portal Congresso em Foco. Disponível em: <<https://congressoemfoco.uol.com.br/especial/noticias/fhc-e-lula-na-midia-dois-pesos-duas-medidas/>> Acesso em: 22 dez. 2020.

FOLHA DE S.PAULO. **Vannuchi afirma que imprensa age como "partido de oposição"**. Reportagem publicada na Folha de S.Paulo em 31 de março de 2010. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc3103201015.htm>> Acesso em: 15 abril 2020.

FONSECA, F. **O consenso forjado** - A grande imprensa e a formação da agenda ultraliberal no Brasil. São Paulo: Editora Hucitec, 2005.

FONTEVECCHIA, J. **Periodismo y Verdad** – Conversaciones con los que mandam en los medios. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós, 2018.

FOSCHINI, A.; TADDEI, R. **Jornalismo Cidadão: você faz a Notícia**. Overmundo/Coleção Conquiste a Rede, São Paulo, 2006.

FRACARRO, Glaucia. **Os Direitos das Mulheres**. Feminismo e Trabalho no Brasil (1917-1937). 1. ed. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2018

FRASER, N. **Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy**", in C. Calhoun (org.), *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge, Ma., MIT Press, 1992.

FREIRE, P. **Pedagogia do Oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

\_\_\_\_\_. **Ação cultural para liberdade e outros escritos**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.

FRENCIA, C; GAIDO, D. **As origens operárias e socialistas do Dia Internacional da Mulher**, de Cintia Frencia e Daniel Gaido, publicado em 7 de março de 2017, na revista Cult. Disponível em: <<https://revistacult.uol.com.br/home/as-origens-operarias-e-socialistas-do-dia-internacional-da-mulher/>> Acesso em: 24 jul. 2020.

FREYRE, Gilberto. **Casa-Grande & Senzala**, 50ª edição. Global Editora. 2005

FUNDAÇÃO PALMARES. **A Voz da Raça** – A voz da população negra excluída pós-abolição. Texto presente no site da fundação. Disponível em: <<http://www.palmares.gov.br/?p=53622>> Acesso em: 19 jun. 2020.

GALEANO, E. **As veias abertas da América Latina**. Pertópolis: Paz e Terra, 1982.

\_\_\_\_\_. **De pernas para o ar**- A escola do mundo ao avesso. 9 ed. Porto Alegre: LP&M, 2007.

GALVÁN MORENO, C. **El periodismo argentino: amplia y documentada historia, desde sus orígenes hasta el presente**. Buenos Aires, Claridad, 1944.

GANDRAS DA SILVA MARTINS, I. **Guerrilha e Democratização**. Artigo publicado no jornal Folha de S.Paulo, na seção Tendências e Debates, em 22 de janeiro de 2010. Disponível em: < <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/opinioao/fz2201201008.htm>> Acesso em: 24 abril 2020.

GENRO FILHO, A. **O segredo da pirâmide** – Para uma teoria marxista do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2012.

GIOVANAZ, D. **Macri privatiza direitos de transmissão do futebol na Argentina**. Brasil de Fato. 16 fev 2017. Disponível em: < <https://www.brasildefato.com.br/2017/02/16/macri-privatiza-direitos-de-transmissao-do-futebol-na-argentina>> Acesso em: 25 fev. 2020.

GOMES, L. **1808** - Como uma rainha louca, um príncipe medroso e uma corte corrupta enganaram Napoleão e mudaram a História de Portugal e do Brasil. São Paulo: Planeta do Brasil, 2007.

GOMES, N. **Alguns Termos e Conceitos Presentes no Debate sobre Relações Raciais no Brasil**: Uma breve discussão. In: Educação Antirracista: Caminhos abertos pela Lei Federal 10.639/03. Brasília, 2005, p. 39-62.

GONTIJO, S. **O livro de ouro da comunicação**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

GONZÁLEZ, J. **"Não há negros aqui"**: como a contribuição de escravos e afrodescendentes foi apagada da história da Argentina e do Chile. Disponível em: < <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-48508342>> Acesso em: 20 jun. 2020.

GRAMSCI, A. **Cadernos do cárcere - Os Intelectuais**. O Princípio Educativo. Jornalismo. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, vl. 2, 2000.

\_\_\_\_\_. **Cadernos do Cárcere - Maquiavel Notas sobre o Estado e a Política**. v3. Org. de Carlos Nelson Coutinho, Marco Aurelio Nogueira e Luiz Sérgio Henriques. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002, v 3.

\_\_\_\_\_. **Cadernos do Cárcere**. Org. de Carlos Nelson Coutinho, Marco Aurelio Nogueira e Luiz Sérgio Henriques. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999 (v. 1), 2000a (v.2), 2002a (v. 3), 2001 (v. 4), 2002b (v.5) e 2002c (v.6).

\_\_\_\_\_. **Cartas do cárcere**. Org. de Luiz Sérgio Henriques. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005a (vol. 1: 1926-1930) e 2005b (vol. 2: 1931-1937).

\_\_\_\_\_. **Os jornais e os operários**. Itália, 1916. Disponível em: <<http://www.marxists.org/portugues/gramsci/1916/mes/jornais.htm>> Acesso: 10 jun. 2020.

\_\_\_\_\_. **Escritos políticos**. Org. de Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004a (vol. 1: 1910-1920) e 2004b (vol. 2: 1921-1926).

GREENWALD, G. **Mídia americana finalmente admite que era falho relatório da OEA que ajudou a espalhar e levou a golpe na Bolívia**. The Intercept Brasil. Disponível em: < <https://theintercept.com/2020/06/09/midia-americana-oea-eleicao-bolivia/>> Acesso em: 10 jun. 2020.

GUIMARÃES, P. **"A imprensa brasileira também precisa fazer a sua autocrítica"**, afirma Eliane Brum. Disponível em: < <https://dialogosdosul.operamundi.uol.com.br/brasil/58490/a-imprensa-brasileira-tambem-precisa-fazer-sua-autocritica-afirma-eliane-brum>> Acesso em: 26 abril 2020..

GRONDONA, A. **Gino Germani y la cuestión racial**. Revista de La Carrera de Sociología, da Faculdade de Ciências Sociais, da Universidade de Buenos Aires, volume 7, nº 7, p. 34-77. Disponível em:

<<https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/entramadosyperspectivas/article/view/2398>>  
Acesso em: 19 jun. 2020.

HABERMAS, J. **Mudança Estrutural da Esfera Pública**. São Paulo, Editora Unesp, 2014a.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2001.

HERCOG, A. **Muito além do cidadão Waack: o racismo estrutural na mídia brasileira**. Revista CartaCapital. Versão online. Disponível em:<<https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/muito-alem-do-cidadao-waack-o-racismo-estrutural-na-midia-brasileira>>. Acesso em: 10 jun. 2018.

HIGUERA, S. “**Conseguimos hackear o jornalismo policial'**: Cristian Alarcón sobre 10 anos de Cosecha Roja da Argentina”, Latam Journalism Review. 18 nov. 2020. Disponível em:<<https://latamjournalismreview.org/pt-br/articles/conseguimos-hackear-o-jornalismo-policial-cristian-alarcon-sobre-10-anos-de-cosecha-roja-da-argentina/>> Acesso em: 15 dez. 2020.

HOLANDA, Sérgio Buarque. **Raízes do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

HUDEC, V. **O que é o jornalismo?** Essência, características, funções sociais e princípios do seu desenvolvimento. 2a ed. Lisboa: Editorial Caminho, 1980.

IANNI, Octavio. **O labirinto latino-americano**. Rio de Janeiro: Vozes, 1993.

INFOBAE. **Alberto Fernández criticó la Ley de Medios que impulsó Cristina Kirchner: "Evidentemente ese no fue el camino"**. Disponível em:<<https://www.infobae.com/politica/2019/03/02/alberto-fernandez-critico-la-ley-de-medios-que-impulso-cristina-kirchner-evidentemente-ese-no-fue-el-camino/>> Acesso em: 13 fev. 2020.

INTERVOZES E REPÓRTERES sem Fronteiras lançam novo site sobre concentração na mídia latino-americana. Texto do coletivo Intervozes. Disponível em: <Media Ownership Monitor – América Latina | Intervozes> Acesso em: 10 jul. 2020.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2ª edição. São Paulo: Editora Aleph, 2009.

KAMEL, A. **Não somos racistas: uma reação aos que querem nos transformar numa nação bicolor**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2006.

KOTTOW, A. **Feminismo y femineidad: escritura y género en las primeras escritoras feministas en Chile**. In: Atenea (Concepción)- Revista científica online de Ciencias, Artes y Letras, da Universidad de Concepción, nº 508, 2013, p. 151-169. Disponível em:<[https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-04622013000200011](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-04622013000200011)> Acesso em: 24 jul. 2020.

KUCINSKI, B. **Jornalistas e Revolucionários – Nos tempos na imprensa alternativa**. 2. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003.

\_\_\_\_\_; LIMA, V. A de. **Diálogos da Perplexidade – Reflexões críticas sobre a mídia**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2009.

KUNCZIK, M. **Conceitos de jornalismo**. São Paulo: Ed. USP, 1997.

LAGO, C; ROMANCINI, R. **História da Imprensa no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2007.

LEITE, R. **Brasil Mulher e Nós Mulheres: origens da imprensa feminista brasileira**. In: Revista Estudos Feministas, v.11, n.1, 2003, da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

(PUC-SP). Disponível em: < <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/S0104-026X2003000100014>> Acesso em: 20 jun. 2020.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 3ª. Edição. São Paulo: Editora 34, 2010.

LIMA, V. A de. **Regulação das comunicações** – História, poder e direitos. São Paulo: Paulus, 2011.

\_\_\_\_\_. **Mídia, Teoria e Política**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.

LOBATO, M. Z. **La Prensa Obrera**. 1ª ed. Buenos Aires: Edhasa, 2009.

LOPES LIMA, S.L. **História da Comunicação**. São Paulo: Editora Plêiade, 2000.

LORETI, D; MASTRINI, G. **Políticas de comunicación: un déficit de la democracia**. In: SEL, Suzana (org.). **La comunicación mediatizada: hegemonías, alternativas, soberanías**. Buenos Aires: Clacso, 2009.

LOS MEDIOS EN vísperas del golpe a Hipólito Yrigoyen. Texto publicado no portal El Historiador. Disponível em: <https://www.elhistoriador.com.ar/los-medios-en-visperas-del-golpe-a-hipolito-yrigoyen/> Acesso em: 22 dez. 2020.

LUCAS FERNÁNDEZ PRECURSOR del socialismo en el Río de la Plata. Disponível em: < <http://www.lafogata.org/biblio/lucas.htm>> Acesso em: 14 jun. 2020.

LUSTOSA, I. **O nascimento da imprensa brasileira**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

MAGALHÃES, M. **19 capas de jornais e revistas: em 1964, a imprensa disse sim ao golpe**. Texto publicado em 31 de março de 2014, no blog do jornalista Mário Magalhães, no portal UOL. Disponível em: <https://blogdomariomagalhaes.blogosfera.uol.com.br/2014/03/31/19-capas-de-jornais-e-revistas-em-1964-a-imprensa-disse-sim-ao-golpe/> Acesso em: 22 dez. 2020.

MALATIAN, T. **Cem anos de Imprensa Negra em São Paulo: da descoberta à edição fac-similar**. Revista Patrimônio e Memória, da Universidade Estadual Paulista (Unesp), v. 14, n. 1, p. 340-364, janeiro-junho de 2018. Disponível em: < <https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/160393/WOS000437081700017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> Acesso em: 19 jun. 2020.

MALHARRO, M.; GIJSBERTS, D. L. **La Tipografía de Plomo. Los grandes medios gráficos en la Argentina y su política editorial durante 1976- 1983**. La Plata: Ediciones de Periodismo y Comunicación.

MARCO CIVIL DA Internet - Violações ao direito de acesso universal previsto na lei”. Coletivo Intervozes. Disponível em: < <interliv012mci2018.pdf> (intervozes.org.br)> Acesso em: 15 mar. 2020.

MARCONDES FILHO, C. **Comunicação e jornalismo: a saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker, 2002.

\_\_\_\_\_. **O capital da notícia**. 2ª Ed. São Paulo, Editora Ática, 1989.

\_\_\_\_\_. **Jornalismo fin-de-siècle**. São Paulo, Scritta Editorial, 1993.

MARGIOLAKIS, E. **Revistas contraculturales argentinas em dictadura y transición: debates alrededor del exilio.** In: COMMONS - Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital, Vol 8, nº 2, 5-40, julio-diciembre, 2019. Disponível em:< <https://revistas.uca.es/index.php/cayp/article/view/5099>> Acesso em: 22 jul. 2020.

MARQUES DE MELO, J. **História do Pensamento Comunicacional.** São Paulo: Paulus, 2003.

MARQUES, R. S.; CONCEIÇÃO, B. **A Ley de Medios na Era Macri: reversão no processo de regulação da mídia na Argentina.** Artigo publicado no periódico científico Aurora – revista de arte, mídia e política da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), v.10, n. 28, 2017. Disponível em: < <https://revistas.pucsp.br/index.php/aurora/article/view/31179>> Acesso em: 10 abril 2020.

MARTINS, H et al. **Na sintonia do golpe: o papel da mídia na crise política.** Publicado no portal do Intervozes. Disponível em:< <http://www.intervozes.org.br/cgi-sys/suspendedpage.cgi?p=29739>> Acesso em: 26 abril 2020.

\_\_\_\_\_. **A Ley de Medios é constitucional.** CartaCapital. Disponível em:<<https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/a-ley-de-medios-e-constitucional-3613/>> Acesso em: 24 abril 2020.

MASTRINI, G.; BECERRA, M. **Medios em Guerra – Balance, crítica y desguace de las políticas de comunicación 2003-2016.** 1ª. ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Biblios, 2017.

MAYOCHI, E. **El periodismo argentino del Centenario 1901- 1916.** Publicado na Biblioteca Digital do Centro Educativo de las Fuerzas Armadas. Disponível em:< <http://bibliotecaceffaa.edu.ar/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=14390>> Acesso em: 21 out. 2018.

MCCOMBS, Maxwell. **A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública.** Petrópolis: Vozes, 2009.

MCQUAIL, D. **Atuação da mídia, comunicação de massa e interesse público.** Porto Alegre: Penso, 2012.

\_\_\_\_\_. **Teorias da comunicação de massa.** Porto Alegre: Penso, 2013.

MEDEIROS, M. **As Políticas Públicas de Inclusão Digital do Governo Lula (2003-2009): uma análise de programas e leis.** 2010. Dissertação (Mestrado em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento). Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2018. Disponível em:< <https://www.ie.ufrj.br/images/IE/PPED/Dissertacao/2010/Marcelo%20Medeiros.pdf>> Acesso em: 15 mar. 2020

MEDIA OWNERSHIP MONITOR Brasil. Repórteres Sem Fronteira. Disponível em:< Mídia | Media Ownership Monitor (mom-rsf.org)> Acesso em: 10 jul. 2020.

\_\_\_\_\_. Argentina. Repórteres Sem Fronteiras. Disponível no site:< <https://argentina.mom-rsf.org/es/propietarios/grupos-mediaticos/detail/company/company/show/grupo-clarin/>> Acesso em: 10 jul. 2020.

\_\_\_\_\_ América Latina. Disponível em: < <http://latin-america.mom-rsf.org/es/> > Acesso em: 10 jul. 2020.

MEDIOS/DIA DEL PERIODISTA: **Las primeras publicaciones em la Argentina.** Disponível em: < [https://www.clarin.com/sociedad/fundaciones-periodismo\\_0\\_HkSMedgCtx.html](https://www.clarin.com/sociedad/fundaciones-periodismo_0_HkSMedgCtx.html) > Acesso em 23 out. 2018.

MELELLA, C. **Migrantes de países andinos en la Argentina** – Prensa gráfica, redes virtuales y construcción identitária. 1.a ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Biblios, 2016.

MELO, P. V. **A falência das políticas de comunicação e internet no governo Temer e os impactos no direito à comunicação.** Artigo publicado em 1º de janeiro de 2019, no portal Congresso em Foco. Disponível em: < <https://congressoemfoco.uol.com.br/opiniaocolumnas/a-falencia-das-politicas-de-comunicacao-e-internet-no-governo-temer-e-os-impactos-no-direito-a-comunicacao/> > Acesso em: 26 abril 2020.

MERCADER, S. **Notas sobre la historia de la revista Punto de Vista (1978-2008) y su colocación en el campo intelectual argentino de fin de siglo.** In: Nuevo Mundo – Mundos Nuevos. Periódico científico online. 16 de fevereiro de 2018. Disponível em: < <https://journals.openedition.org/nuevomundo/72032> > Acesso em: 25 jul. 2020.

MÍDIA NO BRASIL ainda é controlada por poucos, diz estudo. Disponível em: < <https://www.dw.com/pt-br/m%C3%ADdia-no-brasil-ainda-%C3%A9-controlada-por-poucos-diz-estudo/a-41188603> > Acesso em: 16 fev. 2020.

MIELLI, R. (Org.). **Direitos Negados** – Um retrato da luta pela democratização da comunicação. São Paulo: Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé, 2015.

MINISTÉRIO DE CULTURA ARGENTINA. Disponível em: < <https://www.cultura.gob.ar/la- Vanguardia-el-primer-diario-socialista-de-argentina-8900/> > Acesso em: 15 jun. 2020.

MINISTÉRIO DE JUSTICIA Y DERECHOS HUMANOS. Disponível em: [http://www.jus.gob.ar/media/2940407/carta\\_rw\\_portugues-espaa\\_ol\\_web.pdf](http://www.jus.gob.ar/media/2940407/carta_rw_portugues-espaa_ol_web.pdf) Acesso em: 22 jul. 2020.

MIRANDA, C. M. **Revistas feministas en Chile y Argentina:** escrituras de y para mujeres en los años de entreguerras. In: Dossiê “Representaciones urbanas e identidades femeninas en América Latina (de fines del siglo XIX a principios del siglo XXI)”, coordinado por Claudia Darrigrandi, María Lucía Puppo e Graciela Queirolo em 2019. Disponível em: <https://journals.openedition.org/nuevomundo/57693#quotation> Acesso em: 26 jul. 2020.

MORAES, D. **Crítica da Mídia & Hegemonia Cultural.** Rio de Janeiro: MauadX, Faperj, 2016.

\_\_\_\_\_; RAMONET, I.; SERRANO, P. (Org.). **Mídia, Poder e Contrapoder:** Da concentração monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: Faperj, 2013.

MOTA, C. V. **Bolsonaro é líder mais isolado do populismo de direita hoje', diz pesquisador do extremismo político.** Entrevista publicada na BBC News Brasil em 3 de maio de 2020. Disponível em: < <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-52465613> > Acesso em: 26 abril 2020.



MOTTA, D; OLIVEIRA, N. **A mídia brasileira e a questão indígena:** representações sociais do caso Marãiwatsédé. Artigo apresentado no Congresso da Alas (Asociación Latinoamericana de Sociología). Disponível em:< [file:///C:/Users/Patricia%20Paixão/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge\\_8wek9b3d8bbwe/TempState/Downloads/57900-252278-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Patricia%20Paixão/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wek9b3d8bbwe/TempState/Downloads/57900-252278-1-PB%20(1).pdf)>. Acesso em: 22 jun. 2018.

MUNICIPALIDAD DE CÓRDOBA. Disponível em:<<https://cultura.cordoba.gob.ar/la-municipalidad-de-cordoba-inauguro-la-imprenta-del-montserrat-2/>> Acesso em: 13 out. 2018.

MUSA, M. S. **Expreso Imaginario:** Contracultura durante la última dictadura militar (1976-1983). Trabalho de Conclusão do Curso apresentado para a obtenção de Licenciatura em Psicologia, na Faculdade de Humanidades, da Universidade de Belgrano. Foi defendido em novembro de 2008. Disponível em:< [http://repositorio.ub.edu.ar/bitstream/handle/123456789/5265/258\\_musa.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ub.edu.ar/bitstream/handle/123456789/5265/258_musa.pdf?sequence=1&isAllowed=y)> Acesso em: 25 jul. 2020.

MUSEU DA IMPRENSA. Texto presente no site do Museu da Imprensa. Disponível em:< <http://www.museudaimprensa.pt/museuvirtpress/port/mbelgica.html>> Acesso em: 28 ago. 2018.

NASCIMENTO, A. do. **Democracia racial:** mito ou realidade? Geledes, 2009. Disponível em:< <https://www.geledes.org.br/democracia-racial-mito-ou-realidade/>>. Acesso em: 3 set. 2018.

NASSIF, L. **Sobre os “blogueiros sujos” ou “progressistas”.** Texto publicado no Jornal GGN, em 8 de novembro de 2014. Disponível em:<<https://jornalgggn.com.br/noticia/sobre-os-blogueiros-sujos-ou-progressistas/>> Acesso em: 28 jul. 2020.

NICOLINI, V. K. **Revista Raça – Negros em Movimento.** Dissertação apresentada ao Programa de Estudos Pós-Graduados em História, da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), em 2007. Disponível em:< <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/13011>> Acesso em: 19 jun. 2020.

O'DONNELL, S. **ArgenLeaks:** Los cables de Wikileaks sobre la Argentina, de la A a la Z. Buenos Aires: Sudamericana, 2011.

O ESTADO DE S.PAULO. Editorial Roteiro para o autoritarismo, publicado em 9 de janeiro de 2010. Disponível em:< <https://www.estadao.com.br/noticias/geral,roteiro-para-o-autoritarismo,493198>> Acesso em: 24 abril 2020.

\_\_\_\_\_. Reportagem Lula cobra PT votação para regular a mídia, publicada em 20 de dezembro de 2010. Disponível em:< <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,lula-cobra-de-pt-votacao-para-regular-midia,656403>> Acesso em: 25 abril 2020.

\_\_\_\_\_. Editorial Chegou a hora de dizer: basta!, publicado em 13 de março de 2016. Disponível em:< <https://opinioao.estadao.com.br/noticias/geral,chegou-a-hora-de-dizer-basta,10000020896>> Acesso em: 26 abril 2020.

\_\_\_\_\_. Editorial Uma escolha muito difícil, publicado em 8 de outubro de 2018. Disponível em:< <https://opinioao.estadao.com.br/noticias/geral,uma-escolha-muito-dificil,70002538118>> Acesso em: 27 abril 2020.

O GLOBO. Apoio editorial ao golpe de 64 foi um erro. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/apoio-editorial-ao-golpe-de-64-foi-um-erro-9771604>>. Acesso em: 22 fev. 2020.

OLIVEIRA, D. **Jornalismo e Emancipação: uma prática jornalística baseada em**. Paulo Freire. Curitiba: Appris, 2017.

\_\_\_\_\_. **A luta contra o racismo no Brasil**. São Paulo: Editora FÓRUM, 2017.

OLIVEIRA, G. M. **Angelo Agostini ou impressões de uma viagem da Corte à Capital Federal**. 2006. Tese (Doutorado em História Social) – Universidade de São Paulo. São Paulo, 2006. Disponível em: <[file:///C:/Users/Patricia%20Paixão/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge\\_8wek9b3d8bbwe/TempState/Downloads/AGOSTINImaringoni.pdf](file:///C:/Users/Patricia%20Paixão/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wek9b3d8bbwe/TempState/Downloads/AGOSTINImaringoni.pdf)> Acesso em: 16 ago. 2018.

OLIVEIRA, G. et al. **A PM matou João na Chacina do Rosana**. Essa é a história da sua família.”. The Intercept Brasil. 4 dez. 2018. Disponível em: <<https://theintercept.com/2018/12/03/chacina-rosana-joao/>> Acesso em: 27 dez. 2020.

OLIVEIRA, L. D.; DIAS SILVA, T. **O monopólio da verdade na era das fake news**. Revista Revista Ratio Juris, vol. 14 n.º 28, 2019. Disponível em: <[https://redib.org/Record/oai\\_articulo2417860-o-monop%C3%B3lio-da-verdade-na-era-das-fake-news](https://redib.org/Record/oai_articulo2417860-o-monop%C3%B3lio-da-verdade-na-era-das-fake-news)> Acesso em: 21 dez. 2020.

OLIVEIRA LEITE, P. **A mídia brasileira e a resignificação do discurso colonizador: o caso da reeleição de Evo Morales**. In: XVI Congresso Internacional FoMerco de 27 a 29 de setembro de 2017, em Salvador (BA). Disponível em: <[http://www.congresso2017.fomerco.com.br/resources/anais/8/1504139763\\_ARQUIVO\\_ARTIGOPATRICIAPAIXAODEO.LEITE.pdf](http://www.congresso2017.fomerco.com.br/resources/anais/8/1504139763_ARQUIVO_ARTIGOPATRICIAPAIXAODEO.LEITE.pdf)> Acesso em: 18 ago. 2018.

OLIVEIRA, N. **Pesquisa do IBGE mostra que mulher ganha menos em todas as ocupações**. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-03/pesquisa-do-ibge-mostra-que-mulher-ganha-menos-em-todas-ocupacoes#:~:text=Um%20estudo%20feito%20pelo%20Instituto,que%20os%20homens%20no%20pa%C3%ADs.>>> Acesso em: 25 jul. 2020.

ONETO, F. M. **La Generación exiliada” y su imagen de Rosas a través de la prensa. Comparación entre “El Grito Argentino y Muera Rosas!** In: Biblioteca digital da Universidade Cateólica da Argentina. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/revistas/generacion-exiliada-imagen-rosas-prensa.pdf>> Acesso em: 22 out. 2018.

OTEIZA, E; NOVICK, S.; ARUJ, R. **Inmigración y discriminación: políticas y discursos**. Buenos Aires: Grupo Editor Universitario, 2000.

PAIXÃO, P. **As estratégias do marketing de Lula de 2002 na cobertura realizada pela Folha de S.Paulo**. Dissertação defendida em 2006 no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp).

PAIXÃO, M; FERNANDES, V. **Eva Perón, 100 anos | Uma vida dedicada aos direitos sociais do povo argentino**. Brasil de Fato. 7 maio 2019. Disponível em: <<https://www.brasildefato.com.br/2019/05/07/eva-peron-100-anos-or-o-legado-da-mulher-que-virou-simbolo-da-historia-argentina/>> Acesso em: 25 jul. 2020.

PEIXOTO, M. **A partilha da experiência visual vivenciada nas páginas do jornal A Plebe.** Revista Latino-Americana de História. vol. 2, nº 7, em setembro de 2013. Disponível em: <<http://projeto.unisinos.br/rla/index.php/rla/article/viewArticle/349>> Acesso em: 15 jun. 2020.

PELLEGRINI, P. A. E. S. **20 anos de regulamentação das rádios comunitárias:** poucos avanços e demandas de novas conquistas. Artigo apresentado no XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019. Disponível em: < <http://portalintercom.org.br/anais/nordeste2019/resumos/R67-0181-1.pdf>> Acesso em: 10 jan. 2020.

PEREIRA, A. **A Imprensa Operária no Brasil.** Texto publicado no portal Marxists. Disponível em: <<https://www.marxists.org/portugues/astrojildo/1947/07/imprensa.htm>> Acesso em: 15 jun. 2020.

PERFIL. "Hicimos periodismo de guerra" y otras 10 definiciones de Julio Blanck sobre la política argentina. Disponível em:< <https://www.perfil.com/noticias/medios/julio-black-periodismo-de-guerra-clarin-kirchnerismo-cambiemos-ideas.phtml>> Acesso em: 5 fev. 2020.

PERUZZO, C. M. K. **Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania.** In: OLIVEIRA, Maria José da Costa. Comunicação pública. Campinas: Alínea, 2004.

PEUCER, T. **Os relatos jornalísticos.** Comunicação e Sociedade, São Paulo, n. 33, p. 199-214, 2000. (Tradução de De relationibus novellis, Leipzig: Tese (Doutorado em Periodística) – Universidade de Leipzig, 1690. (PDF) O lugar de referência e o rigor do método no Jornalismo: algumas considerações. Disponível em:< [https://www.researchgate.net/publication/279479855\\_O\\_lugar\\_de\\_referencia\\_e\\_o\\_rigor\\_do\\_metodo\\_no\\_Jornalismo\\_algumas\\_consideracoes](https://www.researchgate.net/publication/279479855_O_lugar_de_referencia_e_o_rigor_do_metodo_no_Jornalismo_algumas_consideracoes)> Acesso em: 6 out. 2018.

PIERANTI, O. P. **Políticas Públicas de Radiodifusão no Governo Dilma.** Brasília: Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação, 2017.

PONTES, F. S. **Adelmo Genro Filho e a Teoria do Jornalismo:** 30 anos de O Segredo da Pirâmide. Publicado pela Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPjor) em 2017. Disponível:< <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/viewFile/960/898>> Acesso em: 28 jul. 2020.

PONTO DE INFLEXÃO. Estudo. SembraMedia. 2016. Disponível em:< <http://data.sembramedia.org/?lang=pt-br>> Acesso em: 11 dez. 2020.

PUBLICANDO POR TROCADOS: inovação em startups de jornalismo. Open Society Foundations. 2015. Disponível em:<<https://www.cima.ned.org/wp-content/uploads/2015/11/PublishingforPeanuts.pdf>> Acesso em: 11 dez. 2020.

PRADO, N. M. **La emergencia del feminismo en la Argentina:** un análisis de las tramas discursivas a comienzos del siglo XX. In: Revista Estudos Feministas do Centro de Filosofia e Ciências Humanas e Centro de Comunicação e Expressão, da Universidade Federal de Santa Catarina. vol.23 nº1. Florianópolis jan/abr. 2015. Disponível em:< [https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-026X2015000100071&lng=es&tln=es](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-026X2015000100071&lng=es&tln=es)> Acesso em: 24 jul. 2020.

PUFF, J. **Racismo contra imigrantes no Brasil é constante, diz pesquisador**. BBC News Brasil. Publicada em 26 de agosto de 2015, disponível em: <[https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/08/150819\\_racismo\\_imigrantes\\_jp\\_rm](https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/08/150819_racismo_imigrantes_jp_rm)>. Acesso em: 23 jun. 2020

QUEM CONTROLA a Mídia no Brasil. Coletivo Intervezes. Disponível em: <<https://brazil.mom-rsf.org/br/>>. Acesso em: 10 jul. 2020.

QUIJANO, A. **Colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina**. La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas Latinoamericanas. In Edgardo Lander (Comp.) CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Buenos Aires: Argentina, 2005.

RAMONET, I. **A explosão do jornalismo** – Das mídias de massa à massa de mídia. São Paulo: Publisher Editora, 2012.

RELATÓRIO da CNV legitima versão de que a "Folha" emprestou carros para a ditadura. Portal IMPRENSA. 11 dez. 2014. Disponível em: <<http://www.portalimprensa.com.br/noticias/brasil/69857/relatorio+da+cnv+legitima+ver+sao+de+que+a+folha+emprestou+carros+para+a+ditadura>> Acesso em: 2 jun. 2017.

RENAULT SILVA, D. **Nunca foi tão fácil fazer uma cruz numa cédula?** A Era FHC nas representações da mídia impressa. Tese defendida em 6 de dezembro de 2006 e apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História da Universidade de Brasília. Disponível em: <<https://repositorio.unb.br/handle/10482/4254?locale=fr>> Acesso em: 22 dez. 2020.

RIAL, C; GROSSI, M. **Nem Deus, nem amo, nem marido:** uma trajetória do feminismo na Argentina - entrevista com María Luisa Femenías. In: Revista Estudos Feministas, da Universidade Federal de Santa Catarina, vol.17, n.3, set.-dez. 2009. Disponível em: <[https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-026X2009000300005](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-026X2009000300005)> Acesso em: 25 jul. 2020.

RIZZINI, C. de A. **Hipólito da Costa e o Correio Braziliense**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1957.

RODRIGUES, A. M. **Escrita de um passado argentino:** a revista cultural Punto de Vista (1982 – 1989). Dissertação apresentada ao Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), em 2014. Disponível em: <[http://repositorio.unicamp.br/jspui/bitstream/REPOSIP/279652/1/Rodrigues\\_AndresaMartins\\_M.pdf](http://repositorio.unicamp.br/jspui/bitstream/REPOSIP/279652/1/Rodrigues_AndresaMartins_M.pdf)>. Acesso em 25 jul. 2020.

RORIZ, D. **Os radicais no poder:** O jornal La Nación e o segundo governo de Hipólito Yrigoyen (1928-1930). Dissertação defendida em 7 de fevereiro de 2017 no Programa de Pós-graduação em História, da Universidade de Brasília. Disponível em: <<https://repositorio.unb.br/handle/10482/23346>> Acesso em: 12 dez. 2020.

ROST, Alejandro. **La interactividad em el periodismo digital**. Tese apresentada ao Programa de Doctoract en Periodisme y Ciències de la Comunicació, da Facultat de Ciències de la Comunicació, de la Universitat Autònoma de Barcelona, em 2006. Disponível em: <<https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2006/tdx-1123106-104448/ar1de1.pdf>> Acesso em: 28 jul. 2020.

ROVIDA, M. **Jornalismo das periferias** – O diálogo social solidário nas bordas urbanas. Curitiba: CVR, 2020.

RUIZ, R. M. V.; OLVERA, A. K. C. **Prensa y feminismo en La America Latina en las primeras décadas del siglo XX**. In: Archipiélago, Revista Cultural de Nuestra América, vol. 23, nº 91, 2016. Disponível em: <<http://www.revistas.unam.mx/index.php/archipielago/article/view/55165/48954>> Acesso em: 26 jul. 2020.

SALAVERRÍA, R. **Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental**. Disponível em: <[https://webs.ucm.es/info/emp/Numer\\_07/7-5-Inve/7-5-13.htm](https://webs.ucm.es/info/emp/Numer_07/7-5-Inve/7-5-13.htm)>. Acesso em: 25 jul. 2020.

SALVADORI, F. **“Infiltrado do Tinder” que espionava manifestantes é capitão do Exército**. Ponte Jornalismo. 9 set. 2016. Disponível em: <<https://ponte.org/infiltrado-do-tinder-que-espionava-manifestantes-e-oficial-do-exercito/>> Acesso em: 22 dez. 2020.

SANTOS, B; MENESES, M. (Orgs.). **Epistemologias do Sul**. São Paulo: Cortez, 2010.

SCHWARCZ, Lilia Moritz; STARLING, Heloisa Murgel. **Brasil: uma biografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

SCHUDSON, M. **Descobrimo a notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos**. Petrópolis: Vozes, 2010.

SCHMUHL, R. (org). **As responsabilidades do jornalismo**. Rio de Janeiro: Editorial Nórdica, 1984.

SERRANO, P. **Desinformación: como los médios ocultan el mundo**. Barcelona: Península, 2009.

SEVERO, L. **“Mídia incendiou a Bolívia com mentiras no golpe contra Evo”, afirma comunicadora**. Entrevista com “Mídia incendiou a Bolívia com mentiras no golpe contra Evo”, afirma comunicadora para o ComunicaSul. Disponível em: <<https://www.brasildefatopr.com.br/2019/12/16/midia-incendiou-bolivia-com-mentiras-no-golpe-contra-evo-afirma-comunicadora>> Acesso em: 10 jun. 2020.

SGARBOSA, L. **O Colégio São Benedito e a Escolarização da População Negra em Campinas-SP no início do século XX**. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação, da Universidade Federal de São Carlos (UFSC), em 29 de outubro de 2018. Disponível em: <<https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/11302?locale-attribute=es> <https://repositorio.ufscar.br/bitstream/handle/ufscar/11302/COL%C3%89GIO%20S%C3%83O%20BENEDITO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> Acesso em: 19 jun. 2020.

SIEGEL, P. **Communication Law in America**. Maryland: Rowman & Littlefield Publishing Group, 2008.

SILVEIRA, M. C. **A história de independência do Clarín.com e as mudanças no processo de convergência com o jornal impresso**. Artigo publicado na revista Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 21, p. 37-56 jul-dez 2009. Disponível em: <[file:///C:/Users/SAMSUNG/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge\\_8wekyb3d8bwe/TempState/Downloads/9549-42433-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/SAMSUNG/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bwe/TempState/Downloads/9549-42433-1-PB%20(1).pdf)> Acesso em: 18 fev. 2020.

SILVEIRA, A. da S. et al. (Orgs.). **Redes virais e espectro aberto: descentralização do poder comunicacional.** In: Comunicação Digital e a Construção dos Commons. São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2007.

SIMÕES, N. **Como a Reforma da Previdência afetará as mulheres negras.** Alma Preta. 17 jul. 2019. Disponível em: < <https://www.almapreta.com/editorias/realidade/como-a-reforma-da-previdencia-afetara-as-mulheres-negras> > Acesso em: 22 dez. 2020.

SIVAK, M. **Clarín, el gran diario argentino. Una historia.** Buenos Aires: Planeta, 2013,

SODRÉ, M. **Claros e escuros: identidade, povo, mídia e cotas no Brasil.** Petrópolis: Vozes, 2015.

SODRÉ, N. **História da Imprensa no Brasil.** ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

SOMMA NETO, J.; DIAS COVALESKY, E. **6-7-8 x Periodismo Para Todos: o antagonismo televisionado da Lei de Meios Audiovisuais da Argentina.** Artigo publicado na E-compós, Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação disponível em: < <file:///C:/Users/Patricia%20Paixão/Downloads/1224-Texto%20do%20artigo-5606-1-10-20160427.pdf> > Acesso em: 15 fev. 2020.

STEPAN, A. **State Power and Strength of Civil Society in the Southern Cone of Latin America.** In: Evans, P. B. et alii (eds). *Bringing The State Back in.* Cambridge, Cambridge University Press, 1985.

TAVARES, S. **Revista Raça Brasil: Identidade, afirmação e polêmica.** Fundação Palmares. Disponível em: <http://www.palmares.gov.br/wp-content/uploads/2010/11/Revista-Raça-Brasil-Identidade-afirmação-e-polêmica.pdf> Acesso em: 19 jun. 2020.

TELÉSFORO, J. **Nísia Floresta: A feminista brasileira que você não encontrará nos livros de história.** Portal Geledés. 31 out 2015. Disponível em: < <https://www.geledes.org.br/nisia-floresta-a-feminista-brasileira-que-voce-nao-encontrara-nos-livros-de-historia-2/> > Acesso em: 26 jul. 2020.

TOLOTTI, R. **Relembre o editorial de Roberto Marinho apoiando a ditadura e a retratação da Globo em 2013.** Disponível em: < <https://www.infomoney.com.br/politica/relembre-o-editorial-de-roberto-marinho-apoiando-a-ditadura-e-a-retratacao-da-globo-em-2013/> > Acesso em: 22 fev. 2020.

TORRICELLA, P. **La revista Brujas, militancia feminista en democracia.** Artigo publicado no IV Congresso Internacional de letras, da Faculdade de Ciências Sociais da Universidade de Buenos Aires. Disponível em: < <http://eventosacademicos.filo.uba.ar/index.php/CIL/IV-2010/paper/viewFile/2921/1339> > Acesso em: 25 jul. 2020.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo.** Florianópolis: Insular, 2004.

UGARTE, D. **O poder das redes.** Manual ilustrado para pessoas, organizações e empresas chamadas a praticar o ciberativismo. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

UNESCO. **Convenção sobre a proteção e promoção da Diversidade das Expressões Culturais.** Disponível em: < <http://www.bermuseus.org/wp-content/uploads/2014/07/convencao-sobre-a-diversidade-das-expressoes-culturais-unesco-2005.pdf> > Acesso em: 2 abril 2020.

\_\_\_\_\_. Estudo Indicadores de Desenvolvimento da Mídia Unesco – Marco para avaliação do desenvolvimento dos meios de comunicação, de 2010. Disponível em: <:<  
<https://pt.calameo.com/read/000604324976262c52906>> Acesso em: 10 jun. 2020.

VANNUCHI, C. **Crescem os ataques a veículos de comunicação e jornalistas**. UOL. 14 jan. 2021. Disponível em:< <https://noticias.uol.com.br/colunas/camilo-vannuchi/2021/01/14/crescem-os-ataques-a-veiculos-de-comunicacao-e-jornalistas.htm>> Acesso em: 14 jan. 2021.

VASCONCELOS, C. **Como é ser homem trans e fazer alistamento militar**. Ponte Jornalismo. 18 dez. 2020. Disponível em: <<https://ponte.org/como-e-ser-homem-trans-e-fazer-alistamento-militar/>> Acesso em: 23 dez. 2020.

VERBISTSKY, H; BOHOSLAVSKY, J. P. **Cuentas pendientes**. Los cómplices económicos de la ditadura. Buenos Aires: Siglo Veintiuno, 2013.

VELASCO et Al. **Mulheres negras são as principais vítimas de homicídios**; já as brancas compõem quase metade dos casos de lesão corporal e estupro. G1. Disponível em:<<https://g1.globo.com/monitor-da-violencia/noticia/2020/09/16/mulheres-negras-sao-as-principais-vitimas-de-homicidios-ja-as-brancas-compoem-quase-metade-dos-casos-de-lesao-corporal-e-estupro.ghtml>> Acesso em: 25 jul. 2020.

VICENTE, M. **História e comunicação na nova ordem internacional**. São Paulo: Editora Unesp, 2009.

VINELLI, N. **Nuevos Escenarios de la Comunicación Alternativa en lo que va del siglo XXI**. dez. 2018, nº 74, revista Voces en el Fénix. Disponível em:<[https://www.vocesenelfenix.com/sites/default/files/numero\\_pdf/fenix74%20baja.pdf](https://www.vocesenelfenix.com/sites/default/files/numero_pdf/fenix74%20baja.pdf)> Acesso em: 28 jul. 2020.

VOLPATTI, L; LIMA, F. M. **Um presidente eleito pelas redes sociais**. Portal Congresso em Foco. 4 de nov 2018. Disponível em;< :<  
<https://congressoemfoco.uol.com.br/opiniaoforum/um-presidente-eleito-pelas-redes-sociais/>> Acesso em: 26 jul. 2020.

WEBER, M. **Sociologia da imprensa**: um programa de pesquisa. Disponível em:<  
[https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-64452002000100008](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-64452002000100008)>  
 Acesso em: 16 mar. 2019.

WILLIANS, R. **Marxismo e literatura**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

WOLF, M. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Presença, 2003.

WORONTSOV, M. **Profissão: Jornalista** - Lenine e a Imprensa. Lisboa: Edições Antídoto, 1977.

YAO, J. A. **Negros en Argentina**: integración e identidade. Amnis, Revue d'études des sociétés et cultures contemporaines Europe-Amérique, nº 2, 2002. Disponível em:<  
<https://journals.openedition.org/amnis/183>> Acesso em: 20 jun. 2020.

YÚDICO, J. M. **Primer Estudio de Medios Digitales y Periodismo en América Latina**. 2016. Disponível em:< <https://primeirodigital.com.br/wp->

content/uploads/2016/02/EstudioMediosDigitales\_Factual\_2016.pdf> Acesso em: 23 dez. 2020.

## **ENTREVISTAS REALIZADAS**

ALENCAR, V. Entrevista concedida a esta pesquisa, presencialmente, em São Paulo, em 5 de setembro de 2019.

ARENAS, M. Entrevista concedida a esta pesquisa, presencialmente, em Buenos Aires, em em Buenos Aires em 3 de julho de 2019.

BALDONI, M. Entrevista concedida a esta pesquisa, presencialmente, em Buenos Aires, em 3 de julho de 2019.

BECERRA, M. Entrevista concedida a esta pesquisa, via Skype, em 8 de agosto de 2019.

BLANCO, R. Em depoimento colhido para esta pesquisa, via WhatsApp, em 29 de julho de 2020.

BORGES, A. Entrevista concedida a esta pesquisa, presencialmente, em São Paulo, em 17 de julho de 2017.

BORGES, P. Entrevista concedida a esta pesquisa, presencialmente, em São Paulo, em 13 de setembro de 2019.

BRASIL, K. Entrevista concedida a esta pesquisa, por WhatsApp entre 16 e 21 de agosto de 2020.

CAPILÉ, P. Entrevista concedida a esta pesquisa, presencialmente, em São Paulo, em em 16 de setembro de 2019.

DE ARAUJO, V. Entrevista concedida a esta pesquisa, por WhatsApp, em 4 de outubro de 2019.

DE LA CALLE, H. Em entrevista concedida a esta pesquisa, presencialmente, em Buenos Aires, em 2 de julho de 2019.

FERNANDES, V. Entrevista concedida a esta pesquisa, presencialmente, em São Paulo, em 11 de setembro de 2017.

GOMES, C. Entrevista concedida a esta pesquisa, presencialmente, em São Paulo, em 5 de setembro de 2019.

GRANOVSKY, M. Em entrevista concedida a esta pesquisa, presencialmente, em Buenos Aires, em 4 de julho de 2019.

MARCHINI, I; PARODI, C. SALOMÉ, L. Entrevista concedida a esta pesquisa, presencialmente, em Buenos Aires, em 5 de julho de 2019.

MENDES, K. Depoimento colhido via WhatsApp, em 23 de dezembro de 2020.

OLIVEIRA, D. Entrevista concedida à Patrícia Paixão por e-mail em 28 de dezembro de 2017.



PEDULLA, L. Entrevista concedida a esta pesquisa, presencialmente, em Buenos Aires, em 4 de julho de 2019.

RAHRA, A. Entrevista concedida a esta pesquisa via videochamada, por Zoom, em 10 de julho de 2020, via videochamada no Zoom.

RODRIGUES, R. Depoimento colhido via WhatsApp em 28 de dezembro de 2020.

RUIZ, F. Entrevista concedida a esta pesquisa, presencialmente, em Buenos Aires, em 3 de julho de 2019.

SALVADORI et al. Entrevista concedida a esta pesquisa via videochamada, por Zoom, em 22 de julho de 2020.

SANZ, B. Depoimento colhido via WhatsApp em 22 de dezembro de 2020.

SAINZ, C. Entrevista concedida a esta pesquisa, presencialmente, em Buenos Aires, em 5 de julho de 2019.

## APÉNDICE A – Entrevista con Martín Granovsky, columnista de *Página/12*

A entrevista foi realizada presencialmente em Buenos Aires em 4 de julho de 2019.

***Página/12* es un periódico muy tradicional, con 32 años de historia. ¿Cómo ves las fases del diario desde su creación en 1987 hasta hoy? Sé que es una pregunta muy compleja, pero el periódico ¿cambió su manera de hacer periodismo?**

**Martín Granovsky:** Seguro. Voy a responder de manera breve y puedes repreguntar, ¿sí? *Página/12* fue concebido como un milagro posible. El milagro era que el diario durara más de un mes, dos meses, una cosa así. Ese era el milagro. El milagro jamás fue que el diario *Página/12* fuera a tener una vida de 32 años. Si vos preguntabas –yo entré en agosto del '87, tres meses después, casi uno de los primeros- por apuestas nadie daba más de 2 meses o 1 año. Fue un milagro.

**¿Por cuestiones financieras?**

**MG:** Si, parecía imposible. Una locura, una aventura imposible. Y fue [risas]. Y duró. La primera cosa importante para mí, para señalar, es que ese milagro se convirtió en un diario duradero; en un diario que perduró. ¿Por qué pudo haber sido? ¿Qué tenía ese diario –que tuvo siempre y que conservó siempre? Mucho rigor informativo. Voy a empezar por lo que habitualmente no se dice de *Página/12*. De *Página/12* suele decirse que es un diario crítico, con humor, con ironía, contestatario. Todo eso es verdad. Pero para mí lo más esencial de *Página/12* es su rigor. Es un diario prácticamente sin desmentidas, no criticado, no desmentido. La información y los hechos de *Página/12* son hechos rigurosamente chequeados y publicados. Esta no es mi opinión, es fáctico. Tenemos muy pocas desmentidas a lo largo de toda la carrera del *Página/12*. Ese es un elemento. Una preocupación por el rigor, por el dato, por la información; y hubo también una preocupación inicial de cómo contar esa información. Cómo había que contarla. Parece muy elemental decir que el periodismo tiene que ser un periodismo que puede ser leído, no solamente escrito. El periodismo no es solamente escribir, es escribir para ser leído.

**¿Una innovación del lenguaje?**

**MG:** Del lenguaje, del uso de la crónica, del uso del humor, la ironía. *Página/12* nunca fue un diario cómico. Incluso escapa al *Página/12* que tiene una personalidad especial –que continúa siendo igual ahora-. No tiene un espíritu cómico. Y hay un cuidado de que no sean cómicas. Tener humor no es la misma cosa que ser cómicas. Es una mirada irónica de la realidad, una vuelta, hay un código humorístico, que es un código de muchas ciudades de la Argentina, pero

puede ser un código perfectamente comprensible en São Paulo, por ejemplo, o en Nueva York, o en París, o en Roma. En cualquier gran ciudad yo creo que el código es perfectamente.... ese contrato implícito entre el diario y el lector es un código comprendido. Pero es siempre con la base de la información y del relato fidedigno y no solo verosímil, fidedigno y chequeado de la información. Una preocupación muy grande por eso. Es un contenido expresado de una forma que busca ser diferente; a veces lo logramos, a veces no lo logramos, pero hay un contenido informativo que busca ser diferente. Ese es un elemento. Hay otro elemento que es cuál es la agenda, cuál es la conversación pública. Entonces existe, existió siempre un tipo de conversación pública. En la conversación pública hay temas que son imprescindibles, ¿cierto?. Hay elecciones. Si usted habla de otra cosa que no son las elecciones ese día, usted es de Marte, Júpiter o Urano. ¿Cierto? O de la luna. Pero si tenés tres noticias para la tapa –el problema de *Página/12* es que tiene que elegir una noticia importante para la tapa, que a veces es una ventaja y a veces es un problema. Entonces hay que decidir una, porque la tapa tiene una noticia importante. Ese es el estilo.

### ¿Titular?

**MG:** Exacto. Es el estilo. Entonces se puede pensar que la conversación es la propia, lo que usted considera que es interesante con la conversación con otros lectores; lectores imaginarios, no es un estudio de mercado sistemático, diario. El diario tiene muy pocos estudios de mercado sistemáticos y diarios. Es un tema de olfato, de intuición, pero la base, si para usted, que es una persona curiosa –como periodista -si no es curiosa no debe ser periodista, existen algunos, pero es una contradicción, un oxímoron. Si usted es una persona curiosa y se interesa por un tema, si le resulta interesante, usted tiene que pensar que ese tema será interesante para alguno de los lectores. Si es aburrido para usted, va a ser aburrido para los lectores. Es un tema de contenido importante, y de forma, pero también de contenido. Entonces es esa preocupación por tener temas propios de conversación pública, que pueden ser temas económicos, temas de derechos humanos, que pueden ser temas de investigación de corrupción, que pueden ser temas de preocupación por la justicia social, pero sin editorializar. La editorial está en la forma. *Página/12* no tiene editorial, no tiene una columna editorial, no tiene. Es una forma de aproximarse a los hechos a los sucesos. Esas cosas, si usted busca la colección completa de *Página/12*, puede tener más o menos, mejor o peor, va a ser una búsqueda constante del periódico, de los periodistas que, durante estos 32 años, fueron haciendo el periódico con diferentes gobiernos, con diferentes administraciones, diferentes situaciones en el mundo, en América Latina, hay una búsqueda de la novedad y una búsqueda de cómo reflejar las nuevas tendencias. No para hacer Sociología, en todo caso usted puede invitar sociólogos, pensadores; el diario es muy abierto en ese sentido. Otra característica permanente del diario es que es un diario que no está hecho solamente por periodistas que estudiaron Periodismo. En Argentina nosotros no tenemos un Colegio de Periodistas, algo que a mí me parece perfecto. En ese punto

soy absolutamente liberal; cualquiera tiene derecho a ser periodista, cualquiera. Sea poeta, economista, abogado.

**En Brasil no es necesario desde 2009. El supremo sacó la obligación.**

**MG:** Yo siempre estuve en contra de eso, porque me parece que era corporativo y porque empobrecía la calidad y la escritura. ¿Usted conoce a Eric Nepomuceno, por ejemplo, que escribe en *Página/12*? Eric Nepomuceno es un gran traductor de García Márquez y de Vargas Llosa. Creo que Eric no debe ser periodista recibido de la Licenciatura en Comunicación, él es periodista. O Tobis Rossi no era graduado. Digo, no estoy en contra de la Facultad, no puede ser una condición. En *Página/12* la condición es una condición natural mixturada de redacción, entonces eso aportó, al comienzo del periódico, muchos escritores, o escritores que eran periodistas al mismo tiempo, grandes escritores ya muertos. Por ejemplo, Osvaldo Soriano, uno de los grandes novelistas de Argentina, Juan Gelman, muerto también, uno de los grandes poetas de Argentina, Juan Forn, novelista también, que fue el creador del suplemento cultural Radar, 25 años atrás, más o menos. El diario tuvo siempre una mixtura y una constante también.

**Mientras que *Página/12* es periodismo declaradamente de izquierda, ¿es declaradamente de izquierda?**

**MG:** No.

**¿No? tenemos esa visión, que es un periódico de izquierda.**

**MG:** No es declaradamente de izquierda. El diario nunca se definió a sí mismo de ninguna manera, nunca, salvo en un tema; hay un elemento permanente de la línea editorial que es el respeto el resguardo y la militancia por los derechos humanos, es el único tema. En general, una parte de la redacción, es una redacción de personas de izquierda, o personas de izquierda que ahora pueden ser peronistas o kirchneristas, pero en ese sentido, las personas de izquierda de *Página/12* también eran una gran ensalada. Personas que fueron antiguos militantes, en general ex militantes más que militantes activos, sobre todo a principios del diario. El arco de esa militancia era progresista o de izquierda, pero de no menos de 15 o 20 orígenes distintos. Esa mixtura fue importante; fue una mixtura que tenía un objetivo: que es industrial, no es intelectual. Para que la intelectualidad, para que la narrativa sea apreciada, usted necesita cerrar la edición. Cada día, usted tiene que tener un resultado. Eso es una obligación industrial, para los trabajadores, para los torneros, los obreros metalúrgicos.

**¿Pero el periódico no se considera como parte de un periodismo contra hegemónico?**

**MG:** El periódico era eso quizás antes de que existiera la categoría de contra hegemónico. En 1987 la palabra contra hegemónico no se utilizaba. Eso te pregunto a vos, ¿desde cuándo se utiliza contra hegemónico?

**La verdad es una gran confusión este término porque en las entrevistas que estoy haciendo, cada periodista usa un término diferente. Pero lo que yo considero contra hegemónico es un periódico que hace una narrativa diferente de los grandes medios. Los medios hegemónicos que considere *Clarín, La Nación, en Brasil Folha de São Paulo, Globo.***

**MG:** Si es en ese sentido yo te diría que sí. Ahora pongo un pero; el periódico nunca se consideró a sí mismo como periódico alternativo o alternativista, nunca. Nunca quisimos ser un diario alternativo, siempre quisimos ser un diario. Y nos consideramos a nosotros como el principal diario de Argentina y del mundo. Es una simulación, pero nosotros trabajamos como si fuéramos el único diario existente, no como un segundo. Esa fue una discusión muy importante al principio del diario. Entonces, las personas iban a comprar *Clarín* y también *Página/12*, aspirábamos a ser un segundo diario cuando las personas compraban más de un diario. Ahora esa discusión es abstracta. Nadie compra ni un diario. Pero es una discusión abstracta. En esa época fue una discusión.

**¿Surgió para ser el mejor diario?**

**MG:** Si.

**¿Y no un periodismo de oposición?**

**MG:** De oposición puede ser, pero no un periodismo alternativo, era un diario que fuera un diario comprable por una persona. Esa fue la idea. Eso no está escrito porque son cosas que fueron saliendo de la propia práctica.

**Porque la visión que tenemos en Brasil de *Página/12*, admiramos mucho el diario porque pensamos que es un periodismo de oposición que ganó a las masas, no sé si me comprendes. Normalmente las iniciativas de prensa contra hegemónica terminan siendo un trabajo de intelectuales para intelectuales y no atienden de hecho a las masas.**

**MG:** Es que yo creo que en parte eso quizás sea, porque se plantearon como alternativas en lugar de plantearse como medios que estuvieran en el centro de la escena política, periodista. Nosotros nunca nos planteamos ser marginales, no quisimos ser marginales nunca, ni queremos ahora. Queremos tener espíritu crítico, pero por eso el diario tampoco nunca se autodefinió de una manera u otra. Los lectores lo definen, argentinos y extranjeros- hay muy pocos parecidos en el mundo. Quizás conozcas, lo más parecido que yo encontré a *Página/12* es el *Taz* de Berlín

[<http://www.taz.de/>]. Pero hay muy pocos casos. El diario tiene algún parecido ideológico en todo caso con *La Jornada* de México, y en algún momento lo tuvo con *Liberación* de París.

### **¿Fue inspirado en *Liberación*?**

**MG:** Una parte del diagrama tiene inspiración en *Liberación*. Y *Liberación* era un diario más verde para ponerlo en términos políticos, más libertario que ahora –en ese momento-. Entonces en aquel momento uno podría haber dicho. Pero tiene pocos parecidos. Alguna vez pensamos en hacer *Página/12* en Brasil, no se hizo finalmente. Porque pensamos que en Brasil se podía hacer perfectamente un *Página/12*, porque hay información, porque hay buenos periodistas, porque hay humor, porque hay grandes ciudades, digamos. Pensamos que se podría haber hecho perfectamente en Brasil. Por diferentes motivos no se hizo porque para eso hacían falta socios brasileños y los socios posibles brasileños nunca terminaron e estar convencidos de que iban a reunir el dinero necesario para eso.

### **Cuando tuvieron aquella discusión en Argentina a partir de 2008 cuando hubo una disputa entre periodismo independiente que *Clarín* y otros grandes grupos; y un periodismo militante. ¿Cómo se posicionó *Página/12* en esa discusión? O ¿no se posicionó?**

**MG:** No se posicionó ni quiso posicionarse. *Página/12* hizo lo que siempre quiso hacer. Efectivamente como vos decís, hubo quienes, bueno, debes conocer Julio Blanc que se murió, un editor de *Clarín*, dijo que *Clarín* hizo “periodismo de guerra”. ¿Lo conoces eso? Bien. Lo dijo él, Julio Blanc. Pero *Página/12* no se posicionó. Nunca quiso ser el anti *Clarín* o anti *La Nación*, nunca quiso ser la otra cara de *Clarín* o la otra cara de *La Nación*. Algunos otros periodistas o algunos otros medios sí hicieron eso. El diario nunca pensó que tenía que hacerlo justamente por lo mismo que te dije antes. Porque el diario nunca quiso ser alternativo. Entonces eso era comprarse una dicotomía que el diario no tenía por qué adquirir porque el diario no la había creado y en la que los periodistas no creían. El resto quizás te ponía en esa posición, los otros te ponían en esa posición. Pero, por ejemplo, yo, en términos personales, soy un militante político además de periodista, y fui funcionario del gobierno de Néstor y de Cristina. Yo fui 4 años y medio –dejé el diario y fui Presidente de la Agencia estatal de noticias Télam, y eso no es un puesto periodístico es un puesto político, porque yo no fui jefe de redacción fui presidente de la empresa estatal, de lo que sería la EBC [Empresa Brasileira de Comunicação]. Esto era la Agencia Estatal de Noticias, Télam, yo fui presidente 4 años y medio que era un puesto político, así que soy un militante. Yo era muy amigo personal de Néstor Kirchner. Néstor me invitó y me pidió que fuera al gobierno con él, yo acepté contento. Esa es claramente un tema de militancia política.

### **¿Y continuó en *Página/12*?**

**MG:** No, no continué, era incompatible, legalmente y era incompatible prácticamente porque era mucho trabajo. Además, era incompatible legalmente. Yo estuve 4 años y medio de funcionario público sin escribir, escribí dos o tres materias nada más. Yo digo fui un militante a tiempo completo, soy un militante político hoy, cuando escribo tengo corazón, soy torcedor de algunas cosas, pero trato de ser intelectualmente lo más honesto posible intelectualmente que es lo que uno- me parece a mí es lo que cualquier periodista tiene que aspirar. Yo sé qué quiero. Yo quiero que Lula esté libre, voy a pelear por Lula libre en Brasil, pero no dejo de analizar por qué gana Bolsonaro. Digo yo tengo que analizar, la gente espera que uno, que está más formado en eso –digo- que el habitante promedio, digo, a la gente no le importan mis sentimientos ni qué me enoja o no me enoja, o qué me pone contento. Lo que yo supongo que alguien espera de mí, como lector, o en la radio, es que yo explique, que yo cuente, que yo analice, no que yo diga “qué barbaridad, qué mal!”. Para eso está mi mamá. Entonces nosotros, digo volviendo. En esa dicotomía no es que fuimos equidistantes, para nosotros no era una, no nos vimos obligados a posicionarnos en eso porque no nos parecía que era una categoría que fuera útil y que fuera natural entre los periodistas y entre los ciudadanos y entre los militantes te diría.

**¿Esa discusión se reflejó en la opinión pública? ¿La opinión pública fue atendida de alguna forma por esto?**

**MG:** Yo no te puedo contestar exactamente porque habría que buscar encuestas, lo que te puedo decir son hipótesis. A mí me parece que la visión de los medios hegemónicos es clara; son hegemónicos y quieren seguir siéndolo. Me parece que a veces, desde el punto de vista político, hay una idea mágica. La idea mágica sostendría que los medios hegemónicos son 100% determinantes de lo que ocurre en la sociedad y en la política. Es decir, esa es una idea mágica, yo no coincido con eso. Yo creo que son influyentes, son muy influyentes, pero pensar que son determinantes me parece que es algo que no surge de los hechos.

**Bolsonaro es una prueba de eso.**

**MG:** Exactamente. Uno puede decir, Bolsonaro es un producto de varias cosas, del golpe. En el golpe los medios hegemónicos fueron muy hegemónicos, usted sabe. Ahora fue importante los medios hegemónicos, el poder judicial, las fuerzas de tareas de la procuración, finanzas nacionales e internacionales, la Fiesp [Federação das Indústrias do Estado de São Paulo], ¿no? Es esa la constelación de poder. Si no, me parece que pensar que en Brasil el golpe fue solo *Globo* es un pensamiento pobre, un pensamiento político pobre, no periodístico, político pobre; *Globo* fue el partido que articuló el poder en todo caso en un momento que no había partido de oposición activamente golpista. *Globo* fue el partido del golpe. Pero fue el partido del golpe, no fue todo el poder del golpismo del 2016. Bien, en Argentina, yo pienso en general que hay una confusión que surge de pensar que los medios son absolutamente determinantes en la

conducta humana. Los medios son una parte importante no se cuán importante es. Eso es para ustedes los investigadores, yo no soy investigador, soy periodista, investigo otras cosas; historia, política internacional, pero no comunicación. Mi vida académica está más ligada a la política internacional aparte del periodismo. No sé cuánto, pero en la práctica periodística y también en la práctica política, ese pensamiento casi mágico de que los medios son toda determinación, en mi vida cotidiana es solamente una cuestión de manipulación, es engañosa, porque no es del todo verdad. Tiene una parte importante de verdad. Y lleva a conductas periodísticas y políticas también confusas, paternalistas. Por ejemplo, usted no es culpable, usted es un idiota manipulado. Si usted dice a las personas que no son malas, pero son solamente idiotas manipulados, las personas no van a tener mucho amor político y periodístico con usted. Si usted concede el derecho a ser idiota o estúpido la persona se va a sentir inferior. Es un problema práctico no es solamente un problema teórico. Además, en términos prácticos también, en términos de hechos, Lula fue presidente por segunda vez con la prensa y los grandes medios en contra, la segunda vez. La primera más o menos, no estaban a favor, los medios querían el triunfo de José Serra, no de Lula claramente. Pero la segunda vez era claramente combatiendo en contra porque fue post “Mensalão”. Yo sigo la política brasilera todos los días.

**Estudié eso en mi maestría. Yo era reportera de *Folha de São Paulo*. La cobertura fue extremadamente parcial a favor de Serra.**

**MG:** Claro, lo recuerdo perfectamente, es así. Era partidaria, pero en 2016 era directamente anti Lula, fue estilo guerra. Y Lula fue presidente. Y los grandes medios fueron anti Lula y anti Dilma y Dilma fue presidenta. Entonces hay una complejidad mayor. No quiero hablar ahora sobre el uso frívolo de la pauta por parte de Lula, es otro tema, usted está aquí para hacer una investigación de Brasil, yo tengo una opinión sobre eso, pero usted no está acá para eso.

**¿Qué cambió en la ley de medios con Macri? ¿Qué retrocedió? ¿Hubo retrocesos? Por ejemplo, en el caso de *Clarín*, leí que consiguieron ampliar su poder con Telefónica. ¿Hubo otros retrocesos?**

**MG:** Mira, el retroceso con Macri es el siguiente; yo soy periodista, yo vivo del periodismo – vamos a ponerlo en esos términos- o sea, no necesito otra cosa que el periodismo para vivir desde hace 39 años casi 40, ¿sí? Esta es la peor situación -dictadura aparte. En la dictadura el problema no era el empleo, el problema era vivir o no vivir, ¿sí? Otra cosa. Ponemos dictadura aparte. Esta es la peor situación económica de los medios periodísticos en general. Esa situación viene de varias características o varios orígenes. 1) Recesión. Recesión es la caída de los fondos publicitarios privada por la recesión. Digitalización, problema general de la empresa, en todo el mundo. Y persecución en algunos casos. ¿Qué es persecución? Es discriminación o uso de la pauta, de la “verba” pública. Uno sólo de esos problemas es un problema para un medio. Los tres problemas juntos hacen una tormenta casi perfecta. El problema durante el macrismo es la



tormenta casi perfecta, porque esa tormenta casi perfecta lleva al empeoramiento de las condiciones de trabajo de los periodistas y a mayor concentración de los medios, ese es el fenómeno de *Clarín*, que tiene concentración de medios, que tiene lucro en negocios que no son solo de medios como telefonía, que usted decía. Tienen un acrecentamiento del poder no sólo mediático sino de articulación con poder en general, diversificación económica, tiene que ver con diversificación económica rural, bancaria, en telefonía, comunicaciones en general. Entonces es menos flaco frente a la recesión. No es que la recesión no afecta a *Clarín*, sí afecta, pero tiene una fortaleza mayor ante la recesión imperante. Es un problema también para *Clarín*, pero es más problema para *Página/12*, porque *Página/12* tiene problema de recesión, persecución y el fenómeno de la digitalización en general de la prensa y la caída de la venta de los periódicos en papel. Eso es en general para todo el mundo.

### **¿Página/12 recibe fondos públicos?**

**MG:** Muy poco, muy restringido y muy desproporcionado en relación a cantidad de lectores y a cantidad de clics en la web en relación a cantidad de lectores. Es una pauta muy desproporcionada, recibe una pequeña pauta. Recibir cero pautas cuando usted es crítico es violatorio de veredictos del Tribunal Suprema. Tenemos en Argentina veredictos del Tribunal Supremo según los cuales el Estado no puede sacar fondos de un diario cuando es crítico. Eso está condenado. Pero no establece una proporcionalidad, entonces...

### **¿Es una cantidad pequeña?**

**MG:** Exacto, no solo pequeña, sino desproporcionada en relación a la cantidad de venta, de influencia, de historia, de clics en la web, que hoy es la cosa más importante.

### **¿Cuántas personas trabajan en la redacción de Página/12?**

**MG:** Solamente en la redacción no sé, pero empleados son 200. Bastante. La tecnología fue cambiando, pero es un diario que tomó la decisión de no despedir trabajadores, y, además, desde hace 2 años el diario es controlado por un grupo de origen sindical, el grupo Octubre, que está relacionado con Suterh [Sindicato Único de Trabajadores de Edificios de renta y horizontal y de la obra social del personal de edificios de renta y horizontal].

### **¿Cómo evalúa usted la experiencia del periodismo contra hegemónico alternativo en Argentina, y sus varios vehículos que surgieron y que hacen narrativas diferentes usando principalmente la web?**

**MG:** En algún caso yo personalmente trabajo, pero el grueso de mi trabajo está en *Página/12*, en la radio AM750 que es el mismo grupo propietario de *Página/12* y en la AM 530 que es otra

radio que no es del grupo *Página/12*. Así que el grueso de mi trabajo periodístico no está en los medios alternativos, está en los medios que te digo. Los conozco, simpatizo con ellos y los ayudo cuando puedo. Los ayudo cuando puedo es; cada vez que una radio pequeña quiere tener mi opinión sobre alguna cosa o de hecho casi una columna la tiene. Me parece que uno tiene la obligación de ayudar. Cada vez que alguien pide consejo uno da consejo, y después el tiempo es finito y uno no puede participar. Lo que me parece es que la Argentina tiene una extraordinaria riqueza en ese sentido, extraordinaria, extraordinaria. Há muchas radios comunitarias, pequeñas, a veces PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas) muy pequeñas. Hay personas que tienen una radio en un garaje, en la propia casa, no es comunitaria, es privada, pero es privada así. Una radio en un garaje, y valoro mucho eso cuando era presidente de la agencia estatal de noticias. En muchos lugares la única cosa existente era esa radio. A veces lo que veo es un complejo de inferioridad. Las personas que hacen ese trabajo maravilloso hablan de “los grandes medios” y yo normalmente replico y discuto eso. Usted está hablando, en el aire, de los grandes medios, “los medios”, ¿usted es o estamos hablando, en el aire, de su radio, no importa eso? Usted tiene redes, no es la misma cosa que *Clarín*, eso está claro, pero existe. Usted tiene que tener conciencia de la propia existencia, a veces hacen una práctica extraordinaria pero no tienen conciencia del propio poder, de la propia existencia, entonces se ubican como inferiores, es un error eso.

**Yo hice una entrevista en 2017 con Néstor Busso, ¿lo conoce?**

**MG:** Si claro.

**Y el habló de la importancia de las radios comunitarias en Argentina.**

**MG:** Yo voy más allá. Para mí son importantes las comunitarias, las cooperativas y las micro empresas o pequeñas y medianas empresas. Porque finalmente en esos casos el espíritu de lucro es un lucro mínimo de alguien que para sobrevivir tiene un salario bastante pobre, bastante parecido a un salario mínimo. Entonces comparar eso con el espíritu de lucro de un gran medio me parece una equivocación. Eso está más cerca de una radio comunitaria que de *Radio Mitre* que es del grupo *Clarín*. Eso es muy importante en Argentina, muy importante. Y tiene una influencia mayor de la que tienen conciencia los propios propagadores, los propios periodistas. Es duro, es difícil, es difícil porque usted tiene que vivir. Es muy difícil.

**El período de gobierno de Cristina, en especial, ¿Página/12 hizo un periodismo alineado con el gobierno o no? ¿Mantuvo aquella postura que ha dicho?**

**MG:** No, no es un periodismo alineado pero tampoco se cuidó, o tampoco evitó cuando tenía simpatía por alguna política de expresarlas y esto quizás fue un problema para el diario, pero *Página/12* habló de derechos humanos antes de que a Cristina o Néstor hablaran. Entonces, si

llega un gobierno que habla de derechos humanos. y hace una política de derechos humanos ¿usted va a cortar la propia identidad para ser opositor artificialmente a eso cuando usted fue el primero que fijó ese tema en la conversación pública, en los medios argentinos? Es difícil de contestar. Si usted siempre hizo materias sobre los problemas del ultra liberalismo, mostró materias con las ventajas internacionales del intervencionismo en la economía, keynesianismo, etc., etc. Cuando usted tiene un gobierno cercano al keynesianismo, al estado interventor, ¿usted va a criticar eso porque usted tiene que criticar? Es una posición difícil muy difícil, pero usted tiene que ser honesto intelectualmente también con eso. Quizás es menos rentable [risas], menos rentable, pero lo que usted cree, lo que usted piensa, lo que usted habla, le da su identidad.

**¿Cuántos medios hacen parte del grupo *Página/12*, tiene canal de tv?**

**MG:** Diario *Página/12*, *Octubre TV* -que es tv web-, *radio AM 750* que es la tercera radio más importante AM, una FM de deportes, tiene una revista que es *Planeta Urbano*, tiene *Caras* y *Caretas* que es mensual. *Caras* y *Caretas* es del grupo Octubre, es una fusión de *Página/12*, cuando *Página/12* pertenece al Grupo octubre, entonces, el grupo Octubre que está formado por el sindicato Suterh, que tiene una Universidad, la Universidad Metropolitana para la Educación y el Trabajo (UMET), yo soy Director del núcleo de estudios de Brasil. Es la primera universidad en Argentina de origen sindical. No es estatal, pero es pública. La idea es una idea pública. La inauguración de la universidad, dos personas hablaron en la inauguración. Una fue la presidenta Cristina y el otro fue Lula.

## APÊNDICE B - Entrevista com Lucas Pedulla, jornalista da *Lavaca*

A entrevista foi realizada presencialmente em 4 de julho de 2019, na redação da cooperativa, em Buenos Aires.

### ¿Cuándo nació *Lavaca* y con qué propósito?

**Lucas Pedulla:** Bueno, *Lavaca* nació en 2001. O sea, ubiquémonos, siempre cuando contamos un poco la historia de *Lavaca* necesitamos recordar el contexto que estaba atravesando el país. Estábamos atravesando la peor crisis histórica social económica y política de la Argentina. A lo largo de toda la década del 90, frente a las políticas neoliberales, que no solo pasaba acá en la Argentina, sino que era un fenómeno a nivel latinoamericano, pudimos ver cuáles eran las nuevas resistencias que se iban configurando en los territorios, y, sobre todo, en las periferias de esos territorios. Y en 2001, sobre todo en Argentina, hubo un fenómeno que atrajo la mirada del mundo que fue la recuperación de fábricas y empresas por parte de trabajadores y trabajadoras. Esto era el quiebre de una unidad productiva, de una fábrica, de una empresa, como puede ser un hotel como el Bauen, que está acá a la vuelta, o puede ser Zanon también, en Neuquén, o IMPA, acá en Almagro, como las más icónicas o referentes de ese momento, que todavía hoy siguen en pie y están produciendo sin patrón. Unidades productivas que quiebran, que son vaciadas por los dueños y que ante la nada misma son ocupadas por los trabajadores y trabajadoras, y las recuperan de forma autogestiva para comenzar una producción cooperativa. A la luz, un poco, de ese fenómeno que nosotros empezamos a registrar, y que después la sistematización de las primeras experiencias en ese momento está reflejada en un libro que editamos nosotros y que se tradujo, ya no sé a cuántos idiomas. Hace dos años nos trajeron una versión alemana, así que imagínate. Un libro que se llamó “sin patrón”. Así que imagínate lo que significó el fenómeno que en Alemania están leyendo la experiencia de Zanon que escribimos nosotros, entonces es como que te da un poco la dimensión de lo que se estaba discutiendo política, económica, social y filosóficamente incluso también, como un modo de organización en esa época, sobre todo. Y *Lavaca*, si bien no es una fábrica recuperada, no es que un quiebre de un medio de comunicación que nosotros recuperamos, sí surgió a la luz de todo eso, a partir de unas preguntas: “bueno, estamos viendo que los socios fundadores vieron esto, que estas unidades productivas están pensando la forma de producción sin patrón, de forma cooperativa, que a su vez implica también la emergencia o la puesta en discusión de nuevas relaciones sociales, tanto de producción como de relaciones entre quienes terminaron siendo los socios y las socias de esas nuevas unidades productivas. ¿Qué era lo que se estaba tejiendo ahí? Era una forma de organización mucho más democrática, mucho más social, del trabajo. Entonces, la pregunta era, bueno, qué pasa si esas mismas preguntas o esas mismas discusiones las volcamos a la producción o a la creación de un proyecto periodístico, y así surgió un poco *Lavaca*. *Lavaca* se llama así, porque acá cuando hacemos una colecta de recursos, bueno

“hagamos como una vaquita” se llama. Una vaquita es por ejemplo, ponemos una gorra acá, y cada uno pone una parte y eso es un fondo común, que después se destina a algo colectivo, y así nació *Lavaca*. Encima también eran cuatro, uno por cada pata de *Lavaca*. Eran periodistas que venían con una trayectoria en medios comerciales de comunicación.

**Es como en Brasil, las experiencias son parecidas.**

**LP:** Nosotros editamos un libro que después te lo voy a pasar. Está en la web. Que se llama “El fin del Periodismo y otras buenas noticias”. En este libro, más que prensa hegemónica y prensa contrahegemónica, nosotros hablamos de medios comerciales y de medios sociales de comunicación. Los medios sociales hoy, los social media, que no se confunda un poco con el tema de la emergencia de las redes sociales, sino que hablamos de los medios en cuyo centro está la sociedad, está la calle, en vez del lucro económico. Lo que diferencia a *Clarín* y *La Nación* de nuestras experiencias, más allá de las posiciones hegemónicas o contrahegemónicas, que podamos hablar, qué está en el centro de su armado, de su estructura de comunicación. Claramente en *Clarín* y *La Nación* no está la calle, no está la sociedad, sino que está el interés de hacer lucro o de operaciones de prensa a partir de las noticias que ya dejan de informar.

**Entonces no cualifica usted como un medio contrahegemónico y sí como un medio alternativo, próximo a la calle, con los movimientos sociales...**

**LP:** Mira, a ver, si vos dentro de esa categorización, si lo partís en términos hegemónicos y contrahegemónicos, claramente estamos del lado contrahegemónico. Digo, si lo partís en esa categoría. Lo que sí nosotros hacemos es repensar un poco esas categorías, de decir qué es lo que estamos haciendo. Hay un filósofo muy interesante italiano que se llama, tal vez lo conoces, “Bifo”, Franco Berardi, que él en un montón de libros, desde “La fábrica de la infelicidad”, “Generación Postalfa”, hasta ahora, es como que empieza a ver que, sobre todo desde los 60 y 70 para acá, él dice que las resistencias al capitalismo empezaron a mutar ya no desde una posición tan antagónica respecto al Estado sino en la creación de nuevas formas de auto-organización social. Y ahí como que te corrés el eje, un poco, porque ya no te pensás en función del Estado, o en función de, en este caso, lo que hace *Clarín* o *La Nación*, en términos hegemónicos, sino de empezás a pensar nuevas formas de comunicación en cuyo centro ya no hay eso. Estamos incluso hablando desde otro paradigma. En esto te vas a encontrar que en este esquema, obviamente si la batalla es en esos términos, seguramente yo estoy al lado de la *Garganta Poderosa*, estamos al lado de *Cosecha Roja*, etc. Pero esto más que nada es para problematizar entre nosotros como nos ubicamos. Porque algunos te dicen “somos medios alternativos”, otros te dicen “no, somos medios comunitarios”, otros te dicen “no, somos populares”, otros te dicen “somos alternativos, comunitarios, populares y contrahegemónicos”. Y a nosotros una noción que nos interesa levantarla mucho como desde una cuestión política muy clara es la de la autogestión, somos medios autogestivos. Porque nosotros

problematizamos también la noción de alternatividad, tal cual está pensada, porque nosotros decimos “¿a qué nos remite la palabra alternativo?” Digamos, ahora que jugaron Argentina y Brasil, el martes, si lo pensamos en términos de fútbol, “Brasil va a jugar contra Argentina con el equipo alternativo”, entonces uno qué piensa “va a jugar con los suplentes, o con el equipo B que tiene”. Y la verdad es que nosotros no nos consideramos ni el equipo B de una comunicación A, ni tampoco el descarte de lo que no hace *Clarín* y de lo que no hace *La Nación*. Y términos... nosotros trabajamos mucho en la revista respecto al modelo agro-toxico, al modelo de agro-negocios; entonces si lo pensamos en que, por ejemplo, que Brasil también hay mucho, hay experiencias agroecológicas, en lo cual hay un montón de campesinos y campesinas con huertas, a pequeña escala pero también a gran escala, que ya está produciendo sin venenos. Entonces, tenemos un compañero que dice “si lo pensás en términos del tomate, o de la lechuga, o de cualquier verdura que vos quieras, si vos decís la lechuga que está producida sin venenos, sin agro-tóxicos, o sea que está, de alguna manera, fuera del sistema de producción comercial tradicional tal cual conocemos, ¿es un tomate alternativo? o ¿el alternativo es el que vemos en todas las verdulerías pero que está contaminado, que está genéticamente modificado, y que está atravesado por todos los agro-tóxicos?” Bueno pero si nosotros hacemos ese rodeo, entre teórico y práctico, con el periodismo entonces decimos, “pará, alternativo es *Clarín* y *La Nación* que hacen periodismo zonal porque si vos agarrás los diarios de *Clarín* o de *La Nación*, el 80 o 90% de las noticias de las que hablan, ocurren en la Ciudad de Buenos Aires”. Y si vos ves la *Garganta Poderosa* o *Cosecha Roja*, o incluso nosotros, intentamos, y lo ejercemos también, una agenda que es muy federal. Desde contar cuales son las resistencias, que se están dando en los territorios a lo largo y a lo ancho del país. Eso te lo digo porque también es interesante discutirlo en términos... yo también doy clase, en términos académicos, en términos... con las chicas, con los chicos con las que hablamos. Repensemos las categorías para no... vuelvo a lo que decía antes, ni ser el equipo B de una comunicación A ni tampoco ser el descarte de ellos, sino que estamos creando nueva formas de auto-organización social que parten ya de otro paradigma. Desde ahí damos la batalla, obviamente, porque cuando pasó, en 2017, la desaparición forzada de Santiago Maldonado, que conmovió al país, vos pensás la agenda, el relato oficial del Gobierno o del Ministerio de Seguridad, que estaba amplificado por los medios comerciales, empezó a torcerse a partir de la cobertura de medios como *Lavaca*, de medios como *Revista Cítrica*, o medios como la *Garganta Poderosa*, que en los cánones tradicionales somos los alternativos. Digo, ¿qué pasó ahí? Los alternativos se tomaron un avión, cosa que no hicieron los tradicionales, para contar de primera mano qué era lo que pasaba. Entonces ahí, por primera vez, el relato empezó a ser así, y a enfocarse que había un pibe desaparecido en el medio de una protesta social en Argentina.

**Hice esa observación porque en Brasil, entre los medios contrahegemónicos, hay una crítica porque hay unos medios que se alinearon al gobierno de Lula y Dilma, que fue mil veces mejor que el de Bolsonaro, pero en algunos aspectos como, por ejemplo, en la**

**cuestión agraria o el trato con los pueblos originarios, PT dejó que desear. No fue muy bueno en ese sentido.**

**LP:** Es algo muy parecido a lo que pasó a todos los gobiernos progresistas en la región durante esa década.

**Entonces algunos medios contrahegemónicos dijeron “tenemos que ser alternativos” en el sentido de no alinearnos con todo, mismo siendo un gobierno de izquierda, tenemos que mantener un distanciamiento. Pero en Brasil estos términos son usados de una manera muy diferente que acá. Por ejemplo, el término “periodismo independiente”. En Brasil las experiencias contrahegemónicas se llaman “periodismo independiente”, y acá veo que *Clarín* usa ese discurso, que hace un periodismo independiente...**

**LP:** Bueno, pero *O Globo* también lo ha dicho, digo las grandes empresas, he visto, que también en Brasil, *O Globo*...

**Si, sí. Que son imparciales. Pero las iniciativas contrahegemónicas dicen “somos independientes porque no tenemos publicidad, otras formas de financiamiento”. Es muy confuso ese término.**

**LP:** Acá se problematizó mucho cuando fue la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, que *Clarín*, claramente la oposición a todo ese armado legislativo, empezó a hacer campaña diciendo “los medios independientes van a desaparecer”. Una palabra muy fuerte, el término de desapariciones en Argentina. Pero además posicionándose desde un costado de prensa independiente, entonces ahí empezó “¿independiente respecto a qué?”, etc. Nosotros, la *Garganta Poderosa* también, formamos parte de una sociedad que es *AReCIA*, que es la Asociación de Revistas Culturales e Independientes de Argentina. Nosotros reivindicamos también la noción de independientes, porque si no es parte de la captura de conceptos o de prácticas que, no solamente en el periodismo también en la vida, todas las prácticas neoliberales terminan haciendo de nosotros, y con el periodismo ocurre, y la independencia es una de esas. Nosotros la reivindicamos desde el punto de vista de que esto donde vos estás ahora, que es una cooperativa que nació en 2001, que arrancó siendo una página web, que recién fue una revista 5 o 6 años después, que casi llegando a 2010 pudo tener recién un espacio propio y que ahora...que lo alquilábamos, que estaba en Congreso, acá a 5 cuadras, y ahora tenemos este espacio que es nuestro. Entonces vos decís “¿son independientes?” y sí, porque todo esto realmente es... ahí es donde reivindicamos la noción de la autogestión, porque hacemos una revista, hacemos una página web, porque hacemos cátedras, talleres y cursos de formación, y tenemos una librería y hacemos eventos, y somos un teatro independiente; entonces ese abanico de recursos es el que nos permite hacer el periodismo, sostener el periodismo que hacemos, sin depende que quién esté en el gobierno. Porque la problemática que vos contabas en Brasil, nosotros también la tuvimos, durante la década kirchnerista, que obviamente hay que hacer la

salvedad que no es lo mismo, en términos de política, a lo que estamos ahora; de la misma forma que Lula no es Bolsonaro, el kirchnerismo no es el desastre económico que estamos viviendo hace cuatros años con Macri acá. Pero en términos de políticas de agro-negocio, por ejemplo, el boom con respecto a la soja o con respecto a las enfermedades por agro-tóxicos, gran parte de esa agenda se cubrió desde los medios autogestivos, porque hubo muchos también medios, que en esa alineación que vos decías de Brasil, que hablar sobre eso era una mala palabra. Y gran parte de esa agenda, y que hoy la vemos realmente estallar en toda la región, se cubrió desde nuestros medios. Entonces ahora cuando capaz hay muchos que están advirtiéndolo sobre las consecuencias del modelo, es como que nosotros ya estamos hablando de la agroecología, es como ya ir un paso adelante. Ya hay gente y organizaciones que ya comenzaron a activar la tierra desde otro punto de vista.

**¿Hoy cuántas personas hacen parte del equipo de *Lavaca*?**

**LP:** Somos 17 socios y socias.

**¿Y trabajan apenas en *Lavaca*?**

**LP:** Si trabajamos nada más que acá?

**Sí, porque en Brasil en prensa contrahegemónica, muchos periodistas tienen un trabajo en gran prensa y hacen este trabajo de forma paralela...**

**LP:** No, una distinción que te hago. De los 17 socios y socias que somos, no todos son periodistas, porque hay compañeras que sólo se encargan de la administración de la cooperativa, otras compañeras que se encargan solamente del espacio y de las actividades que hay aquí, otras compañeras que capaz escriben solamente en la revista, y otros que sostenemos tanto la revista como la pagina web. Y otros de los socios son fotógrafos, por ejemplo, que hacen otras cosas además. Y a su vez hacemos cursos, talleres, etc. Ninguno de los que escribimos en *Lavaca* y que somos socios, trabajamos en, a su vez, medios comerciales, quizás algunos colaboramos en algunos otros medios autogestivos o damos clases en otras instituciones, pero desde el punto de vista más de la formación para también abarcar otro tipo de ingresos. Pero no hay alguien que esté escribiendo acá y a su vez esté escribiendo en *Clarín*, por ejemplo.

**Hoy tienen la revista, la página web, yo he visto en *Facebook* un programa de TV, no?**

**LP:** Si, lo estrenamos esta semana. El martes es la primera vez que incursionamos en un programa de TV semanal, que eso es nuevito, nuevito. Pero tenemos la revista, la pagina web, bueno, ahora el programa de televisión; todos los viernes tenemos un programa de radio que nosotros subimos, que se llama *Decí MU*, que subimos a nuestra página web pero que se replica



por más de 300 radios comunitarias de todo el país. Es un programa de una hora que ya tiene, no sé cuantos años, ya hace bastante que se sostiene. Y después hay otras producciones tanto audiovisuales como radiofónicas, que están en nuestra página web. Tenemos un programa de TV que se llamó “Anormales”, por ejemplo, otro programa que se llama “La ley de la calle”, que es sobre vendedores ambulantes. Son como pequeños documentales que hicimos de capítulos de 5 minutos pero generando piezas audiovisuales específicas.

**¿Esos son divulgados en el canal de *YouTube*?**

**LP:** En *YouTube*, en el canal de *Lavaca*, y también está todo en nuestra página web.

**¿Y cuáles son los frentes de cobertura que tienen? Hablaste acerca del agro-negocio, vi que abordan el feminismo...**

**LP:** El tema agro-toxico es uno, feminismo, claramente, derechos humanos...creo que esos son las tres...y protesta social, también. Esos los cuatro ejes claves de *Lavaca*, a lo largo de la historia hasta ahora. La primera crónica que se publicó en *Lavaca* es un reportaje sobre el 19 y 20 del 2001. O sea, el acto inaugural de *Lavaca* fue estar en la calle, ese día. Es una crónica que después se recopiló en otro libro de crónicas, que están desde José Martí hasta *Lavaca*, por ejemplo. Y esos son los grandes cuatro frentes, que de ahí después, cada uno se puede diversificar. En Derechos Humanos tenemos la cobertura desde los nietos recuperados pero también las violaciones a los derechos humanos en democracia. Por eso cubrimos mucho lo que son, obviamente, desde femicidios, que ahí también tenés un cruce con feminismo; gatillo fácil, como fue acá hace poquito, seguramente viste, en San Miguel del Monte. Es un municipio a 100 km de aquí, de la capital, la policía bonaerense, que es la policía de la provincia de Buenos Aires, mató a cuatro chicos en una persecución. Fue un caso como que o sea de esos que ocurren todos los días pero al ser cuatro chicos de un pueblo, como que estalló y puso la agenda patas arriba. Digamos, de ahí, o también a desapariciones forzadas como te nombre recién a Santiago Maldonado. Después en protesta social, cubrimos mucho las marchas, que ocurren en la calle, desde feminismo hasta de protesta laboral; porque nosotros siempre decimos que las marchas son como grandes noticieros a cielo abierto; es como que apagá la televisión, salí a la calle, ponete a hablar con la gente y ahí tenés toda una cartografía de luchas o de reclamos o de reivindicaciones de la época.

**Y acá hay muchas. Yo he visto una ahora, cuando estaba viniendo para aquí.**

**LP:** Todos los días. Una, que se yo... una que cruza absolutamente todo, las movilizaciones del 3 de junio, del Ni Una Menos, o toda la experiencia o todo lo que se generó alrededor del debate por la legalización del aborto, el año pasado, hasta cuando aquí la Corte Suprema, hace tres años, había sacado una resolución que era la del 2X1, que era la que reducía la condena de

los genocidas presos por los delitos de la última dictadura militar, e inmediatamente que salió esa resolución, acá hubo una marcha que fue histórica porque fue de un día para el otro. Quinientas mil personas en Plaza de Mayo, diciendo “No”. Y el gobierno, que es negacionista, tuvo que dar marcha atrás respecto a eso y también la Corte Suprema. Digamos, como que hay una gimnasia, también que tenemos acá en Argentina, sobre protesta social que por eso nosotros le damos mucha importancia a eso.

**¿Puedes hablar sobre la revista *MU*?**

**LP:** *MU* es el nombre de la revista, y *Lavaca* es el nombre de la cooperativa.

**¿La revista *MU* es mensual?**

**LP:** Sí.

**¿Y la tirada?**

**LP:** Diez mil ejemplares. Pero tenemos la página web que es lavaca.org que funciona como un estilo de agencia de noticias dentro de uno de los tópicos que hablábamos antes. Entonces hay vas a ver noticias que en la revista capaz no están, o vos ves en la revista una nota que es algo que cubrimos puntualmente en la web pero más desarrollado.

**¿Más literario?**

**LP:** Más literario pero con más profundidad también. Por ejemplo lo que te contaba de San Miguel del Monte, de los chicos que fueron asesinados; bueno, nosotros viajamos a cubrir eso, porque había que... al ser la revista mensual, y al ser algo que está ocurriendo hoy, tampoco nos podíamos permitir no decir nada hasta que saliera la revista. Entonces fuimos, viajamos, produjimos notas, un reportaje fotográfico que también fue muy lindo, y una serie de coberturas, no te digo del día a día, pero sí hasta que saliera la revista, y cuando salió la revista, no solamente había contenido que nosotros ya habíamos dado sino que también problematizamos un poco más lo que había pasado en Monte, desde pensar la seguridad, a partir de las madres por el gatillo fácil que se están organizando. O incluso, de hecho ahora te voy a dar la revista, yo hablé con Fidel, para esa nota, porque nos interesaba contar un poco también la experiencia de Control Popular de las Fuerzas de Seguridad de La Garganta en el barrio. Y ahí ves como lo que era capaz la noticia de “la Bonaerense mató cuatro chicos en San Miguel del Monte”, que la dimos, en la revista se terminó convirtiendo en “¿cómo pensamos la seguridad y cómo nos cuidamos?”

**Algo más analítico...**

**LP:** Sí, entre crónica, reportaje, testimonio, análisis, es como que tratamos...incluso cuando las compañeras cubren si hay algún femicidio, damos la noticia y los datos que capaz son más de dominio publico pero después en la revista lo que tratamos de producir es otro valor al ir al territorio y también contar un poco esa complejidad que se da solamente en esos lugares. Es como que se profundiza mucho más en la MU, no porque no sea profundo lo que damos en la web pero sí tiene una frecuencia más de agencia.

### **Periodismo más *hard news* en la página...**

**LP:** Sí. Cuando fue lo de Santiago Maldonado era casi una nota diaria. Cuando fue el tema de la discusión por el aborto, las compañeras que cubrieron muchísimo el tema, era casi una nota diaria sobre lo que estaba pasando en el Congreso pero también lo que estaba pasando en la calle, y cómo se estaban organizando otros sectores, etc., etc. Y en la revista, era capaz algo más de análisis de decir qué está significando esto en términos históricos, como también focalizarlo ahí, o hasta algún reportaje específico con alguien que haya estado, o que haya sido muy importante en todo ese movimiento que de alguna manera sintetizara también todo lo que estaba pasando. Entonces vos ahí veías que hablábamos con actrices, con músicas, y en cada revista había una profundidad sobre eso, que capaz en el caos cotidiano, está en la web pero lo que te da la revista es otro tipo de anclaje. Vos abrís, o la lees en la web o donde vos seas, y en el mes, ahí está sintetizado gran parte de lo que fuimos hablando porque sí lo de la web, más allá de que sean notas, que pueden rebotar muchísimo, tiene la fugacidad de lo que admiten hoy, esta época de redes sociales; la revista le da otro peso, está acá.

### **¿Ustedes reciben alguna ayuda de la Ley de Medios?**

**LP:** Sí. La Ley de Medios, lo único que nosotros aprovechamos, y que hubo muchos medios que aprovecharon ese mecanismo, fueron los Fomeca, son Fondos de fomento a los medios comunitarios y autogestivos, que son concursos que se abren para programas de radio, para programas de TV, para equipamiento, etc.; en el cual los medios presentan un proyecto del programa, eso después se concurso y un jurado decide si la aprueba o no la aprueba. Si la aprueba es como una financiación que después vos tenés que rendir al pie de la letra seguramente, todos los gastos que vos tuviste; pero que algunos medios, como a nosotros nos permitió hacer alguna de las producciones que nosotros te decíamos. Fue una de las poquitas cosas que se mantuvo en pie de la ley de medios y que efectivamente se cumplió; ya sea por presión de las empresas comerciales o por una mala gestión del Gobierno.

### **La parte de oligopolización volvió para atrás, con Macri...**

**LP:** No hubo grandes avances respecto a la desconcentración del sistema mediático en Argentina, aun en la época del kirchnerismo, porque siempre el argumento fue, si *Clarín* se

opone, si esto está judicializado por *Clarín*, no podemos avanzar con la desconcentración de los otros medios de comunicación porque no sería legítimo. “Aplican la ley con unos pero no con *Clarín*”. Entonces bajo ese argumento no se desconcentró mucho, casi nada, te diría. Lo que sí paso es que con el cambio de gobierno, no sólo esa desconcentración no se produjo, sino que aún más se tendió a la concentración. Después te voy a...hay un informe muy interesante que hicieron los compañeros de *Tiempo Argentino*, que es un diario recuperado...acá de las experiencias más interesantes que hubo en estos cuatro años de macrismo, ellos sí son una cooperativa de trabajadores, a partir de recuperar un diario, y que incluso hacen un diario mucho más interesante, con más rigor de lo que producían antes, e hicieron un informe muy bueno con reporteros sin fronteras, que se llamó “Primer Monitoreo sobre la concentración de los Medios en Argentina”. Después te lo paso. Después te lo mando al mail. Y ahí ves la concentración actual, como se componen los medios desde el punto de vista accionario, *Clarín*, *La Nación*, *América*, los canales, etc. que hay ves claramente como en estos cuatro años, no solamente no se desconcentró sino que se concentró aún más. El gobierno permitió la fusión de *Clarín* con Telefónica, a su vez, desguazaba lo poquito de arquitectura legal que había dejado la Ley de Medios, quedó absolutamente desguazada por la gestión de este gobierno, que no sólo avanzó en este sentido, sino que también despidiendo a un montón de trabajadores. Y también concentrando mucho el aparato de la pauta oficial, en los tres medios de siempre.

**Y con Macri, lo que cambió para ustedes que trabajan con la prensa contrahegemónica, ¿aumentó la represión a protestas de movimientos sociales?**

**LP:** Sí, y la prensa crítica fue un gran destinatario de las represiones. Hubo muchas y muy fuertes pero entre las dos o tres que más te puedo nombrar, y además pasaron hace poquito, una fue cuando el gobierno llevó al Congreso la Ley por la Reforma Previsional, que era un recorte a los jubilados y a las jubiladas, muy brutal. Se produjeron unas manifestaciones masivas, acá en el Congreso, que fue brutalmente reprimida. El primer día esa movilización logró levantar la sesión, la protesta social logró levantar la sesión; en el segundo no solamente hubo represión sino que además avanzaron y la aprobaron, pero ahí apuntaron mucho contra los fotógrafos, por ejemplo. Era casi un objetivo, fue reprimir a los fotógrafos. Hubo gente que perdió el ojo, en la manifestación, detenidos también.

**Tenemos uno en Brasil que perdió un ojo, y ahora perdió dos veces con el Estado en la Justicia.**

**LP:** Y después en 2017, fue la votación por el Presupuesto, acá, que...imaginate que en el Presupuesto, el único gasto social que aumentaba era la partida destinada al pago de intereses de deuda. O sea, eso aumentó mientras había recorte en salud, educación, en ciencia y tecnología, en deporte, etc. Todo fue desguazado. Y que hoy lo vemos, hay faltantes de vacunas, las escuelas no tienen gas, no tienen luz, están absolutamente desguazados, pero todo va para

financiar la deuda con el FMI. En esa protesta, también reprimieron brutalmente, también un foco clave fueron los fotógrafos y los medios, y ahí fue que detuvieron a dos compañeros de la Garganta Poderosa, por ejemplo, que fueron Nacho Levy y a Francisco Pandolfi, que son dos referentes de la organización. En esa represión fue muy claro también, a quienes detuvieron, como te decía, a los referentes de la Garganta Poderosa pero también detuvieron a docentes de una escuela en Moreno, que meses antes había explotado y habían muerto dos auxiliares; detuvieron a trabajadores de un Astillero de La Plata que se estaban manifestando porque habían sido despedidos, también detuvieron a un compañero de la Agencia Télam, que el año pasado tuvieron los 357 despidos. O sea, fijate que la represión estuvo orientada a quienes son, justamente, las personas que politizaban ese presupuesto en el territorio y que muchos fueron medios de comunicación.

**¿Y cómo es la repercusión en la opinión pública de esta represión? Porque veo a la gente muy dividida acá. Por ejemplo, dos taxistas que me hablaron muy mal del gobierno de Cristina; los mismos discursos de la derecha en Brasil, que “la gente en situación de calle está ahí porque quiere, porque el gobierno da abrigo y Cristina acostumbro mal a estas personas”, “porque no les enseñaron a pescar, les dieron el pescado”. Por un lado, esto. Y por otro, veo personas que quieren que Cristina vuelva, entonces veo a la sociedad muy dividida. Me gustaría saber cómo la gente reacciona a estas protestas, a la represión de la policía...**

**LP:** Sí, es un momento particular, que además, ya falta un mes para las elecciones internas, que acá son las PASO, las elecciones primarias, previas a las elecciones nacionales en octubre, y en ese esquema de alianzas que se están tejiendo, a nivel social, tenés, como los dos taxistas que nombrás, que siguen repitiendo ese mismo discurso después de cuatro años de sequía, y otra gente que no. Yo creo que, y lo que nosotros fuimos viendo a lo largo de estos años, es que incluso en...lo veías mucho cuando fueron las marchas por los tarifazos, por ejemplo, que el tema tarifas...el Estado dejó de subsidiar las tarifas, entonces se dolarizaron, y había pequeños comercios que pasaban de pagar una tarifa de luz de 200 pesos a pagar 5 mil. Entonces eso fundió a un montón de personas y muchos de esos, muchas de esas personas, gente que vos te encontrás en las calles, en las marchas, te reconocían y te decían “yo lo voté y me quiero matar, ahora”. Lo que sí pasa es que en este reordenamiento de cara a las elecciones te vas a encontrar, depende de con quién hables...te vas a encontrar...depende también a dónde vas...te vas a encontrar con algunas personas que les tira mucho más el odio a...que en Brasil pasa también vos la estás pasando mal pero el odio a Dilma o al PT es mucho más fuerte que la propia situación económica y de lo mal que la están pasando. Bueno acá pasa algo parecido, el odio a la “yegua”, el odio al kirchnerismo, que en algún punto vos decís...obviamente todos tenemos una crítica, pero hay un punto irracional también en eso que es muy profundo. Entonces se pondera mucho más ese odio a que no estás pudiendo llegar a fin de mes o que hay gente en la

calle muriéndose de frío. Es algo que está totalmente dissociado y ahí entran a jugar muchísimos factores.

**¿Tiene asociación con otros medios latinoamericanos? ¿Algún tipo de asociación...?**

**LP:** Nosotros formamos parte de la asociación que te decía de revistas culturales, eso de Argentina, y después en términos de asociación, o sea, desde el punto de vista jurídica, no. Pero sí tenemos relación con *Brecha* en Uruguay, con *Media Ninja* en Brasil.

**¿Y cómo evalúa la integración latinoamericana, considerando que las realidades son muy parecidas?**

**LP:** Ah, ok. Y...debería ser fundamental, debería ser como un ABC de nuestra práctica cotidiana. Sí hay dificultades en trazar esos lazos comunes. Nosotros cuando fueron las protestas masivas en Brasil, no te digo que articulamos, pero si estábamos en contacto con *Media Ninja*, como para pensar alguna cobertura y como para compartir un poco lo que sucediera. De hecho ellos articularon también con algunos otros medios de acá, pero no sé cuál es...que tan aceitado está ese nivel de integración a nivel de comunicación, por ejemplo, y a tender a hacia un tipo de comunicación más aceitada, con una visión política más determinada. Nosotros teníamos como unos lazos con unos medios de México, por los femicidios o por los asesinatos de periodistas, o también por el avance del agro-negocio en la región; ahí, pudimos articular o pudimos ponernos en contacto con algunos medios, para pensar que la problemática es regional, no es solamente de nuestros países puntualmente. Hacia eso hay como una tendencia que lo ideal sí sería seguir trabajando en ese sentido.

## APÊNDICE C – Entrevista com Fidel Ruiz, cofundador da organização *La Poderosa*

**A entrevista foi realizada em 3 de julho de 2019 presencialmente, no Hotel Bauen, em Buenos Aires. Após entrar em falência, com a crise econômica, o hotel foi recuperado por trabalhadores, no esquema de uma cooperativa. Hoje o local é usado pela *Garganta* e outras organizações para reuniões e outras atividades.**

**Yo he visto una entrevista que tú concediste a un colectivo, Colectivoz, del Ecuador. En esta entrevista, tú dijiste que *La Garganta* empezó con un grupo de fútbol popular, con niñas y niños que jugaban, y después hacían reuniones para hablar acerca de la vida en Villa Zavaleta y de los problemas y cuestiones de la comunidad. A mí me gustaría que hablaras de este inicio de *La Garganta*. ¿Cuándo comenzó? ¿De qué forma?**

**Fidel Ruiz:** Sí, básicamente, como decías, La Poderosa, que es nuestra organización, nació el 2004 en Villa Zavaleta que es en Capital Federal que está más o menos a unos 15, 20 minutos del Obelisco. Acá lo que tenemos es que las villas están dentro de la ciudad. En zona Once [bairro central onde se localiza uma importante estação de trem de Buenos Aires] vos caminás 10 pasos para allá, tenés una villa. Caminás otros para allá, tenés otra villa. Nació [*La Poderosa*] en villa Zavaleta el 2004 con algo que parecía muy insólito que para la estructura de cómo vos componés una organización que no es habitual que es una pelota de fútbol, digamos. Lo primero era discutir cómo se iba a llamar el espacio, como se iba a llamar el equipo porque se vos lo llamás "Fútbol Villero" tenías una problemática. La denominación "villero" era peyorativa por los medios de comunicación. Cada vez que nombraban a tal barrio era "la villa esto", cada vez que hay una problemática en materia de seguridad o otra materia, la culpa metían en las villas. Para el barrio, la palabra villero es una mala palabra, digamos, porque siempre acostumbraron a decir que éramos los malos y como que ser villero representaba todo lo malo. Entonces, el barrio decían "villero" y ya como se atajaban. Entonces, pensando cómo nos vamos a llamar, porque villero no daba, entonces decimos, bueno, llamemonos... buenos, "zurdos callejeros" tampoco, no? Porque a "zurdo callejeros" muchos vecinos no les gustaba porque en el medio se había generado una cierta rivalidad entre la gente que vivía en la villa y la gente que vivía en la calle. "Porque vos vivís en la calle, así, así..." y todos podían culpar a nosotros [en relación] a la problemática que había en el medio. Y así con una pelota de fútbol, en la canchita del barrio... muchos teníamos 9 años, digamos, yo tenía 9 años cuando empezámos. Muchos jugábamos todos los días la pelota y una vez vino dos compañeros de afuera del barrio que se contactaron con una vecina histórica del barrio que tenía un comedor comunitario y, como jugábamos la pelota, vivíamos siempre en este comedor. Nos invitaban al espacio y todos fuimos, claramente, porque era el fútbol, era la pelota. Y empezamos con una ronda - y todos mirábamos a las caras, porque nadie entendía nada, "¿qué carajo es una ronda? ¿De qué se trataba esto?" Nosotros queríamos jugar al fútbol. Y de eso empezó una dinámica que muchos no estábamos acostumbrados a esa dinámica del fútbol. Era una ronda, pibas y pibes en la misma cancha, mirándose a las caras, y jugando sin árbitros. Y después de mucho empezamos

a entender porque era sin arbitro. Primero, porque siempre venía alguien de afuera al barrio diciendo como teníamos que hacer las cosas. Segundo, nos imponían reglas que nos estábamos de acuerdo y que no las pensábamos nosotros. Y tercero también para empezar a generar un proceso de diálogo colectivo dentro del territorio, dentro de la misma comunidad y empezar discutir, digamos, si el lateral se sacaba con la mano o con el pie. Era una decisión. Después, pasamos a nos dar cuenta que era más allá de que si el lateral se sacaba con la mano o con el pie, sino que era un intercambio: bueno, yo pienso eso, vos pensás el otro. Y ahí nos empezamos a manejar por consenso. No es votación, nosotros no votamos. Nosotros consensuamos. Discutimos hasta que...

### **¿Nunca hubo una estructura jerárquica entre ustedes?**

**FR:** No, no, no. Era una discusión, digamos. Todos eramos responsables para que el espacio se haga bien y verdaderamente sea responsable. Y también ahí nos empezábamos a dar cuenta que había un espacio. Cuando empezamos a jugar el futbol, lo que nos pasaba era que si yo llegaba tarde al entrenamiento, o si mis compañeros llegaban tarde, no era porque queríamos llegar tarde sino porque en este día llovió y estábamos sacando el agua de nuestras casas, se nos había inundado los pasillos. Entonces, cuando empezabamos a discutir ahí en las rondas, porque llegamos tarde. Entre las reglas que poníamos estaba ¿Qué hacemos con el que insulta? ¿Saca tiro libre para el otro equipo? ¿Sale dos minutos, reflexiona y entra? ¿Qué hacemos con el que a el compañero le dice boliviano al otro, le dice paraguayo, qué hacemos? Y, bueno, ahí empezamos a abrir otras discusiones. ¿Por qué al otro hay que decir paraguayo si tiene nombre?

### **¿Prejuicio, no?**

**FR:** Sí, prejuicio en general que los mismos medios, que fué en toda la época de los 90. Pós-2001 [crise económica] queda el famoso discurso de que los que venían de "afuera" venían a robar la educación, la salud, nuestras casas y entonces generás un nivel de prejuicio...

### **Sabés que hasta hoy, porque ayer yo tomé un taxi y el taxista me dijo que los inmigrantes están robando los trabajos de los argentinos. En Brasil, es el mismo pensamiento...**

**FR:** Ese discurso pasa por todo lado. Siempre van a justificar algo. Bueno, ahí empezamos a discutir, ¿por qué decimos boliviano/paraguayo? Empezamos a discutir porque vinieron para acá y ahí uno de los chicos decía: "no, porque mi papá vino acá por trabajo...". Y ahí empezaron a discutir todas esas cosas y también a generar otras discusiones, otras interpretaciones, de cómo veíamos al barrio. Nosotros cuando empezamos las rondas, ahí empezamos a discutir cómo jugábamos. La primera regla que acertamos es que teníamos que desayunar. El desayuno era la cena nuestra, el mate cocido con pan. Para nosotros era muy importante desayunar, queríamos desayunar. Bueno, teníamos un consenso y, antes de entrenar, desayunabamos. Entonces, de 20 chicos y chicas se sumaron 10 más, 30. Y ahí empezamos a darle una dinámica de discusiones, cuando llega el 24 de marzo [Feriado do Dia Nacional pela Verdade, Memória e Justiça] también discutíamos, porque no sabíamos la historia de nuestro barrio. ¿Por qué no lo sabíamos? ¿Por qué no aparece en los registros los villeros desaparecidos en la dictadura? ¿Por



qué no sabemos quién son los vecinos que desaparecieron en la dictadura? Ahí empezamos a discutir muchas de esas cosas y ahí muchos nos cansábamos de estar ahí hablando una hora y no jugábamos al fútbol, porque nos terminábamos nos enganchando demasiado en esa discusión...

**Fué bien natural, entonces. La discusión pasó del fútbol para otros tipos de discusión de una forma bien natural, ¿no?**

**FR:** Sí.

**De acuerdo con la vida de cada persona que estaba ahí...**

**FR:** Sí, porque generar la ronda, generar el partido sin árbitro, empezó a generar una cosa que era el diálogo y generar este diálogo era dar la notoriedad para esos pibes y pibas que tenían necesidad de hablar. No tenían espacio en donde juntarse y hablar. Porque no podían hablar con su familia, porque el padre estaba laburando, porque, en esta estructura de mierda de esta sociedad, la madre se estaba ocupando 100% de su casa, entonces ¿con quién le hablaba? Entonces, el compañero y la compañera que venían a la ronda del barrio eran los facilitadores de la discusión. Los compañeros, que vivían en el barrio, entendían que había que se generar la discusión. Siempre decimos que "el iluminado", siempre elegimos al que viene de afuera como el que tiene el conocimiento y vos [villero] no sabés. Y empezamos a generar esta discusión que el iluminado tiene que venir, claramente lo necesitamos, nos interesa, con la mochila media vacía para también aprender el barrio, aprender de esta discusión. Y nosotros con 9 años no nos dábamos cuenta que estábamos generando una asamblea. Por ejemplo, cuando empezamos a jugar el fútbol, nos dimos cuenta que nuestra cancha tenía un poste de luz en el medio de la cancha, teníamos pozos a los costados y nos enojaba que la cancha estaba así y no podíamos jugar al fútbol, porque si alguien cayera en el pozo se podía lastimar. El poste de luz que encima no alumbraba, entonces ahí comenzamos otra cosa que era un trabajo voluntario. Entrenábamos 3 días: 2 días entrenábamos y un día nos dedicábamos a hacer trabajo voluntario. Y ahí nos empezamos a dar cuenta que teníamos nuestro espacio para discutir, para intercambiar y como organización también nos dimos cuenta, que así como estes pibes estaban discutiendo en una ronda popular las problemáticas del barrio, también era necesario que se junten los padres de estos chicos a discutir. Ahí pasaron a conformarse las asambleas populares cada semana. Así como en el espacio del fútbol se estaba discutiendo la ronda, las problemáticas, ahí se empezaba a dar una dinámica y el espacio se comenzaba a conformar de una manera social, no subestimando la calidad, sino de un poder de lucha. Nosotros, en la segunda ronda popular, se nos leyeron un cuento. A nosotros que no teníamos acceso a los libros. No llegaba, no habían bibliotecas. Llevé de la biblioteca del colegio 3 libros: uno que era un mapa interactivo de la ciudad, otro de la Revolución Francesa y un de Egipto. Entonces, a mi mamá le llegaban notas, comunicaciones, que Fidel se había robado libros. Y mi vieja [mãe] se iba a pelar. "¿Cómo se

va a robar libros? ¡Se los prestan!". Ahí empezamos a afinar las discusiones, cada vez que surgía una discusión en el barrio, generábamos alternativas, discusión, llevábamos cuentos...

**Cuando hablas de llevar cuentos, ¿son cuentos de las personas de la villa?**

**FR:** Nosotros, cuando teníamos nuestro espacio de cuentos, leíamos la historia del Che Guevara hasta cuentos de Galeano. Todo leíamos. Y del Che Guevara no era de una manera "adoctrinante" sino era una manera de construir nuestra historia, nuestro poder de lucha latinoamericana. Porque en esta ronda había paraguayos, bolivianos, peruanos, argentinos...

**Es interesante para todos.**

**FR:** Sí, y, bueno, ahí empezamos a caminar por el espacio de todos y ahí empezamos a abrir otros espacios como de educación popular, arte... distintos espacios en donde todos tienen la misma dinámica. Esa ronda de discusión, de proponer, o sea, ahí empezamos a darnos cuenta que ese era el camino: para pensar una organización había que empezar por las bases puras, que era la juventud, las infancias. En esas rondas se generaban discusiones hermosas. Acá le decimos "zarpado" lo que es lo mejor, grandioso. Generaba lindos debates, y ahí empezamos a dar cuenta que empezamos a generar una cadena de generaciones. Porque estaban estos pibes a los 9 años discutiendo en una ronda de apoyo popular y había que hacer un caminito para que estos pibes cuando tengan 16, 17 años estén en su asamblea popular discutiendo cosas que estaban discutiendo a los 9 años y siendo estos referentes de su comunidad, que la comunidad los vea a ellos como referentes, que vean que hay una juventud que está luchando y también con toda una historia barrial. Hay un montón de vecinos que están resistiendo hace 30, 40 años. Que se empezó a generar todo ese empoderamiento de lucha que el barrio ya lo tiene y generar algo que siempre hagamos la discusión. Nuestro barrio no es marxista, ni peronista, ni guevarista, nos llamamos *La Poderosa* por la moto de Che. Pero nosotros no vamos invocando al Che por todos los territorios, somos un barrio pobre, es por todas las discusiones, todo el empoderamiento de lucha y toda su resistencia. El barrio resistió a todo: las crisis económicas, la dictadura militar... Lo que había que hacer era valorizar esto y resignificar la palabra "lucha" y la palabra "poder". ¿Qué es el poder? El poder no es lo que nos alimenta o lo que nos evangeliza los medios de comunicación. Hay que resignificar lo que es la palabra desde la organización popular y la construcción colectiva. Ahí nos empezamos a dar cuenta que este era el camino, por el "bien abajo". De empezar a generar, no conciencia, porque el barrio ya tenía conciencia, sino un nivel de incentivación, de decir que esta es la gran impronta que tienen los barrios, saber lo que pueden, porque el barrio ya está cansado de la política porque le mienten todo el tiempo. [ Los políticos ] Van a los territorios cada 4 años a prometer a prometer y después dejarlo solo. Nosotros hacemos el camino inverso de no prometer, sino decir "¡organizémonos!". Vamos a lograr más cosas enganchándonos. Y así empezamos.

**He visto que Villa Zavaleta surge como una zona que debería ser transitoria. Y que hasta hoy el gobierno no hizo una estructura fija para las personas, con vivienda digna. ¿Es eso o comprendí mal?**

**FR:** Sí, este año [2019] Zavaleta está cumpliendo 50 años, o sea, dos generaciones viviendo en la "transitoriedad", viviendo en un "núcleo habitacional transitorio". Se estrenó el 1969, en el gobierno de [Juan Carlos] Onganía, un gobierno militar en donde los [al pueblo] mandaron ahí con promesa de vivienda. No podrían transformar esas casas porque era transitorio, los vecinos que se mudaban ahí tenían que pagar esas casas, muy precarias. Después en la época de la dictadura, el 1976, otra promesa de la dictadura para las villas y no se arregló nada. En todos esos años son promesas y promesas y promesas. De la resistencia del barrio, de tomar edificios del gobierno para que organice la villa, hoy hace 12 años se organizó un cuarto de la parte del barrio, se comieron, aquí en argentina se dice "se robaron la plata", de la continuación de la organización de Zavaleta y hoy hace 12 años que está ahí, con tres cuartos del barrio sin viviendas. Y vos decís "¡Qué loco!" porque Zavaleta no es una villa, es un barrio creado por el Estado. Y es un barrio que se lo olvidó el Estado, es decir, hay vecinos, como nuestra compañera Alejandra Díaz que es muy histórica del barrio, tiene 50 años viviendo ahí, que tiene el certificado de la casa, de la propiedad. Ella se mudó ahí muy chica y escuchó un montón de promesas.

### **¡Qué situación!**

**FR:** Y cada vez que ella habla de Zavaleta va con su certificado para mostrar y no vencía. Zavaleta es un barrio creado por el Estado, pero es un barrio que le olvidó el Estado. A Zavaleta le enoja mucho cuando le llaman "villa". No es porque las villas son malas. Pero es porque es un barrio que lo creó el Estado. O sea, Zavaleta no tiene nada contra las villas, somos "hermanados", tenemos las mismas problemáticas de una villa. Es un barrio popular olvidado por el Estado. El mismo Estado los mandó ahí a las familias. Es una historia de 50 años que vivimos luchando por la organización de Zavaleta como la organización de todos los barrios. Y el barrio se está organizando. En Zavaleta se vive discutiendo, se hacen muchos murales denunciando la falta de políticas públicas y de urbanización porque también cuando nosotros hablamos de urbanización no hablamos de un techo y cuatro paredes. La urbanización genera todo, genera las condiciones habitacionales, las condiciones ambientales también, de salud...

**El concepto de vivienda digna no es solo sobre un lugar seguro, pero con estructuras cercanas: educación, salud, cultura...**

**FR:** ... de educación, de salud, de cultura.

**Porque en Brasil es la misma situación. En las comunidades no hay aparatos culturales, no hay salud. Las madres no tienen en donde dejar sus hijos para ir a trabajar.**

**FR:** Claramente. Cuando te hablan de urbanización, solamente te hablan de una vivienda y para nosotros es todo: que tengan una canchita en donde jugar, una calle, una plaza, todo que garantice una vida digna de todos los que vivimos en el barrio. Es muy simplista hablar de la urbanización cuando la resumimos a la vivienda. Queremos todo porque es un derecho.

**¿Constitucional? Aquí, en la constitución, ¿también se habla acerca de eso?**

**FR:** Sí. La 14 [artigo 14 da Constituição argentina] habla justamente de este derecho. Siempre me acuerdo que en una ronda popular siempre hablamos de libertad. Cuando nos preguntaban ¿qué es la libertad para ustedes? La libertad es hablar, es caminar, es eso, es eso otro, y uno de nuestros compañeritos dijo que es comer. Y eso también es la libertad, eso también es urbanización. Venimos luchando hace 50 años. Por suerte, hay generaciones que no han dejado [la lucha], que han transmitido toda esa lucha, que dejaron eso a una nueva generación - yo nací el 1994. Y ahora también nos toca a nosotros generar ese nivel de conciencia y ese nivel de empoderamiento a las generaciones que vienen, no abandonar esa lucha. Porque, cuando hablamos con vecinos, están hace 30, 40 años y hablan de toda esa lucha y no se la puede abandonar. Va más allá de una organización, es una lucha histórica en el barrio. Una resistencia, una invitación a la organización desde el barrio. Para no desilusionarse.

**¿En qué momento ustedes decidieron crear los vehículos de comunicación? Hoy, tienen una revista, un sitio... En qué momento - más allá de las frentes de cultura, de fútbol, de las violaciones policiales - se crearon los medios de comunicación de *La Garganta*?**

**FR:** Nosotros, como te decía, teníamos un camino con *La Poderosa* en 2004, con una estructura muy chica, muy poco. El 2008, decidimos hacer una plaza, que se llama la Plaza Kevin. La hicimos en la comunidad haciendo trabajo voluntario todos los días. El 2009, un canal de televisión acá de Buenos Aires hace un informe que se llamaba "Zavaleta en la antesala de la muerte". Son imágenes de mierda en las que mostraba gente viviendo en la calle, autos desarmados, otro grupo de gente pidiendo en las casas - todo muy macabro - diciendo que ahí vivían pirañas - acá es como se llama la gente que roba, que te saca el celular. Zavaleta está bordeada por dos avenidas: una avenida que está por dentro de Zavaleta que es la Avenida General Iriarte y otra avenida que está afuera que se llama Avenida [Amancio] Alcorta. Entonces, decían que en esta Av. Alcorta la gente del barrio iba a robar y volvía a entrar al barrio para esconderse. Esas imágenes, de este documental - macabro por minutos y minutos en donde cada segundo de este informe era hacernos unos pelotas, unos mierdas - y eso documental lo que tenía eran las imágenes de otro documental que lo habían hecho pibas y pibes de una organización... "Vientos del Sur", algo así se llamaba. Eran pibes y pibas que habían se recuperado de las drogas y que habían hecho un documental para mostrar el laburo que ellos hacían. [El documental] Primero mostraba la gente que pedía en las casas, que era para una cooperativa que ellos tenían - iban puerta por puerta, pedían la basura y los vecinos daban una colaboración a la voluntad; con esa plata, llevaban comida a la gente que seguía viviendo en la calle. En la parte de los autos desarmados, ellos movían los autos, hacían los reclamos al gobierno de la ciudad para que los vengan a buscar, y los movían para fuera del barrio para que los chicos no se metan a esos autos porque se podían lastimar; era un punto de infección en el barrio, estaban contaminados [los autos desarmados]. Entonces, todo ese laburo hermoso que habían hecho esos pibes, ganaron en un festival un premio por haber hecho ese documental, y por eso generaron discusión en otros medios y entonces ¿qué hizo la productora? [del programa "Zavaleta en la antesala de la muerte"] agarró parte de este documental hermoso

que habían hecho esos pibes y hizo "Zavaleta en la antesala de la muerte". Lo que repercutió de eso fué que muchos vecinos se quedaron sin laburo, los colectivos que pasan por el barrio dejaron de pasar a la noche, muchos de los pibes sufrían discriminación en las escuelas - los llamaban de "chorros" [forma peyorativa para "ladrão"]. Entonces, hicimos una asamblea multitudinaria en la Plaza Kevin y decidimos hacer una intervención en la puerta del canal. Fue todo el barrio a la puerta del canal para mostrar lo que el canal se olvidó: el comedor comunitario, el paseo popular, todos los espacios; un cartel con "yo conocí a mi primera novia en Zavaleta", carteles así. Claramente, no vino ningún medio a cubrir esa intervención y decimos: bueno, algo tenemos que hacer para generar este tipo de intervención porque si no van a seguir hablando porquerías del barrio. Empezamos a pensar a hacer un medio.

### **¿Para tener una contracomunicación?**

**FR:** Sí, discutimos porque nadie tenía un oficio - salvo uno de nuestros compañeros que es referente de la organización y que vive en Zavaleta y era el único que tenía herramienta técnica para decir que podríamos empezar por ese lado. Los otros, no teníamos nada, no sabíamos cómo carajo empezar. Bueno, entonces hablando de cómo íbamos a hacer un medio decimos, bueno, hagamos una revista. Podemos poner esta noticia, podemos poner la otra, y ahí surgió otra discusión genial: podemos poner esta noticia, pero ¿cómo lo hacemos? Porque si hacemos esta revista la difundimos acá en todo el vecindario, estamos contando los vecinos acá a la vuelta, digamos, que ya saben lo que pasa. O sea, es un chiste. Ahí empezamos a pensar cómo hacíamos la revista. No teníamos título, no teníamos nada y ahí empezamos a dar forma. ¿Por qué *La Garganta*? Ahí empezamos a generar esa discusión. Después llegó una discusión bastante linda: ¿Qué hacemos para que llame la atención? Porque, lamentablemente, no podemos escapar de esta lógica de consumo. La sociedad de mierda hace con que la gente consuma con algo que va a llamar la atención. No podemos poner un vecino en la tapa, no la compra nadie, ni en el barrio la van a leer. Bueno, pongamos famosos. A nadie le gustaba que le ponga famosos porque el famoso se va a llevar todo el laburo del barrio, todos van a hablar del famoso en vez de hablar del barrio. Bueno, que salga gritando y en la contratapa salga con un mensaje del barrio que queremos decir algo. En el centro de la problemática, criticando algo que haya, la inauguración de un centro cultural o algo o un mensaje de la coyuntura con lo que queremos decir. Bueno, juntamos a pensar todos y así nace *La Garganta*. Nace de esa manera: pensando en la comunidad y formándonos con talleres de comunicación, de fotografía, de ilustración, de redacción. Y así nació *La Garganta*, con un cansancio comunicacional.

### **¿Cuál es la periodicidad?**

**FR:** Mensual. Mensualmente. Y nosotros siempre abarcamos todos los frentes. Cubrimos la parte de deporte, cubrimos la parte de cultura, el 2011 ya nace nuestra parte comunicacional y nuestra parte de derechos humanos, nuestra parte de abuso policial que nosotros le llamamos "represión estatal". Ya la habíamos sufrido porque muchos de nuestros pibes, compañeros de *La Garganta*, ya cuando éramos adolescentes seguíamos sufriendo abuso policial. Nosotros

tuvimos, de nuestro equipito, de nuestro primer encuentro de fútbol popular, se nos murieron 3 en un año. No teníamos lugar en donde denunciar el gatillo fácil [letalidad policial], no teníamos la estructura de lo que es hoy *La Garganta*. Y cuando pasó el 7 de septiembre de 2013, el caso de Kevin Molina, un chico de 9 años, que murió por una zona liberada por la Fuerza de Seguridad. 5 disparos en una casilla que se quedaba a 50 metros de la gendarmería y a 150 metros de la otra fuerza nacional. Y nadie escuchó nada. Bueno, ahí decimos ya está, basta. Empezamos a pensar las herramientas del abuso policial y de control popular a las fuerzas de seguridad, que son vecinas y vecinos controlando a las fuerzas en cada uno de los territorios. Eso también fue muy difícil.

### **¿Controlan observando?**

**FR:** Observando, pero hoy tenemos una estructura más grande que es bien precaria porque no tenemos los recursos para sostenerla y no tenemos también la técnica. Requiere muchos abogados, psicólogos, todo. También necesitáramos una contención más allá de denunciar "operalmente" a las fuerzas de seguridad. Necesitamos otras herramientas: la herramienta psicológica para la familia, de contención, de salud. En ese momento, cuando pensamos en hacerlo [la revista] nos dió miedo porque era yo controlando a las fuerzas que me cagan a palo, que me pegaron hace dos semanas. Era controlar la fuerza con la que convivo todos los días de mi vida, la que pasa en la puerta de mi casa todas las tardes. Así como veíamos en *La Garganta* una obligación comunicacional, histórica, de nuestra responsabilidad como militante territorial, la teníamos que hacer para empezar a interpelar hasta afuera, lo que pasa en los barrios hay que llegar hasta afuera. En la cuestión de abuso policial, de derechos humanos, que son exactamente lo mismo. Y así en todos los frentes, en materia de género también. También fue un cansancio del barrio, de toda la violencia sufrida en un contexto, principalmente a partir de 2015, que ayudó, que fue la primera marcha de Ni Una Menos. Ayudó socialmente a empezar a discutir, a generar un nivel de conciencia y que las compañeras comenzaron a avanzar un montón, a discutir, a organizarse. Hoy, en el barrio y acá en la ciudad de Buenos Aires hay dos Casas de la Mujer y disidencias, que son lugares en que hay espacio de reparación, de educación, de salud, y generan contención a las mujeres. Las vecinas del barrio el la Villa 31 y en la Villa 21-24 tienen sus lugares donde las vecinas pueden ir a tener su espacio.

**Desde el inicio de *La Garganta* las mujeres participan, ¿no? Porque he visto que jugaban [al fútbol] chicas y chicos juntos. A la cuestión de género siempre se la respetó.**

**FR:** Sí, siempre fué. Hoy tenemos un plan de género y tenemos muchas compañeras que se pusieron en esta lucha y que son muy hermosas. Las escuchás hablar y, digamos, tenemos a Joana, Jessica, que son dos compañeras referentes nacionales en frente de género y, después, una juventud en nuestros espacios de género que son muy hermosos. Si bien el fútbol popular nace el 2004 con pibas y pibes, que también lo pensamos como una manera de derrotar la cuestión retrógrada que tiene el fútbol, desde su negociado y desde esa forma de mirar la sociedad, que nunca se puede juntar a las pibas y los pibes del barrio...

### **El machismo muy grande.**

**FR:** Sí, el machismo, pero también hay esta cuestión social de separar, el personalismo puro. Nosotros solemos generar que los pibes y las pibas estén en la misma cancha, que es también generar una cuestión colectiva, dejar el personalismo de mierda que nos acostumbran a construir a las personas. En ese sistema como sociedad, va más allá del barrio, es una cuestión generalizada de matar eso [a ideia de coletividade]. El fútbol permite unir eso, permite construir, generar una discusión que va más allá de si vos tenés más saberes que yo. Generar compromiso, eso de las pibas y los pibes en la misma cancha, una construcción colectiva de verdad. Porque si generamos una construcción de los pibes por un lado y las pibas por el otro, no estamos generando nada. Claramente cuesta un montón poner en práctica, no es que todo es hermoso. Porque cada vez que se encruce la cuestión social, económica y política, más se ve la violencia en los barrios. Y más tenemos que empezar a dar la discusión en todos los espacios. Hoy tenemos un espacio que nos permite generar esas herramientas que hace 14 años no lo teníamos, entonces teníamos que descubrirlo [esse espaço de discussão] a cada dos semanas. Y ahora también tenemos otra herramienta que nos permitió La Garganta que es villeras y villeros hablando en los medios de comunicación. Ganamos parte de la batalla educacional, que hoy villeras y villeros tengan un segmento en C5N, un canal de televisión que tenemos acá...

### **¿Gracias a la Ley de Medios o no?**

**FR:** No, ese espacio conquistamos nosotros por la revista, por un esfuerzo comunicacional, que en todos los lunes en este canal esté *La Mirada Poderosa* que es denunciando casos y mostrando una realidad que los medios no muestran. Y son tres compañeras. Lo que solemos hacer es mostrar este lado. Hay tres compañeras todas las semanas haciendo un informe. Y eso lo logramos a través de *La Garganta* y también de una lucha territorial y política. *La Garganta* ganó esta batalla. Todo lo que cubre *La Garganta* repercute. Y eso pasó por todo eso que estoy diciendo: por un plan de género, por un espacio de deporte, de control popular. Y hoy repercutimos en los medios. Hoy cuando hay problemática habitacional, de género, de represión estatal, llaman a *La Garganta* para discutir.

### **Es una credibilidad que ustedes conquistaron, ¿no?**

**FR:** Sí, eso lo generamos a través de todo eso que vos decís. *La Garganta* como medio de comunicación generó muchos espacios de discusiones y también *La Poderosa* como territorio. Claramente, *La Garganta* es la pata literaria de la organización, sin esos frentes no tendríamos generado lo que es la organización.

### **Y cuando hablan de comunicación es *La Garganta*; cuando hablan de la organización, del territorio es *La Poderosa*.**

**FR:** Sí, y también todas nuestras patas. Hoy el plan de género de *La Poderosa* empieza a dar otro lugar al feminismo que no sea el feminismo académico sino el feminismo villero. Y

llamamos Feminismo Popular. Se puede discutir el feminismo todas las veces que quieran, pero [nosotros] vamos a discutir el feminismo desde abajo, las discusiones que dan las compañeras.

**También porque las mujeres de la comunidad muchas veces no tienen espacio para discutir el feminismo porque trabajan para las mujeres de la clase media y media-alta, cuidando a los hijos de esas mujeres de clase alta. Una doble opresión.**

**FR:** Sí, la discusión que estamos generando están dando las compañeras muy hermosas. Hoy, las marchas que se generan acá en Argentina son muy hermosas. Las compañeras están ahí muy empoderadas. Y también un nivel de obligación hacia nosotros los varones. El feminismo viene primero a generar una reestructuración política en la Argentina y eso es otra manera de hacer política. Una política sana. No una política de mierda en el que grita más fuerte es el mejor, no es así, no es quien manda. Es otro espacio de discusión. Y las compañeras pasan a detener el protagonismo. No puede ser que todas las organizaciones estén sostenidas gran parte por mujeres y las cabezas gerenciales sean hombres. Es una discusión que se está generando acá en Argentina, una discusión que se estamos dando todas las organizaciones, y que es una de los tantos frentes que vinieron a cambiar esta manera de hacer política, una manera que se quedó muy vieja. Nosotros la venimos discutiendo y que también el frente de género no sería nada si no tuviéramos nuestra pata de represión estatal sumando. Y la pata de represión estatal también no sería importante si no tendríamos nuestro espacio de educación popular y el espacio de educación popular no sería importante si no tendríamos nuestra parte de deporte, y así todas están entrelazadas, marcadas por el mismo eje que es la organización colectiva. *La Garganta* no sería importante si no tuviera todas esas patas, que mantienen lo comunicacional. Y una comunicación que no está organizada territorialmente no sirve.

**En Brasil algunas de las iniciativas de la prensa contrahegemónica están hechas por intelectuales y para intelectuales y, de hecho, no incluyen los sectores populares en los procesos de producción de contenido. Son iniciativas muy elitistas que no alcanzan la población. Yo pienso que *La Garganta* es una iniciativa de periodismo emancipatorio, porque va más allá de un periodismo contrahegemónico y, de hecho, incluye las personas de la comunidad. ¿Qué pensás sobre eso?**

**FR:** Sí, sí, digamos, son medios comunitarios que no nacen verdaderamente de los barrios. Nosotros también decimos eso. *La Garganta* no hubiese sido *La Garganta* si no hubiese sido un medio comunitario. Muchas veces subestiman lo medios comunitarios por la calidad, que ya es la de los medios tradicionales y que es una manera de hacer periodismo pero de este lado, no del otro lado. No desde un estudio de televisión, es estando al lado del pueblo. Nosotros valoramos muchas experiencias comunitarias. Cuando *La Garganta* se anima a denunciar muchas cosas, si no hubiese sido por los medios, no habríamos tenido ese nivel de repercusión. Cuando la [hoje ex] Ministra de Seguridad, Patricia Bullrich, dijo en una colectiva de prensa que nosotros [de *La Garganta*] mentíamos, salió en todos los medios comunitarios, todos nos bancaron. Lo que podemos discutir es como cada uno hace su periodismo. El laburo que uno



hace muchas veces es hermoso. Teníamos la necesidad de hacer un periodismo que salga desde el barrio básicamente porque nosotros somos una organización que nace en nuestro territorio. Para nosotros, *La Garganta* no sería nada sin esos medios. Nosotros lo indicamos a Rodolfo Walsh, periodista desaparecido en la dictadura militar. Rodolfo Walsh no era de un barrio. Rodolfo Walsh pensaba en un semanario villero. Nosotros valoramos estas experiencias y las necesitamos. Nosotros entendimos que es parte de cambiar al periodismo es desde el villero. Es incluyendo al villero en la discusión. Así lo pensamos desde el político, desde el económico, en deportes, en derechos humanos, en todo. Empezar a poner a lo villero en las discusiones. Empezar a generar esa discusión, empezar a generar esos canales para que escuchen esa voz. Y en nuestra comunicación pensamos así, cuando vimos los periodistas argentinos [en los medios], habían periodistas altos, bajos, gordos, flacos, de sagitario, de scorpio, de boca, de river, pero no había un villero. Y no es porque no hubo periodistas villeros, pero es porque no se los dió lugar. Nunca hubo espacio. En *La Garganta* nos ponemos medio místicos en este sentido. Nos veíamos con una responsabilidad histórica en *La Garganta*. Poner villeros ahí en la discusión y también no cerrarnos en que solamente tenía que llegar a la comunidad del barrio. Nosotros hicimos un medio para interpelar a la sociedad que no vive en el barrio. La palabra conciencia siempre se la trasladaba a nosotros porque no tenemos educación, por no tenemos vivienda digna... que por eso nosotros somos "victimas" de ese sistema. No somos victimas, somos luchadores. Somos perjudicados por ese sistema que nos excluye, pero también la gente que consume los medios tradicionales y que piensa que Zavaleta es la "antesala de la muerte", no conoce la verdad. O sea, eso también es falta de conciencia. Es importante traer a la comunidad para este lado. No hay que enojarse con los alienados, hay que traerlos para este lado. Por eso *La Garganta*. Poner famosos en la tapa y generar un nivel de visibilización para despertar la conciencia e interpelar a los que no conocen nuestro barrio. Para nosotros cambiar la realidad, generar justicia social, es estando todos del mismo lado. Y no nos enojando con los otros que dicen que somos malos. Para nosotros hacer comunicación es eso, para que los que piensan que somos malos vean que no somos malos, pero que estamos luchando, que nosotros necesitamos de ellos para cambiar esta realidad. No en un nivel de dependencia, pero en un nivel de compañerismo. Cuando pensamos la comunicación, la pensamos desde este lado de empezar a cerrar las grietas sociales. En lo político podemos discutir 20 mil veces. Nuestra organización es apartidaria, no pertenecemos a ninguna estructura partidaria política. Y no porque la estructura partidaria sea mala. Hay muchas veces que en las expresiones electorales hay compañeros que dicen lo mismo que nosotros decimos todos los días de nuestras vidas, nosotros entendemos que ahí ya hay compañeros que están disputando todo eso.

**Y también es importante ocupar esos espacios.**

**FR:** Sí, es. Y nosotros hablamos con todo el mundo, nosotros discutimos con todo el mundo, tenemos vínculos con todos los compañeros que están en las expresiones partidarias, de la izquierda, de todo lado. Tenemos también que tener vínculos ajenos a eso. Porque nosotros tenemos que generar primero esa conciencia de base. Es generar distintos frentes y mañana

vemos las condiciones. Pero hoy no. Porque no es para aumentar los votos de izquierda. Es primero para generar un cambio social estando de este lado. Por eso para nosotros el comunicacional es importante.

**Bueno, el gobierno de Cristina, que era bien mejor que Macri, creo que también tenía problemas con la población más pobre. Así como el gobierno de PT en Brasil fue genial para los más pobres pero en algunos aspectos como para la población indígena hubo muchos problemas, como la construcción de la Usina de Belo Monte. Los indígenas fueron perjudicados también en el gobierno de PT. Entonces, la posición apartidaria es importante, creo. No se alinear totalmente a un gobierno.**

**FR:** Sí, claro. Como en la cuestión de la seguridad. Así como nosotros predicamos a Lula, a Dilma, y todas sus cuestiones, nunca entendimos bien que es la "policía pacificadora". ¿Qué sería eso? Y acá, básicamente en materia de derechos humanos, reivindicamos un montón porque se abrieron los juicios administrativos contra los que fueron cómplices de la dictadura militar. Predicamos muchas cosas de las que hizo buenas [os gobiernos kirchneristas], la defendemos [a Cristina Kirchner] y hay otras que no. En materias ordinarias, seguimos [con problemas] con la Fuerza Nacional en nuestros barrios, como vos decías también como criminalizaron a los pueblos indígenas, [algo que] viene de todos los gobiernos, pero también entendemos que no podemos tener esta postura de que todos son malos, [con esa postura] tampoco construimos. Nosotros generamos diálogo con todo el mundo porque hay que generarlo. Somos apartidarios claramente. Primero, porque entendemos que para hacer política hay que resignificarla. Segundo, porque nuestros barrios están cansados de lo partidario, [de escuchar] mentiras cada cuatro años y por eso empiezan a cerrarles [a los políticos] la puerta - y con justa razón. Hay que generar espacios de discusiones. Volvemos a eso: que "el iluminado" baje un poco del escenario y que ahí [con el protagonismo] estén los que tengan que estar. Que el iluminado haga todo el esfuerzo para que para que ellos estén ahí. Los que vienen de los barrios son los que sostienen las banderas y nunca estuvieron en el escenario, lo que es otra problemática. Sostienen la bandera sin la conciencia de que la bandera es la identidad, lo que no es malo, es su identidad, es su poder de lucha; que su bandera esté en las situaciones populares, en el momento de poner el cuerpo en la calle, es su identidad, [es decir] estamos acá. Pero mientras tanto haya una conciencia y esa conciencia no la hubo nunca hacia los sectores populares. Nosotros dejamos muchas cosas claramente no coincidimos con el manejo de expresiones partidarias en los territorios porque nos hicieron pelota - nosotros somos apartidarios en este sentido, porque reivindicamos y valoramos el territorio, la comunidad.

### **El empoderamiento de la comunidad.**

**FR:** Claramente. Y por eso somos apartidarios. Si hoy nos presentamos a las elecciones sería "robarle" 20 mil votos a la izquierda. Sería fragmentar cada vez más a la izquierda. Son 20 mil expresiones de izquierda que hacen que la izquierda llegue más allá. Nosotros discutimos lo que tenemos que discutir, preferimos claramente un poquito más de diálogo. En materia de

derechos humanos también no la hubo tanto, cuando a nosotros no mataron a Kevin nos cerraron las puertas de todos lados. Siempre cuando nos preguntan si el kirchnerismo y el macrismo es lo mismo, [respondemos que] no es lo mismo claramente. Ese gobierno [Macri na época] es muchísimo peor. Ese gobierno es de derecha, ese gobierno es enemigo.

**No hay diálogo.**

**FR:** No hay. No es el tema de demonizar al macrismo ni nada, porque claramente [el gobierno] no es popular. Claramente no es un gobierno que piensa en el pueblo. Te das cuenta cuando hay una persona que muere en la calle cada 48h, cuando las fuerzas policiales matan a un pibe cada 21h, cuando una mujer vale \$11,36 pesos en el presupuesto nacional, cuando nos estamos cagando de hambre, cuando no hay laburo, cuando no hay vivienda, cuando la salud es una mierda, todas esas cosas. Ahí no damos cuenta que ese gobierno es una porquería.

**Cuando hablás de las fuerzas policiales, en Brasil las personas más asesinadas por policías son los negros. La población negra sufre con el racismo estructural desde la colonización, están en los peores trabajos, mueren por la fuerza policial y sufren mucho prejuicio. En Argentina, ¿cuáles son los sectores más perjudicados por las fuerzas policiales? ¿Hay un problema racial o no?**

**FR:** Sí, claramente. Primero, históricamente, hace 527 años, los pueblos originarios son muy criminalizados por las fuerzas policiales. Santiago Maldonado es el reflejo. Maldonado no era indígena, pero tenía una causa en contra la expropiación de terrenos por parte del empresariado y que fueron reprimidos y que claramente fueron violentados por esas fuerzas nacionales, por esas fuerzas policiales. Rafael Nahuel es otro caso. Defendiendo las tierras también en el sur. Ahí hay una discusión también que los pueblos originarios están muy violentados sistemáticamente por las fuerzas policiales. Después, los que vivimos en las villas somos muy violentados por las fuerzas policiales. Yo convivo todos los días con las fuerzas policiales en mi barrio. Y veo como todos los días revisan a mis vecinos, a los pibes, a mis amigos. Hoy llegué tarde porque me revisaron en la esquina de casa. Es eso: vivir con una inseguridad por parte de las fuerzas policiales, porque siempre te venden un discurso que vos no podés salir a la calle porque te vas a encontrar en la esquina con personas morochas con gorritas vestidas de manera deportiva - pantalones, zapatillas - todo es peligroso. Nunca se habla de las fuerzas de seguridad cuando nosotros vamos a comprar una galletita, algo para tomar, nos encontramos con un montón de policiales en la esquina y no sabemos si nos van a levantar o no.

**Ví en Google Maps mucha policía en Villa Zavaleta.**

**FR:** Sí, Zavaleta no llega a mil familias, o sea, Zavaleta es chico. Tenemos que convivir con 4 fuerzas: Gendarmería Nacional, Prefectura Naval Argentina, Policía Federal y Policía Metropolitana, que es [essa última] Policía de la Ciudad - conjugación de la policía metropolitana con la policía federal acá en la ciudad de Buenos Aires.

**Cuatro Fuerzas para dos cuadras de comunidad...**

**FR:** Para "proteger" la clase media con un discurso que era de proteger a los barrios populares. Vos sabés muy bien que no podés salir a la noche. Es una inseguridad histórica que hay en el barrio. Tengo 24 años. Te castiga un montón socialmente toda vez que sos blanco. La adolescencia está muy marcada por la violencia policial. Te inhibe un montón la manera de hablar.

**¿Esta es una herencia de la dictadura o no?**

**FR:** Nosotros tuvimos dos compañeros el 2016 que fueron torturados por Prefectura Naval Argentina y, el año pasado [2018], 6 prefectos [policiais dessa força de segurança] fueron condenados a 14 años por esas torturas. Fueron compañeros que se los llevaron a lo costado de Riachuelo, que es lo que separa la ciudad de Buenos Aires con la provincia de Buenos Aires. Es como una pata desde el Río de La Plata. Una pata que desemboca al mar argentino. Los compañeros fueron esposados, llevados al costado de Riachuelo, rezaron el Padre Nuestro, le quemaron cigarrillos en las espaldas, les cagaron a palo, los pusieron en posición de fusilamiento con la arma en la boca. Todas esas prácticas que existen históricamente, que hacían en la dictadura.

**La Policía Militar brasileña es muy violenta también y tiene una herencia muy fuerte de la dictadura militar.**

**FR:** Sí, acá las fuerzas militares ya no tienen el peso que tenían hace 40 años. No la tienen popularmente. Ese gobierno [Macri] vino para darle más fuerza, para dar más presupuesto a las fuerzas pero no creo que llega a tanto porque acá está muy debilitada la fuerza militar porque hubo un proceso de lucha histórica y de territorio. En el territorio argentino, las organizaciones populares, la gran resistencia de las Madres de la Plaza de Mayo, todo un poder de lucha que hubo acá pos y en plena dictadura que hizo que se debilitaran las fuerzas militares. Pasaron a tener [más fuerza] las fuerzas policiales que son hijas de esas prácticas. Siempre fue muy visible como criminalizan a los sectores populares, como hay una gran discriminación...

**Incluso en protestas callejeras. Cuando es una protesta popular, hay represión. Cuando es una protesta de clase media, son protegidos. En Brasil es así. Por ejemplo: hubo una protesta favorable al juez Moro y la fuerza policial sacaba fotos con las personas. Ahora, cuando es una protesta en contra de la reforma provisional, que yo participé, la fuerza policial actúa con violencia en contra de la gente. Y siempre es así.**

**FR:** Acá es exactamente lo mismo y nosotros, por ahí muchas veces lo decimos en chiste, pero [es así]: no podés salir a tu barrio, porque tenés la fuerza policial ahí y te cagan a palo; salís a la calle a luchar por sus derechos y también la fuerza policial te caga a palo, o sea, vivís encerrado en una violencia de mierda por parte de la fuerza que tenía que te estar cuidando. ¿Por qué tengo que tener miedo? ¿Por qué los pibes y también las pibas tienen que tener miedo por vestirse deportivamente? o ¿Por qué es un "delito" vivir en una villa? ¿Por qué tenés que

vivir con ese miedo y te tenés que resignar a que te castiguen porque vivís en un barrio popular, en un asentamiento, en una villa? Todas esas cosas que te meten los medios de comunicación, de las fuerzas policiales, el discurso político, porque habla mucho de la inseguridad, habla mucho de eso, del otro, y todos sabemos que es faltar la seguridad. Lo sabemos muy bien porque es no salir de tu casa, no tener la libertad de salir a tomar una cerveza, que nos es nada malo. Y aparte venden el discurso de la esquina, en Argentina hay mucho el discurso de los pibes que están en la esquina, se juntan y... lo peligroso no es la esquina. Claramente no es peligrosa la esquina. Ese es el lugar de encuentro, pero los medios de comunicación se encargaron de que sea peligroso. Es una cuestión racial que ahora también se está dando mucho con los vendedores ambulantes. Acá, seguramente viste, hay muchos senegaleses... A ellos también les viven reprimiendo y violentando... Y viven todos los días con esa violencia policial. Y, como vos decías, pasa exactamente todos los días lo que pasa históricamente y que después vas a entender la historia. En Alemania pasó todo lo que pasó con Hitler y todo el Nazismo, por todo lo que pasó en las dictaduras en Latinoamérica, por algo pasa todo lo que pasa. Son políticas que permiten que pase todo eso. Más allá también de todo lo que pasó, sigue pasando exactamente lo mismo en silencio. Los mismos policías, las mismas fuerzas siguen haciendo lo mismo que hacían en las épocas oscuras de la sociedad. Exactamente lo mismo. Fueron avaladas por gobiernos democráticos. Ahora se entiende que no sirve la dictadura para ese modelo económico. Ahora se ve la batalla comunicacional y la batalla económica. Claramente, no se compara. Todo es una mierda. En la dictadura, desaparecieron y murieron compañeros. La misma receta con otros métodos.

### **¿Qué pensás de la integración latinoamericana?**

**FR:** La verdad es que muy importante porque cuando uno mira la realidad chilena, la uruguaya, la brasilera, la colombiana, y de todos los países de la región, cuando uno se pone a mirar y si cierra los ojos es lo mismo de los otros países. La sensación es de vivir lo mismo que estoy viviendo yo. Entonces, es entender que estamos viviendo las mismas injusticias, y que estamos luchando por lo mismo, es lo que hace que la integración latinoamericana sea muy importante. Argentina, Brasil, Colombia, Ecuador... no serían nada sin una resistencia. Y la resistencia no sería nada si no hay países hermanos que están luchando. Los enemigos son el mismo sistema, los mismos planes económicos y políticos, estamos aprontando todos la misma mierda, la misma violencia, los mismos prejuicios, y entendemos que hoy tenemos que estar todos juntos. Nos impusieron fronteras para extinguirnos cuando todos vivimos en el mismo eje. Todos venimos de violentados hace 527 años. Todos venimos de una violencia de mierda, pero también de una misma resistencia. Todos venimos de un mismo pueblo resistiendo. Cuando hablamos de las etapas oscuras, cuando hablamos de muchas de las luchas, de muchas de las injusticias, también hablamos de lo hermoso que fue ver a toda una región resistiendo, entendiendo que vamos a dejar nuestras vidas ahí. ¿Qué sería dejar la vida? Muchas veces pensamos: "buenos, si nos tienen que matar, nos maten". Sí, pero mañana no te va a recordar nadie. Y no es recordar de una manera personalista. No es una organización o un pueblo

resistiendo. Es una generación resistiendo por un cambio cultural, político. Qué te maten al pedo [por nada] no sirve, es pasar a la historia como un boludo más, es un pelotudo que murió. Dejar la vida es construirla, dejarla es por lo menos saber que la construiste. Y ahí podríamos discutir todo lo místico que sería revolucionar. Acá localmente, en Argentina, decimos que Zavaleta no sería fuerte si Córdoba no estuviera resistiendo; Córdoba no sería fuerte si Jujuy no estuviera resistiendo... entender que todas las provincias estamos resistiendo y estamos luchando por lo mismo y estamos generando algo, un cambio estamos generando. Y así decimos en la región: cada uno no piensa exactamente lo mismo. Nuestra responsabilidad [de La Poderosa] es dar los mensajes claros y es no generar temor. Cuando decimos que está todo mal, cuando decimos que hay que dar la vida y el cuerpo, muchas veces se malinterpreta. Yo, desde el personal, no vine para generar un cambio en donde hay que matar a alguien. Eso se generó en un contexto político en su momento hace 50, 60 años, así que era otro contexto. Yo no creo que hoy salir a decir que hay que matar a alguien porque [estás dando un motivo para que] te vayan a buscar y, en consecuencia, que vayan a perseguir al pueblo. Creo que hay otras maneras de construir, desde el comunicacional, desde el social, desde lo territorial, desde todas las frentes en donde se pueda dar esa lucha. Y yo creo que en Latinoamérica se está dando esta lucha. Hoy, está muy golpeada: políticamente y económicamente. Piñera, que es un cínico de mierda; Brasil, que tiene un egocentrista, narcisista como es Bolsonaro; Ecuador, que tiene a Lenin Moreno que también es el peor que hay; y ni hablar de Colombia con Duque. Hay esperanza en Bolivia que ahí sigue resistiendo; México ahí está, a ver cómo se desenvuelve - nosotros tuvimos la posibilidad de conocerle a Luciano Concheiro, que es un chabón ["cara"] hermoso cuando habla. He escuchado discursos de López [Obrador, presidente de México] en que se nota [o alinhamento progressista]. Ahora a ver que onda en un contexto mexicano que nos nada fácil gobernar ahí. Y también hay que ver todo lo que pasa en Centroamérica. Muchos no ponen el enfoque ahí, pero viven resistiendo hace un montón. Muchos cuando hablan de la Revolución Cubana no se acuerdan que [ella] se da en un contexto de resistencia centroamericana. Centroamérica es muy importante. Y también tenemos Cuba, que representa nuestro plan de resistencia. Creo que podemos ganar esa batalla. Hay que ver cómo. Hay que empezar la discusión como la generamos, y también ser consciente de que estamos todos para lo mismo. Lo digo por experiencia y por mis vecinos en los barrios. Muchas veces nos sentimos solos porque la lucha no es nada fácil. Te caís más de lo que te levantas. Pero cuando uno tiene la oportunidad [de observar] a otros países, te das cuenta de que no estás solo, que estamos resistiendo. Por lo menos, todos los oprimidos que sufrimos. Acá en Argentina sacamos a un gobierno el 2001. Murieron varios compañeros, pero sacamos un gobierno. En Ecuador también pasó exactamente lo mismo. Yo creo que hoy un poco ventaja que tenemos que empezar a ver es el sector popular que, por lo menos mi visión, no es solo de la clase baja. Ese sistema se está llevando a varios, a la clase media también. La clase alta la golpea de vez en cuando pero claramente es muy beneficiada. No solamente sufre la clase baja. Entonces, en esto también hay que prestar atención, eso hay que empezar a leer desde los movimientos sociales. ¿Qué carajo hacemos para llegar a esa parte? Si podemos generar un nivel de unión. Yo siempre hablo

unión, y no hablo unidad, porque para mí generaliza todas las ideas, todas las experiencias que uno vive. Para mí, la unión es más colectiva que la unidad. Si hablamos de unión, podemos generar algo. Latinoamérica si está unida podemos dar muchos saltos. Resistir y entender que hoy nos toca eso. Nos convoca militares en medio a un desastre que está pasando políticamente, va yendo todo a la mierda - porque verdaderamente se está yendo todo al carajo. Cuando lo miramos más global, en Asia está pasando algo parecido, en Europa ni hablar. Muchas veces decís: "¿Cómo carajo voy a poder a mirar la coyuntura europea o asiática si la estoy pasando como el orto? [passando muito mal] Pero hay que empezar a prestar la atención. Creo que también es la única manera de cambiar. Que las organizaciones populares podamos levantar a las bases. El gran error que tienen las organizaciones populares es no levantar a las bases. Eso es lo que nosotros vamos viendo siempre que vemos las asambleas. Hay que apuntar [soluciones] ahí. Empezar a poner el ojo ahí, a esos sectores populares. Si fortalecemos esa pata, la ganamos. Mientras no se haga, vamos a estar 100 años más discutiendo eso. Y también empezar a discutir cómo generamos nuevas ideas revolucionarias. El sistema es uno solo y se va perfeccionando en todas las épocas, todas las décadas, todos los años. La gran carencia que tenemos acá es que las ideas no se renuevan. Seguimos invocando al guevarismo, seguimos invocando al marxismo, a muchos referentes que son referentes pero hoy hablar de eso ya queda viejo. Los ideales son hermosos pero hoy necesitamos de algo que [se conecte] con el actual. Necesitamos generar otras políticas, otros pensamientos. Y ahí es gran parte de la juventud. Que la juventud está mostrando un gran poder. En Chile, por ejemplo, vemos la juventud resistiendo un montón. Y viendo la gran movilización por la educación en Brasil, una juventud hermosa, que no se pone enojo ahí, porque movió muchas personas. Y después en Rosario también, pibas y pibas. Por donde ves, no son menos de 16 mil personas.

**Esta es nuestra esperanza, porque vemos la juventud muy involucrada.**

**FR:** Y acá también. En Argentina, se está viendo una juventud que no se está callando. Muchas veces cuando uno habla con referentes sociales o compañeros más viejos, con 40 años, que a muchos les genera miedo en este sentido, no es miedo que la juventud se organice, sino miedo de las consecuencias que generan que la juventud se organice. Porque muchos te dicen, bueno, cuando la juventud se organizó en los 70, pasó esto. Y ahora vemos una juventud doblemente organizada. Ahora se ve un montón como la juventud está muy organizada, como está saliendo... Acá, por ejemplo, cuando fué la votación de la Ley de Aborto eran todas pibas. De 12, 13 años o 15, 16. Marchando al lado de personas de 40, 50 años. La provisional, por ejemplo, del 2017, que la reprimieron muy feo, para muchos fue la primera experiencia en la represión. Y, te digo más internamente desde la organización, había pibes de 17, 18 años ahí, recién estaban terminando la secundaria. Y ahí te das cuenta que hay que generar algo, que no hay que desaprovecharlo. La política lo que hace mucho es desaprovechar. La excluye un montón a la juventud, la subestima demasiado. Yo creo que hoy en Argentina se está dando cuenta que tiene ahí un poder demasiado grande. Tiene un poder muy significativo. Hoy no se sabe si pueden ganar la discusión a un pibe o una piba de 18, 19 años. Ya no se quedan callados. Creo que

también el cambio generacional ha permitido eso. Ya no estamos en los 90. Y también venimos de una consecuencia de compañeros que perdieron sus vidas muy jóvenes. Maximiliano Kosteki y Darío Santillán que murieron el 26 de junio de 2002, que los fusiló la policía en una protesta social en Avellaneda [Conurbano/Provincia de Buenos Aires]. La semana pasada se cumplieron 17 años. Eran pibes de 19 y 21 años. Dos pibes eran. Ahí te das cuenta de la resistencia popular. En la dictadura, eran pibes los que morían por el pueblo y ahí entendés que la juventud es muy importante. No hay que subestimarla. Creo que se enfocamos en esos dos puntos, organizar las bases y empezar a dar importancia y también levantar a la juventud, empezar a darle más importancia, ya podemos dar inicio a ese proceso. Ya es generar un cambio. Y también hay otra cosa que es generar un cambio a largo plazo. No hay que ser "resultadista". Resultadista acá lo llamamos a los que se mueven bajo los resultados. Que [los resultados] condicionan, claramente condicionan. Pero se no tenés un plan, una guía para decir, bueno, me salió como el culo esto por lo menos sigo esta línea que me permite seguir. Creo que hay que empezar a pensar a largo plazo. Esa es una carencia tienen los sectores populares, no pensar a largo plazo. Es siempre [buscando] un resultado. Para construir a largo plazo hay que pasarla mal varias veces, porque te da el tiempo para levantar.



## APÊNDICE D - Entrevista com Enrique De la Calle, cofundador da Agencia Paco Urondo

A entrevista foi realizada presencialmente em 2 de julho de 2019, em Buenos Aires.

¿Cuándo y con qué objetivos nació *Agencia Paco Urondo (APU)*?

**Enrique De la Calle:** La Agencia nació en 2005. Tenemos 14 años. Nació como un blog. En aquella vieja época donde los blog tenían toda una relevancia, en esto de charlar un poco de prensa contra hegemónica...En aquellos años, no sé en Brasil, pero en Argentina todo lo que fue la movida del blog, fue muy importante. En resumen, también porque es barato tener un blog, no es costoso, por lo cual cualquiera que quería hacer periodismo o tener un lugar de opinión divergente podía tenerlo porque es muy fácil crear un blog. Eso fue 2005. El primer proceso de la Agencia es un blog, donde básicamente nosotros lo que hacíamos era difundir discusiones, debates, temas que en cierta prensa no estaban. El contexto de 2005 es un contexto que no es el actual, ni en Argentina y supongo ni en Brasil, en ese sentido de que no estaba esta disputa tan fuerte, que se dio luego, entre un sector de la política, de la militancia, de la sociedad, y un sector de la prensa. Acá en la Argentina se habla mucho de la grieta, tal vez lo escuchaste hablar. Un enfrentamiento muy duro entre el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner, pero no solo el gobierno sino que detrás del gobierno había organizaciones sociales, políticas, militantes, y los grandes medios de comunicación, sobre todo el grupo *Clarín*, que es el grupo *O Globo* en versión nuestra, si se quiere. Esto es anterior, esto es 2005, donde es otra etapa, a tal punto que el *Grupo Clarín* en aquel entonces respaldaba, apoyaba, mucha de las políticas del gobierno de Néstor Kirchner, fue el primero de los tres gobiernos kirchneristas en Argentina, en aquel momento lo respaldaba *Clarín*. Entonces así nacimos, como un blog, ese fue el primer proceso, que va de 2005 a 2007, 2008, donde seguimos siendo un blog pero en 2008 lo que se da es un conflicto muy grande en Argentina, que es la crisis del campo, así se le llama, que fue una crisis por...se le quiso poner un impuesto, o aumentar los impuestos, a las exportaciones agrarias, a la soja, eso generó una gran revuelta de los sectores agropecuarios y eso hizo también que se diera un gran debate en los medios. Ahí el *Grupo Clarín* salió con las patronales agropecuarias contra la política de retenciones del gobierno. Entonces ahí se generó un primer gran conflicto en el país, 2008. Fue un conflicto que duro muchos meses. Eso generó una gran revuelta y grandes cambios en la Argentina, en muchos sentidos. En términos mediáticos, hubo un gran debate sobre cuál era el rol de *Clarín*, si *Clarín* cumplía un rol, si era objetivo, si era independiente, como ellos se llaman, o no era independiente, o si en realidad estaban jugando con un sector de la economía contra un gobierno. Todo ese debate se dio con mucha fuerza en 2008. Eso hizo que mucha gente, mucha militancia, empezara a militar en la comunicación que era bastante, no inédito en la historia de Argentina porque hay casos paradigmáticos de periodistas que han militado, no? Rodolfo Walsh, Paco Urondo; pero en ese momento se dio como un reverdecer de la militancia política, mucha gente queriendo hacer cosas, y mucha gente queriendo hacer cosas en el periodismo. Incluso hizo que La Paco, en ese momento...cuando digo *La Paco* me refiero a la *Agencia Paco Urondo*, creciera mucho en cantidad de personas,

hasta ese momento éramos dos, básicamente, que éramos los dos fundadores, José Cornejo y yo. Ahí empieza a sumarse mucha gente que nos contactaba con ganas de...“che yo quiero militar en comunicación porque ahí en un lugar para militar, por el rol de *Clarín*, porque hay una discusión que también es simbólica, porque la discusión política también es simbólica...”. Entonces ahí se dio como un auge, un crecimiento fuerte del espacio. Tomamos una decisión que fue alrededor de la *APU*, el portal de noticias, construir una organización política. Armamos una organización política que respalda y que es la que organiza a *Agencia Paco Urondo*.

### ¿Un partido?

**EDC:** No, no, es una organización. Algo más chico, una agrupación política que por supuesto tiene posicionamientos políticos, que respalda a otras fuerzas políticas, respalda al kirchnerismo, enmarcado en el kirchnerismo; pero es una organización autónoma. En el sentido de tener autonomía relativa, pero tener posicionamiento que son propios de ese espacio político. Y a partir de 2008, cuando se dio el crecimiento del espacio, también empezamos a tener y a desarrollar otras herramientas comunicaciones; siempre fue nuestro fuerte fue la web pero también tuvimos y tenemos un programa de radio, tuvimos y tenemos algunas experiencias audiovisuales, programa de televisión, cosas así, en formato de *YouTube* o de, acá estuvo de moda la televisión digital, me parece que en Brasil también ¿no? Así que tuvimos una experiencia en ese sentido. Hicimos radio, tuvimos un proyecto editorial, es decir, sacamos una revista. Sacamos en algún momento, algunos libritos, como de formación, de discusiones más desarrolladas y más largas. Pero siempre esos proyectos son todos medios discontinuados, siempre nuestro lugar mas fuerte fue la web, el portal y algo que empezamos a desarrollar ya luego, post 2008, y a partir del crecimiento del espacio, en las redes sociales. Mucho trabajo sobre *Facebook*, sobre *Twitter*, y ahora estamos laburando *Instagram*. De hecho en *Facebook* tenemos mas de 100mil seguidores y en *Twitter*, debemos tener más de 50mil. Para Argentina son números grandes, tal vez para Brasil son más chicos, pero bueno, también somos menos; pero para lo que son los medios, son números grandes. Así que rápidamente esa es nuestra historia. Nacimiento 2005 y un crecimiento vigoroso 2008-2011. El conflicto con el campo, la ley de medios, me había olvidado, que se discutió en 2010. Fue una ley, que se aprobó en el congreso, que buscó regular o controlar la concentración mediática, luego la ley quedó trunca en la Justicia y cuando asumió el gobierno de Cambiemos, de Macri, la manda para atrás. Y otro fenómeno que pasó acá, que fue muy importante, fue la muerte de Kirchner, en términos de militancia política. Muchos chicos, mucha gente joven, mucho más jóvenes que nosotros, con mucha ganas de militar, de hacer algo, de salir a la calle, de participar en cosas. Y mucha gente queriendo participar en lo mediático, entendiendo que ahí hay una gran discusión...bueno...lo sabrás vos, sabrás lo que pasa en Brasil, una gran discusión ahí; con los medios de comunicación, con los sentidos que construyen los medios, y cómo tratar de dar batalla por esos mismos sentidos.

**Sí, es muy parecido.**

**EDC:** Sí hay muchas discusiones similares. Entender que, hoy, la disputa política también es una disputa simbólica sobre los sentidos que en buena medida construyen, no sé si definitivamente, pero que los medios tienen mucho poder para construir, para instalar, para difundir. Más o menos esa es la historia.

**Ustedes dicen que hacen periodismo militante, inspirado en Paco Urondo. Qué posición es esa? Usted habló que estaba alineado con el Kirchnerismo. ¿Es esa su posición?**

**EDC:** Nosotros nos definimos como periodismo militante. Entendemos, esto que venía diciendo antes, la idea de un periodismo, o una idea de la disputa política por lo simbólico, ¿verdad? Y creemos que el periodismo cumple un gran rol. Entonces nos definimos como militantes políticos que hacemos periodismo, ese es el chiste que nos decimos internamente. Es decir, somos militantes políticos. Nuestra tarea podría haber estado en una unidad básica. De hecho en algún momento nosotros tuvimos una Unidad Básica, no sé cómo será allá. Como lugares de desempeño territorial, es decir, un lugar en un barrio, donde vos haces activismo político en el barrio. Acá se llama Unidad Básica, en Brasil tendrá otro nombre pero debe existir algo parecido. Tuvimos incluso una Unidad Básica, que es como la forma más pequeña de organización política que existe, que es un grupo de personas que se junta, en un local, alquilan un lugar y hacen militancia en el barrio. Es la unidad mínima de la política. Luego del barrio, está la seccional, esta la ciudad, esta la provincia; pero esa es la unidad mínima del activismo político. Nosotros teníamos en su momento una idea de despliegue político más tradicional, lo que hace cualquier agrupación política tradicional, que es poner Unidades Básicas, abrir un local, va a un barrio, y dicen “acá estamos en el barrio, somos kirchneristas, qué hace el barrio, cómo discutís con el barrio” .

**¿Hay diversas unidades básicas?**

**EDC:** Es muy propio de la forma en que se organiza el peronismo, como movimiento político. En Argentina hay dos grandes tradiciones políticas, el peronismo y el radicalismo, en un caso se llaman Unidad Básica y en la otra los comités. Y hay miles en Argentina. Caminas por Capital y si prestás un poco de atención, vas a ver locales, como un local de venta de ropa, ponele, pero vas a ver que tiene una foto de Cristina, o los candidatos del kirchnerismo, o los candidatos del radicalismo, candidatos políticos; eso es una Unidad Básica, en el peronismo se llama Unidad Básica, en el macrismo, en el radicalismo se llaman comité. Y ¿qué hacen? Bueno, se vinculan con la gente del barrio, con sus necesidades, ayudás, das clase de apoyo escolar, los días del niño repartir juguetes. Yo que sé, dependen de la problemática de barrio, hay barrios que sufren mucho los cortes de luz, y se organizan ahí para hacer alguna medida contra la empresa energética. Es como una unidad muy chiquita de organización. Yo me fui lejos, sí. A donde

quería ir es que nosotros nos definimos como militantes políticos que hacemos periodismo, ese es nuestro chiste. En el sentido de que podríamos haber hecho cualquier otra actividad militante pero creemos que hoy hay un desafío, y hay un lugar, también a discutir políticamente que es lo simbólico, es la construcción de los sentidos... la conversación pública, de qué habla la gente todos los días? Bueno, es un lugar donde hay que discutir, porque sino la gente termina hablando de lo que proponen los grandes medios de comunicación... bueno... en todos los lugares donde te sientes a tomarte una cerveza tenés a *Clarín*. Bueno, entendimos que había una discusión que es política, una discusión por lo simbólico, por los sentidos. Esto por algo básico: de qué habla la gente todos los días, caminará por las calles aca, y de qué habla la gente? De la corrupción del kirchnerismo, no habla de la deuda externa fenomenal que toma este gobierno. Tienen mucho peso los medios de comunicación en esto que es básico, que es de qué hablamos todos los días. Entonces entendemos que ahí había un espacio para discutir política, desde lo político, por eso nuestra definición de periodismo político. Después sí, somos activistas, pero que pensamos lo organizativo, lo colectivo. Por eso le pusimos mucho esmero, mucho esfuerzo a organizarnos, a darnos una organización colectiva, detrás de este espacio político. No cuatro o cinco personas sueltas que tienen buenas ideas sino pensar que lo organizativo y que lo colectivo es en definitiva la respuesta para pensar transformaciones, cambios, discusiones más de fondo. Nos llamamos Paco Urondo, por Francisco Paco Urondo, que es un poeta, que tiene una trayectoria larguísima, pero que en un momento trabajó mucho con Rodolfo Walsh, entre otros, que es un periodista emblemático en Argentina, en lo que fueron las experiencias de las organizaciones militantes de los años 70, en Argentina, en Brasil supongo que también las hubo. Y ellos armaron la primera experiencia, o una de las experiencias muy fuertes del periodismo militante en la Argentina, que es la revista Noticias. Es una revista que armó una organización que fue Montoneros, que tal vez hayas escuchado hablar, que es como la gran organización militante setentista armada que hubo en Argentina. Y Paco Urondo, fue una de las personas, el emblemático es Walsh pero de alguna manera Walsh ya estaba muy recuperado por muchas organizaciones, entonces nosotros dijimos “bueno, recuperemos a Paco Urondo, que es menos recuperado”. Tanto Urondo como Walsh, fueron desaparecidos durante la dictadura.

**Hay un profesor en Brasil, Dennis de Olivera, que yo admiro mucho, que tiene un concepto que se llama “periodismo emancipatorio”. Este concepto va mas allá del periodismo contrahegemónico, porque dice que el periodismo tiene que incluir las personas excluidas, las voces que son excluidas, explotadas en el proceso de producción de contenido. Por lo que usted me contó la APU ¿se incluye en este concepto, porque no hace apenas una contraposición a las ideas de *Clarín*, y de otros grandes grupos, también intenta incluir a los sectores sociales explotados en el proceso de producción de contenido?**

**EDC:** Si, claramente. Sin conocer el concepto, pero tiene que ver con nuestra práctica y es uno de los objetivos nuestros, de pensar un periodismo muy afianzado, muy vinculado con lo popular, en ese sentido. Que es lo popular? Las organizaciones del llamado “campo popular”, esto que vos decías, las voces excluidas, no escuchadas, darles voz. Por eso nosotros incluso

tenemos alguna reflexiones, no sé si muy sistematizadas, sobre incluso el lenguaje periodístico que uno utilizada, es decir, la forma periodística en la que uno comunica lo que comunica. Por eso siempre intentamos hacer un periodismo... no, no es básico, pero un periodismo donde fuera muy importante la voz del otro, donde el rol del periodista estuviera pero siempre puesto a disposición de escuchar al otro, darle la voz al otro. No ese rol que muchas tiene el periodismo tradicional que es de una cosa medio soberbia, de ponerse el periodismo por encima de lo que cuenta. Para nosotros no es sólo más importante la realidad que el periodista, sino en este caso, retomando tu idea, es también esas voces que uno hace circular, hace escuchar, hace que formen parte de, lo que yo decía antes, la conversación pública, que se hable solo de lo que dice *Clarín*. Sino que aparezcan esas..., pero no es solo...lo dijiste bien, no es solo que no se hable... o tratar de discutir que no se hable sólo lo que habla *Clarín*, sino que se escuchen otras voces que no son solo las que reproduce *Clarín*. Pero esta bueno ese concepto, y hay algo de nuestro trabajo que tiene que ver con eso. Por eso también la idea de periodismo militante, y de considerarnos militantes políticos antes que periodistas, porque ese vinculo con esas otras voces, ¿de dónde surgen? De la propia práctica política, de las propias articulaciones que tenemos. ¿Por qué hablamos con la madre de un chico que mató la policía en un caso de gatillo fácil? Porque participamos de distintas articulaciones locales, que se dan en el barrio X, Y, a partir de esa articulación, es que conocemos a esa madre. Conocemos a otra madre que tiene una organización que está luchando contra los casos de gatillo fácil en el barrio y a partir de esa articulación tenemos la voz de la otra madre. Se van a dando como en sintonía. No la idea del periodista que va al lugar excluido... “a ver ¿alguien quiere decir algo?” Sino una articulación más profunda, hay un vinculo político anterior muchas veces, incluso.

**¿Quiénes son las clases más excluidas, explotadas en Argentina? En Brasil tenemos la población negra que es asesinada, que tienen los peores cargos en el trabajo.**

**EDC:** Acá está la clase obrera, pero acá ¿cuál sería el más discriminado? Y hablo bajo para no tener problema con los mozos, ¿cuál sería el más discriminado? El pobre. Pero sobre todo...pasa que acá te digo algo que espero que lo entiendas bien, sobre todo cuando lo desgrabas, el acá llamado “negro”, que no es el negro afrodescendiente brasileño. Acá también se usa la palabra negro de mierda, entiendo que es un insulto parecido al de Brasil, pero no se le dice al afrodescendiente sino se le dice al morocho de piel, al hijo de inmigrantes, al descendiente de aborígenes, y descendientes de los países vecinos. En Argentina hubo una gran oleada migratoria interna, en los años 30 y 40, cuando arranca el peronismo, a partir de que muchas fábricas se instalaran en Capital pero sobre todo en Gran Buenos Aires; eso hizo que muchas personas del interior de las provincias, viajaran hacia Buenos Aires. Acá las clases medias y clases altas lo llamaron aluvión zoológico. ¿Entendés? Un aluvión de animales que llegaban del interior, acá. Y eran otras prácticas, eran otros rostros de lo que eran la sociedad tradicional de Bueno Aires, o de las clases medias-altas; otra estética, otro tipo de personas que venían acá, ocupaban los espacios públicos. Fue en el momento del peronismo donde las clases

populares tiene trabajo formal, buenos salarios, entonces iban al cine, iban de vacaciones y esas familias que en algún momento acaparaban algunos circuitos empiezan a verse presionados por esa otra gente que estaba ahora con ellos y que no esperaban. Ese conflicto racial, que no es racial, ese conflicto, ese quiebre sociocultural es muy fuerte en Argentina. A veces uno dice ¿quiénes son esos otros sojuzgados? Por supuesto los trabajadores siempre están, pero por lo general el trabajador formal, el que está agrupado en torno a un sindicato, tiene muchas posibilidades de respuesta, un sindicato tiene poder, en general si vos estas sindicalizado eso significa que tenés un trabajo en blanco. De todos los trabajadores que hay en Argentina están en ese sector el 20% o 30%; es un sector muy específico de toda la masa de trabajadores. Después está otro sector que es el que labura en los empleos informales, lo que acá se llama “las changas”, que es hacer doscientas mil tareas, desde el que trabaja de pintar casas, arreglar casas, amas de casa en el caso de las mujeres, es mozo, trabaja de seguridad en un country; hay un conjunto de actividades y de sectores sociales que son estos los que uno podría llamar, rápidamente, el empleo informal; pero que es, dentro del porcentaje de los trabajadores en Argentina, muy amplio .Y por supuesto esa precarización laboral tiene su correlato en la precarización urbana, social, son los que viven en los barrios humildes, más precarizados, las villas, los asentamientos, posiblemente tengan títulos de propiedad sobre sus casas muy precarios, posiblemente no tengan agua ni cloacas, tal vez tengan luz en una conexión un poco trucha...

**Es posible notar andando por Buenos Aires, esto que está hablando. Estas personas están en las peores funciones, en comercios, y hoy estaba en Av. Bartolomé Mitre, y un sitio que tiene muchos comercios populares, yo he observado estos inmigrantes trabajando...**

**EDC:** Eso lo fueron cambiando porque había mucha gente vendiendo en la calle, ropa usada, ropa trucha, juguetes, juguetes truchos, todo lo que tiene que ver...igual en los negocios comerciales se debe vender tan trucho como afuera, pero bueno estos venden en la calle y esto genera mucho revuelo, mucha indignación social. De hecho los fueron desplazando, los fueron golpeando, los fueron sacando. No sé ahora donde estarán...pero ese es el sector más golpeado en la realidad argentina. Argentina tiene muchas complejidades por lo que fue la historia del peronismo, entre mil novecientos cuarenta y cinco, y mil novecientos y pico Argentina tiene peronismo, los gobierno de Juan Domingo Perón, y después tiene al desarrollismo, cómo fenómeno económico. Y eso lo que hizo es, primero, un gran desarrollo económico, de hecho la Argentina hasta mil novecientos y pico, antes de la última dictadura, tenía niveles de desigualdad, de igualdad en realidad, muy similares, no sé, a los de Suecia, y los niveles de pobreza bajísimos, teníamos 5% de pobres, prácticamente nada. La desigualdad entre ricos y pobres era muy chica. Era una sociedad con este clivaje sociocultural que estaba, el de clase media-alta y el “este es un negro, este es un morocho”, estaba; pero al mismo tiempo había una lógica de movilidad social ascendente muy poderosa, posiblemente ese morocho tenía un laburo mejor que aquel que lo señalaba porque era un momento en el que las industrias era muy

poderosas, donde estos morochos laboraban en las industrias, tenían buenos salarios, había políticas de ingreso muy poderosas y entonces se podían comprar la casa, se desarrollaban barrios, ciudades, podían irse de vacaciones. Esa fue una Argentina que es compleja porque este clivaje siempre existió pero por otro también existió una cosa de uniformidad, cuando vos ves encuestas en Argentina, el 80% se considera de clase media. Acá todos nos consideramos de clase media. Naciste en villa 1-11-14 o sos un rico de Belgrano, capaz vivís en un departamento de 4 millones de dólares... los dos se consideran de clase media, se autoperciben, se ven así mismos, como hijos de esa gran clase media, que ya es mítica, que existió en Argentina, que hoy está muy devaluada pero simbólicamente toda argentina se define como clase media. Cuando vos ves a los candidatos políticos acá, siempre le hablan a una clase media, sea el peronismo, sea el radicalismo, sea la fuerza de Macri, que puede ser el gobierno de los ricos; Alberto y Cristina podría ser el partido político de los pobres... siempre tratan de hablarle a las clases medias. Porque hay un imaginario que nos atraviesa a todos los argentinos, es muy poderoso ese imaginario de clase media, que viene de otra época, que existió en algún punto, porque fue una Argentina muy igualitaria... Esa Argentina medio mítica hacía esto, que el muy rico vivía muy cerca de un tipo que capaz venía de Jujuy, de familia muy humilde, pero era un obrero industrial, trabajaba en la industria, trabajo formal, y capaz que vivía en una casa del mismo tamaño que el otro que era capaz el dueño de la empresa. Se daban esas lógicas, hoy eso se fue quebrando y se fue quebrando mucho. Hoy si recorrés, y la lógica “muy brasileña”, si se quiere del country híper-lujoso, la pared y la villa, hoy si está mucho más extendido.

**En Brasil el concepto de periodismo militante recibe muchas críticas, principalmente de parte de la prensa hegemónica porque el discurso de la prensa hegemónica está muy pautado en la objetividad periodística, la imparcialidad, la idea de que es posible la imparcialidad... entonces la prensa contrahegemónica muchas veces es vista de una forma peyorativa, que manipula la información. Aquí en Argentina, ¿ocurre lo mismo?**

**EDC:** Sí, sin dudas. Nosotros siempre insistimos... uno dice ¿es periodismo militante? Sí. ¿Tenemos posicionamientos políticos? Sí. Los explicitamos, nosotros escribimos editoriales sobre nuestros posicionamientos político-ideológicos, de cara a una elección o de cara a un debate parlamentario, se discute el aborto, nuestra posición; hay una elección como ahora, por qué vamos a apoyar a tal candidato... Siendo rigurosos eso lo hacen todos los medios del planeta, lo que pasa es que otros medios los hacen de una forma súper solapada, de una forma híper-tramposa. Es evidente que *O Globo* en Brasil jugó contra Lula y *Clarín* contra el kirchnerismo, es una obviedad pero bueno... por esto mismo que venimos diciendo antes, ¿quién tiene la capacidad para instalar de qué se habla socialmente y de qué modo? Los grandes medios. Entonces instalan, tienen la capacidad para decir que ese otro periodismo, que se dice militante, no es riguroso, no le importa la verdad y todas esas cosas que dicen. Yo a veces me pregunto si nosotros tenemos que insistir sobre la idea de definirnos periodismo militante o no, o decir, nosotros también nos definimos periodismo independiente como ustedes. Nosotros nos

definimos como periodismo militante y seguimos con esa definición pero es cierto que uno queda...porque uno tiene que reconocer que hay una disparidad en el poder, entonces quién es el que instala las discusiones y cómo las instala? Es ese otro gigantesco que es *Clarín*, no es solo *Clarín* pero para simplificar...*Clarín, O Globo*, digamos... Porque si uno va al fondo de la discusión es ridículo decir que *Clarín* tiene estándares de chequeo de la información superior a otro periodismo, eso es ridículo, y eso no toleraría ningún examen periodístico mínimo. *Clarín miente* no es solo una bandera que se ha instalado, es fácil de comprobar, pero en el sentido de que no publican las fuentes que citan, no citan más de una fuente. Dan definiciones a partir de informes híper-parciales...“esta persona robó, porque habría un informe que así lo dice” y lo publican, y no pasa nada. Ni siquiera es una definición mía, los estándares periodísticos que ellos tienen son nulos, son bajísimos. Por eso yo creo que no es una discusión teórica. No es que ellos chequean cuatro fuentes y nosotros chequeamos una, bueno ahí podemos decir que acá no hay un problema. Eso no es así, ellos no chequean fuentes, no laburan con fuentes, no contrastan información. Hay casos en Argentina emblemáticos de tapa de diarios que se han hecho mintiendo, no hay vuelta que darle. Ahora está de moda el Fake News, para cualquiera en Argentina que conoce la historia de *Clarín*, muchas tapas del diario...No es una cuestión teórica, una cuestión política, de quien logra imponer que el otro es poco riguroso. No es una cuestión de técnica periodística.

**Y otro punto es que no existe de hecho un periodismo imparcial, todo periodismo tiene una posición. Ayer estaba viendo en la televisión, aquí en mi habitación, y la CNN tiene un posicionamiento muy parecido al de *Clarín*. Estaban hablando acerca de la elección en Argentina, apuntaban a los problemas de los gobiernos de Cristina y hablaban de la necesidad de una reforma obrera, como en Brasil, entonces tienen una posición también.**

**EDC:** Por eso, es un debate que, teóricamente, académicamente, no existe, es ridículo, es decir, que ellos no tienen posición política, o que *Clarín* es riguroso... teóricamente ellos no podrían decir por qué son más rigurosos que otro tipo de prensa, eso no existe, no lo podrían demostrar, porque han publicado cualquier cosa, y que *Clarín* tiene posiciones ideológicas es una obviedad que es muy fácil de demostrar. Ahora ellos siguen teniendo la capacidad para en la conversación publica... si le preguntamos a la moza quien es más independiente, nosotros o *clarín*, va a decir *Clarín*. Tienen la capacidad para generar esos debates pero, me parece, es una cuestión de poder y política, no académica, no es teórico esto, en el sentido, de que no hay nada en la técnica que utiliza *Clarín* que sea rigurosa, eso es real. Ningún periodista de *Clarín* puede pasar un testeo académico serio, pero claro, ¿quién testea, académica, en serio a *Clarín*? Nadie, porque le tienen un miedo pavoroso. Es la verdad.

**Ustedes tienen un contenido muy diverso. Yo estaba navegando en el sitio de la Agencia y vi contenidos acerca de asesinatos, acerca del aumento de la canasta básica. ¿cómo es el proceso de producción de contenido? ¿Semanal? ¿Cómo definen los temas?**



**EDC:** Bueno, tenemos una organización que más o menos seremos veinte compañeros y compañeras, militantes que son la base de la Agencia...

**¿Tienen una jerarquía?**

**EDC:** Tenemos una pequeña jerarquía, es un espacio bastante horizontalista porque somos pocos además, pero si hay, establecimos frentes, es decir, áreas y en esas áreas hay responsables. Toda organización tiene, lo que se llama, una mesa de conducción, un espacio más chico que es el que tiene la mirada estratégica de toda la organización pero tratamos siempre de tener una dinámica donde existan las jerarquías pero también exista un ida y vuelta más horizontal. Esa es la unidad de organización nuestra. Luego está todo un conjunto de colaboradores que articulan con nosotros, que son claves para tener esta capacidad de producción. Nosotros tenemos escribiendo por día entre 7 y 10 contenidos nuestros... nosotros somos un espacio que no se autofinancia, solamente hoy tenemos los ingresos suficientes mensuales para pagar una estructura básica que es tener un buen hosting, el portal lo tenemos en un hosting protegido, ligeramente protegido, es un buen hosting, está bien contratado, cuesta una plata; tenemos un lugarcito, una redacción chiquita que tiene gastos...no tenemos muchos más gastos. Le pagamos lo que acá llamamos viáticos, es decir, si alguien va a hacer una nota lejos, le pagamos el taxi, no mucho más que eso. Con lo cual, a donde voy, todos nosotros no cobramos en *APU*, tenemos nuestros laburos por otro lado. Esto nos obliga a una gran disciplina interna y nos obliga mucha imaginación, es decir, muchas veces somos muy poquitos y si vos lo ves de afuera vos capaz que decís “¿son 50 tipos subiendo notas?” y no, son poquitos bien organizados, articulando con colaboradores, muchas veces, aprovechando muy bien el tiempo, cuando alguien tiene 3 o 4 horas para estar disponible, produce mucho, y así se va a haciendo la dinámica diaria. Tenemos muchas secciones por temas, tenemos un área de cobertura diaria.

**¿Tienen un encuentro todos los días?**

**EDC:** No, no. Tenemos *WhatsApp*, grupos miles como todo el mundo. Hacemos reuniones periódicas pero por la misma dinámica de todos nosotros laburamos de otras cosas, la situación económica en Argentina está muy complicada, lo que hace que la verdad nos cueste mucho juntarnos. Por lo que preferimos el tiempo que le podemos dar *La Paco*, dárselo publicando notas que estando en reuniones sistemáticas. Nos conocemos hace mucho tiempo muchos, tenemos una organización, que te da un orden de laburo, lo que hace que tengamos oficio, en el sentido, de que ya sabemos cómo funcionan las cosas, si tenemos dudas, hay algún referente de esa área que dirá... tomará la decisión de decir “esta nota no va” y después revisamos. Tenemos una cultura autogestiva, formada con los años, que está bastante afianzada. Si yo hago la lectura de *La Paco*, este momento es tal vez en términos de producción, no es el mejor. Lo puedo explicar muy fácilmente, todos nosotros estamos muy contrariados, muy complicados,

con tres o cuatro laburos porque no llegamos a fin de mes. Entonces el tiempo que le podemos dedicar es menos y es una obviedad, cuanto menos tiempo le dedicas las cosas salen peor, la producción es menor, es una obviedad. *La Paco* además tiene una cooperativa de trabajo, que es la figura legal, que involucra tareas contables, presentaciones de documentación ante el organismo impositivo, ante el Banco. De hecho mañana tengo que hacer una presentación ante el Banco. Es un mundo que fue creciendo, que sigue siendo ad honorem, que nos involucra, que no es tan fácil de llevar en el día a día. Pero bueno acá estamos, seguimos después de ya cuatro años de un gobierno muy adverso para los medios contrahegemónicos, y estamos seguros de que vamos a llegar a fin de año, y que vamos a seguir el año que viene. Pero las condiciones se complican más, porque se complicaron para todos.

### **¿Cuáles son las fuentes de financiación de las actividades de *Agencia Paco Urondo*?**

**EDC:** Al ser un espacio militante, el trabajo recae en la heroica tarea de nuestros compañeros que llevan mucho tiempo en la agencia sin retribución económica alguna y, a pesar de eso, tenemos una capacidad de producción en algún momento equiparable a los medios privados. Aun así, buscamos una variedad de líneas de financiamiento, desde avisos municipales y estatales que ofrecen fondos para proyectos mediáticos. También logramos ganar varios concursos para proyectos específicos a través de Fomeca [por intermedio de la Ley de Medios]. Y desde 2018 venimos trabajando con la idea de construir una comunidad, pidiendo a nuestros lectores que se suscriban, ofreciendo un aporte solidario mensual, para tener acceso a contenidos especiales, como análisis, libros, acceso a conferencias, entre otros. No recibimos financiación de fundaciones e instituciones privadas, tampoco de partidos políticos.

### **¿Ustedes lograron conseguir aportes del gobierno de Cristina?**

**EDC:** La Ley de Medios estableció un fondo específico para medios no empresariales no privados y no estatales, definió como un tercer sector, donde había muchos actores entre ellos nosotros. Que dio, da subsidios, incluso eso de la ley, se mantiene, incluso con este gobierno se mantiene, pero qué te hace este gobierno [Macri]? te hace trampa, en el sentido de, yo te doy la plata, pero te la doy con seis meses de retraso, te la doy en dos partes, la segunda parte la cobras al año y pico, es difícil planificar, proyectar, con esa lógica. Los subsidios están bien, pero son subsidios y son chicos. ¿Te permiten desarrollar un programita de radio todos los domingos? Sí, no más que eso. No hay una lógica que...es como déficit...es un debate también; uno dice tenemos un sistema de medios híper-concentrado, donde tenemos 3 o 4 actores híper-poderosos y lo vemos como un problema. En la Argentina hay un fallo de la Corte Suprema que dice “la concentración mediática es un problema para la democracia, para la libertad de expresión”. Vos hablás con todos los periodistas independientes de Argentina y le decís esto, ¿qué opinas de la concentración mediática? “Un horror”. Esta bien coincidimos en el diagnóstico, ¿qué hacemos? Una de las cosas que hay que hacer es, vía una ley, que los grandes

medios se achiquen, no queda otra, que pierdan su posición monopólica o semi- monopólica. Estados Unidos cuando Microsoft tenía el poder absoluto en un mercado, ¿qué hizo? “muchachos, tienen que vender”. Acá eso parece que es un ataque contra el capitalismo, contra la sociedad occidental...

### **Contra la libertad de prensa...**

**EDC:** Hay un chiste que se hace mucho en Argentina que es “atacan como grupo mediático, se defienden como defensores de la libertad de expresión”, que es real. Son hiper-poderosos, son gigantes fenomenales; ahora cuando vos le decís “che ¿no tendrían que ser un poco más chicos?”, “y la libertad de expresión?”, unos genios. No se termina de pensar...bueno, hoy tenemos un sistema, medios hiper-poderosos, un debate público que si vas a las academias, a las universidades a hablar con los periodistas y les decís “che ¿está bien que cuatro empresas tengan tanto poder?” Todo el mundo te va a decir que no, que está mal. Ahora cómo salís de eso, no está muy claro. Y las políticas de Estado...“bueno, le damos subsidios a los medios chicos”. Un subsidio de 20 mil reales a un medio. ¿Qué son 20 mil reales para un medio? Nada. ¿Le resolviste la vida por unos meses? Sí. ¿Le permite a ese medio pensarse cómo un medio de comunicación, que todos sus trabajadores laburen de eso? No. Y bueno, se ve el problema, cómo se sale de ese problema no está muy claro.

### **Cuando fue pensada la ley era para acabar con oligopolización y monopolización, ¿Macri volvió a esos mecanismos?**

**EDC:** Unos de los pilares de la ley, era contra la concentración mediática y establecía muchos criterios pero uno de los criterios era que una empresa no podía tener tantas señales de televisión, radio e internet. Entonces regulaba un poco ahí. Si vos tenés tantas señales acá, no podés tener tantas señales allá; trataba de ordenar ahí. Para recortar el poder de algunos medios muy grandes, por supuesto estaba *Clarín* pero no era solo *Clarín*. El criterio de la ley es un criterio defendido por todos, incluso por periodistas que trabajan en *Clarín*, que cuando hablan un poquito se hacen los progresistas, y por supuesto, si vos los entrevistás, te van a decir “yo estaba a favor de la ley de medios”. De hecho, hubo un fallo en la Corte Suprema de Justicia que decía que la concentración mediática era riesgosa para la libertad de expresión, casi una obviedad, pero bueno, lo tuvo que decir la Corte Suprema. ¿Dónde quedó todo ese debate? En mil fallos de Cámaras intermedias, quedó todo paralizado. Llegó Macri, mandó todo para atrás, con el respaldo de fuerzas políticas en el Congreso y mandó para atrás los puntos referidos a la concentración mediática. ¿Cómo salimos de la película? El grupo *Clarín* aliándose con Telecom, una empresa de telefonía. Es decir, se discutió hasta 2015, si *Clarín* tenía que achicarse, cómo salimos de 2019, con *Clarín* aliado con una telefónica, o sea, cien veces más poderosa de lo que ya era, con todo el negocio del triple play. De hecho cuál es el hoy el escollo que tiene *Clarín* para avanzar sobre el triple play, que una misma empresa de televisión, el

servicio de cable y teléfono celular, todo en el mismo sistema. ¿Cuál es el escollo que tiene? Telefónica, que es la otra gigantesca empresa que hay en Argentina. Dos grupos gigantes que están todo el tiempo peleándose. Entonces ¿qué dice Telefónica? Que *Clarín* espere un par de años para entrar. Entonces cuando el presidente va a España, en España lo retan, le dicen “che mirá que Telefónica no quiere”... Bueno, ahí están discutiendo, todo el debate impresionante de la Ley de Medios, dónde terminó? Están discutiendo dos grandes pulpos cómo resuelven el tema. Es la verdad.

### **¿Clarín amplió su poder entonces?**

**EDC:** Si, sin dudas. El poder económico, sin dudas. Si es cierto que en términos simbólicos, bueno se dio todo un proceso que... vos hablas con muchísimos argentinos y todos tienen una idea distinta de la que tenían hace 15 años. Antes que era *Clarín*? El medio que te decía lo que pasaba, hoy mucha gente que te dice? Juegan políticamente, “ah, te dicen eso porque la odian a Cristina”, eso te lo dice hoy mucha gente. Eso sí cambió. Hay mucha gente que te dice “bueno, pará porque hay que ver si lo que dice *Clarín* es cierto, lo dice porque está peleado con un sector político”, o dice “dice lo que dice de Macri porque lo apoya”. Eso sí cambió. En el sentido de que la gente, mucha gente, no se cuanta, pero mucha gente mira *Clarín* con dos ojos, eso sí es real que pasó también.

### **¿Cual es la posición de ustedes frente al gobierno de Macri? ¿Cuáles son las principales luchas?**

**EDC:** De oposición, de rechazo. Nosotros nos definimos siempre kirchneristas, peronistas y al interior del debate peronista, kirchneristas, que es como, si vos querés, un espacio político dentro del peronismo; pero siempre en rivalidad con el macrismo. En el algún punto, el macrismo y el peronismo representan, si se quiere, un debate de proyecto de país que en la Argentina tiene como 70 años; de hecho Macri juega todo el tiempo con la idea de 70 años de peronismo. Esa disputa de países está hace mil años. En algún punto esta última movida de Macri yendo a la Unión Europea a firmar un tratado de libre acuerdo, creo que Brasil también lo firmó. Ahora quedó medio parado porque Francia puso algún reparo. Pero es un proyecto para perjudicar a la industria argentina y beneficiar al agro. Es la gran discusión que la Argentina atraviesa hace 60 años entre un modelo agroexportador y un modelo más industrialista. El peronismo si se quiere representaría el modelo industrialista y el radicalismo, y ahora el macrismo, un modelo más agrario. En eso uno está del otro lado, es el adversario histórico, si se quiere, el macrismo, y hay un problema que uno lo ve, que es que uno cree, e intenta convencer a los otros de que es así, que el proyecto político y social de la Argentina del macrismo, es una Argentina que no alcanza para los argentinos; es un proyecto para pocos argentinos, no alcanza para los millones de Argentina. Hay cosas que son muy sintomáticas, van cuatro años de macrismo y el desempleo del 6% al 11%. Hay cosas que están

apareciendo...hay un empresario argentino, agropecuario, hoy, que dijo algo así como, “con el acuerdo con Europa, hay sectores que tienen que desaparecer, que desaparezcan”. Además que la idea de desaparecer en Argentina es muy emblemática, hay todo un sector social que cuando tiene que decir algo usa la palabra desaparecer...siempre. Pero bueno, la idea de que “si las industrias, las pymes, tienen que cerrar, que cierren”. Ahí hay un debate que está abierto en Argentina...de hecho cuando uno ve las encuestas da la sensación de que estamos mitad y mitad, el que gane va a ganar por uno, da la sensación. Ese debate entre una Argentina más mercado internista, más protectora, es decir, con fronteras un poco más cerradas, que defienda sus pymes, que defienda su mercado interno, el consumo local; contra una Argentina abierta al mundo, productiva, con productividad alta, es cómo un debate que está ahí. El macrismo expresa a un sector, que hay que verlo porque hay un sector muy grande de la burguesía industrial que yo no sé cómo se lleva con Macri, yo creo que tiene una cercanía con Macri, si se quiere ideológica, no creo que económica. Porque también hay un concepto también del macrismo que es un modelo económico el macrismo pero también una idea de volver a poner las cosas en términos de un orden social, una jerarquía social. Es esto que veníamos charlando antes, es decir, que haya una elite, que es la que manda, que es la elite histórica, los grandes apellidos, las grandes firmas, que tiene que haber volver una jerarquización social anterior. Viste lo que yo te decía de la clase media, la movilidad social ascendente, todo eso que se rompió con el peronismo para acá, ellos quieren volver pre-peronista en ese sentido. En el sentido de que la clase media-alta, manda, es la autoridad, y el otro obedece. Uno manda, el otro obedece, y tiene que quedar claro eso; y si vos no podés ir a la Universidad, no vas. Y si yo tengo acceso a la Universidad, yo sí, y vos no y no te quejas, y no me cortas una calle todo el tiempo porque me pedís algo, no. Hay algunas ideas sobre el orden, que son muy poderosas sobre quien puede cortar y quién no. En el 2008, yo te lo nombraba antes, en el conflicto con el campo, los sectores agropecuarios cortaron todo el país, durante meses. Ahora cuando un grupo de 100 personas humildes, que no tienen laburo, no tienen nada, cortan una calle, aparece todo un discurso de “y el derecho a circular de la gente? No puede ser que 100 personas nos corten una calle”. Hay una idea de que...el problema no es cortar la calle, sino quien corta la calle, ¿el dueño de un campo lo puede cortar? Claro, cómo que no ¿El pobre diablo que no tiene nada puede cortar la calle? No, “báncatela, te va a tocar algo, báncatela, te va a tocar un plan social, alguna política social te va a tocar, pero báncatela, no hinchas, yo digo quien puede y quien no”. Hay algo de reestructurar un orden económico pero orden de jerarquía social, digamos...

**Nosotros en Brasil estamos llamando a este acuerdo con Unión Europea de “nueva colonización”; que no es bueno para nosotros también.**

**EDC:** Es muy llamativo porque tanto Brasil, como Argentina, sobre todo Brasil, tenía sectores industriales muy poderosos. No sé en el “esquema Bolsonaro” cómo quedaron, qué piensan de ese acuerdo, la verdad que no lo sé...Porque en Argentina el sector agropecuario y el de la industria siempre están en conflicto, son los dos muy poderosos. Pero uno sabía, desde acá por lo menos, es que en Brasil eran sectores...el industrial, como el paulista, el famoso sector

industrial paulista como híper-poderoso, era el que siempre dirigía el país. No sé porque les cierre este acuerdo a este sector o está más debilitado ahora...no lo sé la verdad.

**¿Cómo ves la integración latinoamericana, en este escenario de fuerzas conservadoras, aquí y en Brasil, y cómo la prensa contrahegemónica puede contribuir con la integración?**

**EDC:** La integración sin dudas que todo lo que se dio en la década anterior, los últimos 5 o 6 años de la década anterior, uno defendió, uno propició...era muy importante ver lo que pasaba en términos de integración. Creo que es el camino que América del Sur tiene que recorrer, que no es simple y tiene muchos escollos, y es muy evidente, y lo estamos viendo. En términos de comunicación, la verdad que ahí no hemos logrado avanzar demasiado. Si hubo intentos han sido intentos muy acotados, no sé por qué, si es por la idiosincrasia; en caso de Brasil si es por el idioma, pero no se han dado. Nosotros hemos tenido intentos de articulación con otros medios Uruguay, de Brasil, de Chile, de Bolivia, pero en general...está bien, es como lo que venimos charlando... se hace todo con muy pocos recursos, entonces con lo cual esas ideas más faraónicas de poder articular con un medio brasileño, las tenés como ideas, las postergas en la práctica. Pero no se por qué, en ese sentido, no se ha avanzado mucho. Pero digo actores más fuertes, pienso en Universidades argentinas o brasileñas que trabajan comunicación, pienso en las carreras de periodismo, no sé si veo que haya habido una gran articulación, en ese sentido, de hacer encuentros de periodistas, de comunicadores. Ha habido algunas cuestiones, pero no sé si veo una cosa más sistemática de laburo entre periodistas, comunicadores, medios similares de un lado y del otro de las fronteras.

## **APÉNDICE E - Entrevista con Natalia Arenas, editora da *Cosecha Roja***

**A entrevista foi realizada presencialmente, na redação do veículo, em Buenos Aires, em 3 de julho de 2019.**

**Cuéntame un poco, ¿cuándo y con cuales objetivos surgió *Cosecha Roja*?**

**Natalia Arenas:** Bueno, *Cosecha Roja* nace en el 2010, en realidad como un medio de noticias judiciales y policiales. Nace primero que como un medio, como una red de periodistas judiciales y policiales, con esta intención de que no sea solamente un medio nacional sino que sea un medio regional en todo Latinoamérica y poder cubrir todo Latinoamérica, tanto en lo que tiene que ver con lo judicial y lo policial, y con la característica de tener perspectiva en derechos humanos. Siempre, desde un principio, el objetivo fue ese, que las noticias tengan foco en derechos humanos. En una sección, por decirlo de alguna manera, como es la policial o la judicial, donde es muy difícil encontrar medios que tengan la perspectiva de derechos humanos. Aquí, no sé cómo se llama en Brasil, pero aquí en Argentina hay mucho amarillismo, que es como llamamos a las noticias sensacionalistas...

**Allá también le dicen periodismo amarelo o periodismo marron.**

**NA:** Bueno, amarillismo le decimos nosotros. Entonces en realidad, *Cosecha Roja* nace con la idea de diferenciarse un poco de esos medios y cubrir las noticias de otra manera. Y también una red de periodistas por esta intención que tuvo desde siempre en formación de periodistas porque los periodistas que armaron la red y que armaron *Cosecha Roja*, además son docentes. El fundador es Cristian Alarcón, que es un escritor y periodista reconocido tanto acá en Argentina como en Latinoamérica, y además docente también. Entonces siempre la idea fue no solamente quedarse con el medio, la red, sino también empezar a multiplicar el conocimiento y la manera de contar historias que tenemos en *Cosecha Roja*. Y después, a través de los años, empieza a tener también, además de tenerla perspectiva en derechos humanos, a virar a ser un medio expresamente feminista, con perspectiva de género, que la perspectiva de género siempre la tuvo *Cosecha Roja*, pero antes no se hablaba de eso entonces la teníamos pero no lo sabíamos. Y a partir de 2015, que aquí en Argentina fue una revolución el movimiento de mujeres y colectivos feministas, a partir del Ni Una Menos. *Cosecha Roja* sigue siendo un medio de noticias policiales y judiciales, pero con perspectiva de género, un medio feminista y muy identificado con la lucha de los feminismos, y en la agenda policial y judicial empezaron a entrar los femicidios, los crímenes de odio, la violencia contra las mujeres y contra con el colectivo LGBT. Y bueno, *Cosecha Roja*, en ese sentido, además de ser un medio de comunicación que tiene periodistas trabajando en él, también es un medio, de alguna manera, que milita por derechos de las mujeres y de la comunidad LGBT. Tuvimos una presencia muy fuerte, en lo que fue el año pasado la discusión en el Congreso por la legalización del aborto, acá en Argentina, que lamentablemente se perdió. Pero la verdad es que es un hito histórico.

**La lucha fue muy bonita...**

**NA:** Sí, la lucha en las calles, ¿no? Sobre todo. Porque lamentablemente no se logró lo que queríamos pero fue muy importante a nivel social, sacar al aborto del closet, de alguna manera. No quiero seguir, seguramente tengas otras preguntas.

**Ustedes tienen la revista, el sitio y las redes sociales. ¿Hay algún medio en TV o radio?**

**NA:** No, tenemos el sitio...lo que nos pasó en los últimos años, el último año sobre todo en *Cosecha Roja* es que empezamos a darnos cuenta que somos parte de, además de ser un medio digital, también somos parte de las redes sociales y nos empezamos a dar cuenta que la información circula más por las redes sociales que por los medios. La información ya no es potestad de los periodistas, sino que cualquiera, los que antes eran lectores pasivos ahora pasan a ser también productores de información, entonces en las redes sociales circula mucha información. La diferencia quizás está en cuál es la información de calidad y cuál no. Entonces también nos dimos cuenta que más allá de nuestro sitio, era muy importante generar contenidos para las redes sociales exclusivamente. Entonces para nosotros nuestras redes también son un medio, no son solamente publicar las noticias que publicamos en el sitio, tratamos de, con los pocos recursos que tenemos, porque también hay que decir que somos, de los que somos, cuatro personas más el director. Con los pocos recursos que tenemos tratamos de hacer materiales más digitales y que puedan publicarse solamente en las redes sociales y nos dimos cuenta que eso también funciona. Que el hecho de que no nos dé un clic a nuestro sitio, de todas maneras nos funciona también hacer una historia en Instagram, hacer un hilo en *Twitter*, hacer una publicación en *Facebook*, eso nos enriquece también y enriquece la marca *Cosecha Roja*.

**¿Y cuál es la periodicidad de la revista?**

**NA:** Es diaria. Todos los días actualizamos.

**¿Es una revista digital?**

**NA:** Es una revista digital, sí. Y es nativa digital de hecho, nunca tuvo versión papel ni creo que la tenga a estas alturas. Tratamos de publicar entre dos o tres contenidos por día pero, ya te digo, entre publicar algo en el sitio y publicar algo en las redes sociales, antes era como que si o si teníamos que hacer dos o tres notas por día en el sitio. Lo que nos llevaba mucho tiempo y muchas veces no nos funcionaba, entonces nos dimos cuenta que había que hacer un poco y un poco.

**Y ¿cómo se mantiene financieramente? ¿Hacen campañas en internet?**

**NA:** Sí, por un lado tenemos suscriptores, que es algo que estamos reviendo porque, los suscriptores lo que hacen es pagar una donación por mes, pueden donar la cantidad de dinero que quieran, pero tenemos donaciones pequeñas, y estamos reviendo la manera de lanzar una nueva campaña para fortalecer eso. Porque actualmente esos suscriptores no reciben nada como contraprestación, o sea, tienen los mismo servicios que cualquiera que no pague por ellos, que no se si está bueno tampoco hacer una diferenciación...pero es algo que estamos reviendo, a ver que les podemos ofrecer. Después tenemos algunas publicidades, que por suerte este año entraron algunas y eso nos permite pagar colaboraciones que era algo que no podíamos hacer. Teníamos colaboradores pero no podíamos pagarles. Entonces la verdad es que se hacía difícil pero ahora, por suerte, en algunos casos podemos hacerlo. Sobre todo lo destinamos a coberturas especiales, cuando hay alguna marcha, o algún evento especial del que queremos tener más cobertura, lo destinamos a eso. Después tenemos un *grant*, tenemos un financiador que es la *Open Society Foundations*, tenemos un *grant* con ellos y, ahora, hace muy poco, nosotros trabajamos por proyectos en realidad, y ahora hace muy poco nos salió otro financiador, que estamos terminando de cerrar ese proyecto, pero básicamente eso por ahora.

**Pero ¿las personas del equipo reciben un salario?**



NA: Sí, las personas del equipo, que somos cuatro, sí, recibimos un salario.

**Y estas becas que has comentado ¿también reciben algo? Esos periodistas de otros países que colaboran...**

NA: No, lo que te paga la beca es una formación de cuatro meses en narrativas...un taller de narrativas para redactores y para editores, un seminario de juventud y violencias, y otro seminario de femicidios y crímenes de odio. Durante los cuatro meses es una formación online. La metodología de la beca es que en los talleres de narrativas que tienen, los becarios produzcan notas que van a ser publicadas tanto en *Cosecha Roja* como en el medio en el que trabajan. Entonces eso hace una alianza entre los dos medios, ¿no? Y además en el medio, entre los cuatro meses de la beca, hay un encuentro en Buenos Aires, para que nos conozcamos todos. Es un encuentro de tres días y a los becarios se les paga la estadía, las comidas y el viaje para que vengan.

**¿Cuál es el panorama de las cuestiones relacionadas con la seguridad y las fuerzas policiales? Porque en Brasil tenemos una policía militar muy violenta que es una herencia de la dictadura. ¿Cómo es ese panorama aquí?**

NA: Muy similar, muy similar al de Brasil. De hecho nuestra Ministra de Seguridad Patricia Bullrich se declaró como una fan de Bolsonaro, así que...en eso estamos. La verdad es que, desde que asumió Macri en 2015, hay una fuerte tendencia de las fuerzas de seguridad, de las fuerzas policiales sobre todo, a la represión y a...digamos...no diría la militarización porque no es algo que esté oficialmente reconocido, pero y una tendencia a eso. Hemos tenido situaciones complejas donde han intervenido las fuerzas policiales, donde ha habido casos de, aquí les llamamos de gatillo fácil, no sé si en Brasil...Gatillo fácil es cuando un policía dispara aun cuando la persona no se encuentra armada o en casos donde no debería hacerlo y mata a una persona, a un civil...

**Y la policía alega que fue para su defensa...**

NA: Exactamente. Acá lo llamamos gatillo fácil o lo que es en general la violencia institucional. Hemos tenido un caso muy reconocido a nivel nacional pero también a nivel regional, el caso de Santiago Maldonado, no sé si lo escuchaste nombrar... Un militante que estaba en el sur del país apoyando una manifestación de personas, de aborígenes, que estaban luchando por sus tierras y Gendarmería fue desalojarlos y en esa represión que hubo, porque Gendarmería lo reprimió, Santiago Maldonado, este muchacho de 27 años, desapareció, y estuvo desaparecido, no recuerdo cuanto tiempo ahora, pero estuvo desaparecido cosa de 10, 15 días. Finalmente apareció muerto, ahogado en el río. Y hubo todo un debate con eso porque digamos la razón de su muerte fue que murió ahogado pero es evidente que murió ahogado porque se tiró al río porque lo estaba persiguiendo Gendarmería. Ese es uno de los casos paradigmáticos que tuvimos...Tuvimos otros casos en los que...por ejemplo, te lo digo a modo de ejemplo, para que veas cómo funciona... en el medio de un asalto, un policía le dispara a quemarropa al asaltante, cuando el asaltante se está yendo, corriendo, le dispara a quemarropa y lo mata, y la Ministra de Seguridad y el Presidente de la Nación, el presidente Macri, lo reciben a este policía para felicitarlo.

**Es lo mismo en Brasil.**

**NA:** Bueno, así que hacia eso vamos... Son casos que empezaron siendo aislados y la verdad es que cada vez se hacen más frecuentes acá, en Argentina. Y también hay represión en las manifestaciones. Acá, la Argentina es un país socialmente muy activo, los argentinos somos muy de salir a la calle, hacer manifestaciones, y bueno, en estos años de Macri, hubo en muchos casos represión de la policía. En las manifestaciones hubo heridos, bueno...

**Cuando estaba caminando para aquí, he visto una manifestación en la calle y vi mucha policía.**

**NA:** Tal cual...

**Generalmente estos abusos de las fuerzas policiales son con los sectores más pobres de la población.**

**NA:** Sí, generalmente son los que más lo sufren. De hecho acá en Argentina, por la crisis económica y social que estamos atravesando, se reprodujo muchísimo la cantidad de, por supuesto la cantidad de desempleados, la cantidad de personas que duermen en la calle, y la cantidad de personas que por no tener un empleo, tienen que salir a vender lo que sea en la calle, y acá hay mucho lo que nosotros llamamos manteros, que son los que tiran sus mantas en el piso y venden cosas.

**Vendedor ambulante.**

**NA:** Claro, vendedores ambulantes. Hemos tenido un montón de represión a manteros porque van a desalojarlos, directamente a punta de pistola, no es que un desalojo pacífico, como lo quieren vender algunos medios, sino que tenemos mucho de eso...tenemos también...en Argentina hay muchos trabajadores senegaleses que vienen también a vender.

**Los he visto en Bartolomé Mitre, vendiendo en la calle.**

**NA:** Está lleno. Ellos son un blanco muy fácil del abuso policial.

**¿Cómo evalúas el escenario de la prensa contrahegemónica en Argentina? Por ejemplo, lo que diferencia el trabajo de ustedes en relación a otros medios contrahegemónicos.**

**NA:** Yo creo que hubo un gran crecimiento, en Argentina, de los medios que vos llamás contrahegemónicos. Lo que creo es que, justamente lo que nosotros como...digamos, durante los últimos años hubo una gran multiplicación de medios contrahegemónicos. La realidad es que, por un lado tenés...por qué se da esto, por un lado, por una cuestión de decantación de que no hay trabajo para los periodistas en los grandes medios. Somos muchísimos periodistas y comunicadores, para colmo aquí en Argentina el periodismo no es una profesión en la que vos, si bien necesitas un título, no para trabajar... Yo no digo que eso esté bien o mal eso, no creo que tengas que tener un título para hacerlo porque el periodismo es un oficio también, ¿no? Pero eso también hace que cualquiera pueda ejercerlo.

**Hay más competencia.**

**NA:** Exacto, y muchas veces en la televisión, muchas veces, personas que no tienen nada que ver con el periodismo usurpan esos espacios. Sí, pasa en todos lados, me imagino que la realidad en Latinoamérica es más o menos igual. Por un lado, eso. Al no conseguir trabajo en los medios

tradicionales, se abren muchos medios y muchas opciones que por ahí empiezan con una persona que empieza...ahora, a parte, que con internet empezar a producir notas sin necesidad de tener, por ejemplo, una redacción; lo podés hacer tranquilamente desde tu casa. Entonces eso por un lado. Por el otro lado, la necesidad de que haya voces distintas a la de los medios hegemónicos. Aquí en Argentina, la mayoría de los medios que son hegemónicos, los monopolios que tenemos de medios, que son *Clarín* y *La Nación*, que son las dos empresas más grandes que tenemos en Argentina, sobre todo *Clarín*. Son expresamente oficialistas, ahora, y no hay otras voces. Hay algunos medios que son empresas periodísticas, que no son contrahegemónicos, son empresas periodísticas pero que son opositores al gobierno, pero no son la mayoría. Entonces, eso por un lado. Y después no solamente en contra del gobierno, me parece que los medios contrahegemónicos, también lo que hacen es visibilizar historias que de otra manera no se visibilizarían...En la cuestión, por ejemplo, de lo que te contaba del aborto del año pasado. Fueron decisivos los medios contrahegemónicos, no porque los medios hegemónicos estén en contra del aborto, no lo sé, hubo de todo, digamos, pero sí porque se necesitaban contar historias que no se estaban contando, y se necesitaban contar de diferente manera, sin el periodismo amarillo, como decíamos hoy. Además también porque se necesita visibilizar desde otros focos. Me parece que ese es el rol de los medios contrahegemónicos, ¿no?

**Porque el foco de la gran prensa, no sé si es igual, pero en Brasil, está muy enfocada en clase media y clase media alta. Siempre hay que incluir otras voces en la narrativa.**

**NA:** Sí, es necesario incluir otras voces y que se conozcan, y me parece que un poco la fuerza que hicimos los medios contrahegemónicos es esa. Nosotros a veces, ahora ya estamos más acostumbrados, pero muchas veces nos ha pasado, instalar temas de nuestra agenda en los medios hegemónicos. Eso es todo un logro. Y lo bueno que tiene...a nosotros nos pasó también con, por eso digo que fue bastante decisivo a partir del Ni Una Menos, el periodismo feminista. El periodismo feminista fue muy importante, es muy importante, porque también es otra manera de hacer periodismo, que no tiene que ver con el obtener la primicia, con el estar compitiendo a ver quién saca primero algo, o quién tiene un contacto y quién no. Es un periodismo, no sé si colaborativo, porque colaborativo suena a que no tiene fin de lucro, y la verdad es que lo tiene porque trabajamos de esto, pero es un periodismo que...

**Con sororidad.**

**NA:** Sí, de sororidad, digamos. Y eso periodismo feminista está en los medios contrahegemónicos, en los medios hegemónicos hay algunos, algunas y algunos que están por ahí, pero no son la mayoría. Es fuerte, claro sí.

**¿Qué piensas de este debate acerca de periodismo independiente y periodismo militante? Por ejemplo, los grandes medios, de lo que he investigado en Argentina, ellos tienen un discurso de que hacen un periodismo independiente, imparcial, como si esto fuese un patrimonio de credibilidad. Yo pienso que no hay de facto un periodismo imparcial, pero me gustaría saber su opinión.**

**NA:** Yo pienso como vos. Creo que no existe y que nunca existió periodismo imparcial ni independiente... Independiente podría ser, independiente de qué habría que ver, ¿no? Nosotros, por ejemplo, acá en *Cosecha Roja*, somos independientes en tanto no estamos atados a ningún partido político, no somos partidarios. Tenemos por supuesto nuestra ideología, y ahí está cuando no somos imparciales, estamos en contra de este gobierno y lo hacemos saber, con

nuestras notas y con nuestro foco, digamos. Pero no estamos atados a ningún partido político, y por eso en ese sentido somos independientes, pero siempre una dependencia de algo creo que hay, digamos. Después qué diferencia entre...o sea esto de periodismo militante, sí, fue algo que se dio sobre todo con el gobierno anterior, el gobierno de Cristina Kirchner, porque surgieron muchos...en realidad “surgieron”...periodistas militantes hubo siempre, lo que pasa es que durante el gobierno de Cristina Kirchner surgieron un par de programas que se autodenominaban militantes y kirchneristas cuando en realidad los otros periodistas que no lo eran, sólo faltaba que lo digan, pero lo eran también, se notaba abiertamente que eran militantes. Entonces a mí, yo, particularmente, no soy... a mí no me...no sé si decir me parece bien o mal, pero a mí no me gusta el periodismo militante, en tanto periodismo bobo, de que todo está bien de un lado y todo está mal del otro. Para mí eso no es periodismo. Ahora, por ejemplo, yo soy militante del feminismo y soy periodista, y me considero una periodista militante del feminismo, y trabajo en un medio que afortunadamente también lo es, entonces puedo hacer las dos cosas. Pero siempre tengo por delante el periodismo, digamos, no voy a publicar algo que yo sé que no es verdad, o que no tengo chequeado, por el hecho de militar, no? Entonces, por ejemplo, nosotros tenemos la cosa de no publicar denuncias, en redes sociales, denuncia de violencia de género si no es una denuncia que está denunciada penalmente, no porque les creamos o no les creamos, yo en general...siempre les creemos a las mujeres que denuncian, pero como medio de comunicación no podemos arriesgarnos a...porque eso puede traernos problemas legales aparte. Pero digo si bien yo no acuerdo con la militancia partidaria, que un periodista sea militante partidario y que solamente hable de lo bueno de ese partidario o de ese gobierno, y de todo lo malo del otro, y nunca haya una media ahí...con eso no estoy de acuerdo; pero sí prefiero que un periodista diga abiertamente “yo estoy hablando a favor de esto”, a que trate de manera hipócrita...como me parece que pasa mucho aquí, me imagino que en Brasil también. Entonces si me das a elegir prefiero eso, porque en el momento de sentarme a escucharlo, o a mirarlo, a leerlo, yo sé desde donde me está hablando. Entonces eso me parece más sincero y más honesto que alguien que no sabes desde qué lugar te está hablando, políticamente, ¿no?

**¿Cómo nacen las portadas? Estuvo hablando de denuncias que llegan por las redes sociales. ¿Reciben de otros canales? ¿Cómo son los reportajes? ¿Nacen de ustedes o nacen de afuera?**

**NA:** Un poco y un poco. Todos somos periodistas que tenemos como unos años de experiencia y de trabajo en otros laburos que nos han dejado contactos, y después por ejemplo, específicamente, mi tema, que es feminismo, la violencia y demás...yo estoy en contacto permanente con periodistas feministas y constantemente me llegan casos para difundir. Después Sebastián, que es uno de mis compañeros, está más en el tema de violencia institucional, el tema más policial, bueno, él está constantemente en contacto con fuentes judiciales y policiales que le derivan y demás. Nosotros tenemos una agenda propia pero también estamos en la agenda de los medios hegemónicos, como vos decís, en la agenda nacional. No tenemos la urgencia, por suerte, no tenemos el objetivo de estar todo el tiempo atrás de la noticia, porque aparte nosotros hacemos policial y judicial, pero hay casos que no podemos dejar de atenderlos, cuando cobran una notoriedad nacional o incluso internacional, y son policiales o judiciales, no podemos dejar de atenderlos. Pero además de eso tenemos nuestra propia agenda, casos que, además *Cosecha Roja* ya es un medio que es referente en Argentina, entonces llegan muchas cosas a las redes sociales, nos arroban o nos etiquetan en publicaciones, o nos escriben por privado. También lo que nos pasa hablando del periodismo en general, muchas veces nos pasa que, a mí por ejemplo me escribe una colega que escribe en un medio tradicional, y me dice “mirá me pasaron esto, yo no lo puedo hacer, acá no me dieron pelota, se los paso a ustedes”,

o mismo, periodistas que se ofrecen trabajar el caso en Cosecha porque en sus medios no pueden hacerlo. Así que es ahí, un mixto, un poco y un poco.

**¿Qué ha cambiado del gobierno de Cristina al de Macri, en relación a estas pautas, feminismo y las cuestiones vinculadas a la seguridad?**

**NA:** Cambió mucho. En la cuestión de fuerzas de seguridad fue muy brusco el cambio. En el último gobierno de Cristina, hubo algunos episodios de represión aislados pero el gobierno, el kirchnerismo, los doce años de kirchnerismo, Néstor, primero y los dos gobiernos de Cristina después, se embanderó en la defensa de los derechos humanos. En gran parte lo cumplió con acciones, con la continuidad de los juicios a los militares de la Dictadura, la relación que tenía con las Abuelas y Madres de Plaza de Mayo, en ese sentido. Después tuvo algunos traspiés con los...sobre todo durante el último gobierno de Cristina, hubo varias manifestaciones de trabajadores que cerraron fábricas, y hubo algunos episodios de represión, pero no con la ferocidad y la impunidad con la que se manejan en este gobierno. Este gobierno fue, ya desde un principio,...ya el haberla designado a Patricia Bullrich como Ministra de Seguridad, con los postulados que tiene ella, de decir estas cosas de que es fan de Bolsonaro...es un gobierno de mano dura que yo creo que todavía no terminó de desplegar su mano dura. Esperemos que no llegue porque esperamos que en octubre se vayan, pero es un gobierno de mano dura y que lo dice abiertamente, que se autodenomina de mano dura, de defensa de las fuerzas de seguridad, incluso hay intenciones de militarizar la Ciudad, la policía...Entonces hubo un cambio bastante significativo porque los casos que hubo de represión y demás, son como muy pegados uno al otro, y después esto que te contaba de abiertamente felicitar a un policía que mata a un...bueno. Y lo peor de todo es que hay una porción de la sociedad que apoya eso. Entonces les funciona. Y después con respecto a los derechos de las mujeres, durante el gobierno de Cristina se dieron algunas...Cristina impulsó algunas leyes como la Ley de Matrimonio Igualitario, y también una ley muy importante que fue la jubilación de amas de casa. Aquí en Argentina, las amas de casa, las mujeres que trabajan en sus casas, no podían jubilarse, y lo que hizo el gobierno fue permitirles a las mujeres poder...

**Sufren una doble opresión, porque la opresión del machismo, de la sociedad, y también, de otras mujeres que las explotan...**

**NA:** Si, es terrible. Bueno, eso fue una gran reivindicación. Y después durante el gobierno de Cristina, la verdad que la sociedad evidentemente no estaba preparada para dar la lucha, por ejemplo de la legalización del aborto. Cristina no quiso que se debata la ley del aborto, lo que para muchas de las feministas fue una gran desilusión, porque muchas de las feministas son, además, cristinistas, kirchneristas y peronistas. Pero la realidad es que en ese momento no se dio. Macri un poco con demagogia, cuando el año pasado, una de las cosas que dice es que va a dar el debate al aborto, a la legalización del aborto. Bueno, dio el debate, la verdad es que eso hay que reconocérselo. Pero después, todo lo que se logra, se logra por los movimientos feministas y LGBT, digamos, y por los legisladores y legisladoras que estaban a favor de esta ley y la militaron muchísimo. Pero la verdad es que Macri no hizo nada y de hecho no se aprobó la ley, se aprobó en Diputados pero después en Senadores no pasa. Y de hecho uno de los grandes protagonistas de la lucha a favor del aborto legal, era el presidente de la comisión de...como se llama...de Legislación General de la Cámara de Diputados, Daniel Lipovetsky, que es un tipo que llegó ahí por Macri, llega como parte del gobierno de Macri. Es el electo en la lista de Diputados del gobierno de Macri y es presidente de la comisión de Legislación General, y como tal se pone al hombro toda la... viste que durante todo el proceso se dio una serie de exposiciones en el Congreso, donde un montón, alrededor de 700 personas iban a

argumentar a favor y en contra del aborto, para los diputados. Bueno, él fue, este tipo que te digo Lipovetsky, es el que se encargó de coordinar todo eso, porque él estaba a favor, y lo dijo públicamente, a favor de legalizarlo. Bueno, ahora hay elecciones y en las próximas listas, él no reelige y no lo pusieron en ninguna lista, o sea, un castigo total. Bueno, en ese sentido, o sea, si vos me decís, si yo miro dos años atrás es impresionante lo que se logró, pero desde los movimientos feministas y LGBT, de ninguna manera porque el gobierno haya hecho algo. La sociedad se viene preparando desde el 2015 para esto, desde el Ni Una Menos, que después se va transformando en que los derechos de las mujeres no es sólo que no te peguen, a que no te maten, a que no te violen y a que te paguen lo mismo que le pagan a un hombre, sino también derecho sobre tu cuerpo, a que puedas abortar, a lo que puedas hacer lo que quieras con tu cuerpo. Así que la diferencia es esa; pero yo no lo vería desde el lado de los gobierno sino más desde el lado de la sociedad, en cuanto al feminismo.

**Pero es curiosa la postura de Cristina, porque sufrió mucho el machismo de la gran prensa, incluso.**

**NA:** Sí, tiene que ver con su creencia religiosa, digamos. De todas maneras, en esta nueva etapa, que ella está como senadora, ella votó a favor del aborto y en varias oportunidades dijo que había estado en contra y que su hija la había hecho pensar, y que por eso ahora se manifestaba a favor. Sí, tuvo como una...viste que uno como periodista estás ahí mirando la intención, pero bueno...

**Cambiando bastante de tema, ¿cuál es la importancia de la integración latinoamericana considerando que esta realidad es muy similar...que sufren las mujeres, que sufren los más pobres con las fuerzas de seguridad?**

**NA:** Me parece fundamental. Me parece que estamos....que siempre Latinoamérica, y sobre todo, cuando pienso en Argentina, Brasil, Uruguay, Bolivia, Paraguay, que se yo, Chile, como los más cercanos, siempre me parece que nuestras realidades se chocan y están constantemente como cíclicamente muy emparentadas. En el caso de la lucha de las mujeres, mirá yo hace un par de meses viajé a Ecuador, a Quito, a un festival de periodismo y feminismo, y había mujeres de Brasil, México, Ecuador, Chile, Uruguay, Paraguay, El Salvador, Honduras, bueno hay países que realmente la están pasado muy mal las mujeres y los colectivos LGBT. Porque si nosotros como argentinos pensamos que estamos atrasados en cuanto a determinados derechos, bueno que se yo, en El Salvador por ejemplo es una criminalización absoluta del aborto y a las mujeres; en Quito también, en Ecuador, en Honduras ni hablar. Y la verdad es que lo que me llamó muchísimo la atención es como la Argentina es un faro para muchos países, en cuanto a la lucha de los feminismos y de los distintos colectivos. A nosotras nos emocionó muchísimo, con los pañuelazos que se han hecho a lo largo de toda Latinoamérica, nos parece...bueno y yo ahora que viajé también, ver gente con el pañuelo verde, digamos es decir *what*, ¿dónde estoy? Viste. Es muy emocionante. Es muy fuerte y es muy necesario que nos unamos. Digamos, somos hermanas en un punto, y todas somos mujeres y por eso todas sufrimos el patriarcado encima, y todas tenemos derecho a decidir sobre nuestros cuerpos y sobre nosotras mismas. Entonces como las realidades de Latinoamérica, en un punto se tocan tanto, es muy necesario que estemos unidas. Muy necesario para ustedes con este espanto de presidente que tienen. Ay por favor es terrible. Que a veces a uno lo que te hace reflexionar tener un presidente así es decir bueno “¿qué está pasando en la sociedad para que haya llegado alguien así, con ese pensamiento...?”

**La sociedad brasileña es muy machista.**

**NA:** Claro, por eso. A nosotros también nos pasa. Nosotros es como que estamos adelantados en un montón de cosas, hemos aprendido un montón de cosas, y hay muchas cosas que cambiaron, pero hay otras que siguen sucediendo, que vos decís “¿cómo puede ser?”. Sobre todo en cuestiones, ya no hablo de cuestiones de femicidios y violaciones sino de cuestiones más cotidianas, acoso, cosas que estaban más naturalizadas, pero que ahora, de un tiempo a esta parte, como que ya están, que está mal que hagas esto, sin embargo siguen sucediendo. Por eso me parece importarte la unión, me parece importante el intercambio constante, y que estemos, sobre todo eso, conectadas e informadas porque...pasa que muchas veces a nosotras no nos llega información fidedigna de lo que pasa en otros países. Nos llega lo de los medios hegemónicos, entonces me parece muy importante las redes, tejer redes, tejer redes latinoamericanas, ni hablar, me parece fundamental para nuestra lucha.

**APÉNDICE F - Entrevista con Laura Salomé, Camila Parodi e Ignacio Marchini, integrantes da *Marcha Noticias***

**A entrevista foi realizada presencialmente em 5 de julho de 2019, na sede do veículo, em Buenos Aires.**

**En la página web de *Marcha*, hay un texto en el que dicen que nacieron asumiendo una posición para hacer un periodismo popular y un posteo con las manifestaciones que ocurrieron en el Puente Pueyrredón como marco. *Marcha* ¿surgió en 2002?**

**Camila Parodi:** Un poquito después es el puente, 2002 es la situación en el puente Pueyrredón, y ahí los movimientos de trabajadores desocupados –que tenían muchos nombres- se juntan y se ponen Darío Santillán como una forma de reconocer y homenajearlo. Y ahí comienza la prensa del Frente, que es desde donde nosotros después tomamos esa historia, que era un grupo de comunicación interno del movimiento popular. Y *Marcha*, después, un poco más adelante le vamos a cambiar el nombre, le ponen otra identidad, pero era el espacio de comunicación de ese movimiento, digamos.

¿el comienzo oficial de *Marcha* es?

**Ignacio Marchini:** 17 de octubre de 2011, ese es nuestro cumpleaños (risas). Es el día de la lealtad peronista, es un día muy importante acá. Hace un buen tiempo, ¿eh?

**CP:** Claro, es verdad, tiene bastantes años en relación a los otros medios que viste.

**Si, *Emergentes* por ejemplo es más reciente. Entonces quería que me hablen un poco de este inicio, ¿cuáles eran los objetivos si se mantienen y sostienen, hoy?**

**Laura Salomé:** A ver, los objetivos fueron y volvieron, me parece que ahora estamos volviendo a los mismos objetivos que teníamos en su momento, en el primer momento.

**¿Por cuenta de la coyuntura?**

**LS:** Exactamente, es algo que yo pensaba. *Marcha* surge como un proyecto de dos agrupaciones de organizaciones sociales y políticas que dijeron, “bueno, también queremos difundir o interpelar lo que pasa desde nuestra propia mirada”. Podemos hacerlo, tenemos los elementos, tenemos los compañeros las compañeras para que puedan hacerlo, había también periodistas que estaban comprometidos, comprometidas con esa postura política, y entonces se lanzó como esto que ella decía, como si fuera un paso más de una prensa afín a una organización. Y fue como tener nuestro propio portal de noticias, nuestro propio portal de notas y analizar, la realidad y la coyuntura con nuestra propia mirada. Porque también tenemos algo que decir en cada una de las cosas que pasan. En ese momento, era muy importante poder oponerse a la postura de los medios hegemónicos. Luego, durante el kirchnerismo, “ponele”, a partir de todo lo que fue el debate de la mal llamada ley de medios, la ley de servicios de comunicación audiovisual, me parece que, desde que entró en vigencia esa ley que de alguna manera democratizó los espacios de comunicación, me parece que ahí los objetivos no fueron tan ir al choque, no? Sino como más imponer una postura alternativa. O sea, una mirada más, una mirada popular, difundir más historias, una versión/ visión más propositiva. También tenemos esto para decir ante esta problemática, préstennos atención porque tenemos propuestas, como para todo. Me parece que ahora los medios otra vez alternativos son fundamentales



**CP:** y se multiplicaron a lo que eran en ese momento.

**LS:** Si, y son fundamentales para poder dar otras miradas y tenemos esto de la facilidad de las nuevas tecnologías. Y me parece que tenemos también, desde las organizaciones y desde el periodismo esa gimnasia para instalar algo a la par de un medio hegemónico. Una noticia o algo que sale desde un medio alternativo puede tener la misma llegada y la misma repercusión política que algo que sale en un medio hegemónico como Clarín.

### **Eso es muy importante**

**LS:** es muy importante. Pero también tiene que ver con un empoderamiento que vino desde todo lo que fue el debate de la ley de medios y esa instalación de poder empoderarnos de decir “bueno, nuestra mirada también es legítima, también vale y también es importante”. Entonces llegamos a este momento con toda esa potencia, es mi versión de los hechos.

**IM:** un tema que pasó con el kirchnerismo fue que construyó en espejo combatiendo con los medios hegemónicos, hay que reconocer que puso en discusión el tema que es *Clarín miente*, o los grandes medios comerciales mienten, pero construyó lo mismo desde el otro lado, digamos. Y el problema es que ahora cuando perdieron el control del Estado, toda esa pauta que sostenían esos medios se esfumo. Y esos medios están en crisis, *C5N, Página/12*, están con despidos, con jubilaciones anticipadas.

### **¿Periodistas presos?**

**CP:** *C5N*, claro, pero son los empresarios los que están presos, no periodistas.

**IM:** Claro, pero eran medios que tenían el control de la publicidad, pero cuando perdieron el control de la publicidad esos medios ahora están en crisis muy importantes. Y los medios alternativos, como nunca dependimos del Estado, cuando se caen los demás medios aparecemos. Ahora se nos ve más porque venimos a ocupar el lugar que están dejando vacante los medios que se oponen al discurso oficial, sigamos. Y también venimos a traer el tema de la otra campana, porque en general, las noticias de los medios grandes se basan en las oficiales, en la policía, en los ministerios, en las secretarías, y llegan acá muchas historias que se cuentan del lado de las personas que no tienen los medios para mostrarse al público en general. Entonces eso también nos da la particularidad de que en general, nosotros, las noticias las traemos, se contactan “los y las de abajo” por decirlo de alguna manera, nos llegan por otros caminos las noticias.

**Sí, en Brasil tenemos esta problemática principalmente con la población negra que es muy excluida y asesinada por las fuerzas policiales y también con las mujeres y los pueblos originarios. No tienen voces en los grandes medios y son muy explotados y perseguidos. Acá en Argentina, ¿quiénes son las voces más perjudicadas? ¿qué piensan?**

**LS: A:** los pueblos originarios y campesinos.

**CP:** Había un conflicto con el pueblo mapuche con la tierra. Y se visibilizó porque él era un luchador de clase media [caso Santiago Maldonado], de Buenos Aires, que fue... sino no se hubiera conocido, e inclusive pasó, al mes, no, un poquito más adelante fue lo de Rafael Nahuel. Asesinaron a un joven mapuche en una situación similar, en una represión por control de la tierra, y no tuvo la relevancia que tuvo la muerte y el asesinato de Santiago Maldonado. Que

igual hizo que se visibilizara la lucha mapuche, que no deja de ser uno de los pueblos más conocidos de Argentina y Chile. Pero todo lo que es las poblaciones del norte argentino, que de por sí todo lo que tiene que ver con el norte es desconocido. También hay algo de la historia del sur que es más contado que la historia del norte, y los pueblos del noroeste; Pilagás, Quom, Toba, ya ni sabemos los nombres a veces. Esas son historias que se han visibilizado inclusive desde los medios nuestros nos cuesta un montón. Se ha visibilizado cuando han hecho acampes o luchas en Buenos Aires. Porque esa es otra discusión que también tenemos los medios y tenemos que darnos, que es la federalización. Hablamos de lo que pasa en Buenos Aires. Como no hay pueblos originarios en Buenos Aires porque los mataron en el genocidio, en la conquista que le llamaron del desierto. Como no vemos esa realidad en Buenos Aires, creemos que no hay pueblos originarios ni campesinos, y cada vez que tienen que reclamar tienen que venir a Buenos Aires. A reclamarlo, pero creo que es un debate.

**LS:** Y luego también pibes sobre todo en barrios más humildes, jóvenes, sí. Todo lo que se llama gatillo fácil, no? Porque siempre en los medios lo que aparece es la versión de la policía y la verdad que poder contar esa otra mirada es audaz. No sé, muchas veces peligroso. Creo que nosotras- nosotres abordamos también mucha situación de mujeres privadas de su libertad, mujeres presas, me parece que también es un colectivo vulnerable del que muy pocos medios hablan y, sobre todo, con su propia palabra, ¿no? logrando que ellas también tienen voz y tienen derecho, un montón de derechos vulnerados.

E: ya que está hablando de eso, ¿cuáles son los frentes temáticos y de cobertura que Marcha tiene?

**CP:** Un poco esos.

**IM:** Los temas de gatillo fácil son bastante importantes. Anti represivos o derechos humanos.

**CP:** Territorio, la lucha por el territorio de las distintas formas, y movimientos sociales.

**Y cuéntenme cómo es el proceso de producción de contenidos de ustedes.**

**CP:** Caótico [risas]

**¿Tienen alguna rutina para actualizar el contenido?**

**CP:** Tenemos, teníamos. Lo que nos diferencia a nosotros de la gran mayoría de medios alternativos que habrás conocido es que no tenemos financiamiento, es 100% militante. Entonces también hay algo ahí de...

**¿Pero este espacio es de usted?**

**CP:** Este espacio es de las editoriales Colectivo y Chirimbote, que hay compañeros que son parte de la editorial y del medio, entonces siempre hubo buen dialogo e intercambio y espacio.

**IM:** Nos queremos, pero somos dos entidades distintas.

**LS:** No tenemos una redacción propia, no tenemos recursos ni horas pagas de trabajo, son todas de militancia y en eso la dinámica que hacemos es el límite entre cuidarnos y no estresarnos y comprometernos porque las realidades nos duelen, nos comunican, nos preguntan y una tiene también ese deber y esa necesidad de estar poniéndole ese cuerpo. Entonces es como, en este momento estamos dándonos nuevos debates sobre si más notas de análisis y no tanto informativas como hacen todos los medios, porque también queremos marcar algo distinto que

tiene que ver con esta historia que vos decías, y también porque están pasando tantas cosas que, como militantes tampoco podemos comunicar todo. Entonces hay algo de que nos tenemos que centrar en algunas cosas con las que ya tenemos trayectoria.

**Un poco más analítico.**

**LS:** Claro, pero, algunas de las pautas que tenemos es que sea una propuesta colectiva, que si alguien escribe algo lo lea otra persona del mismo colectivo, le haga aportes. Nos dividimos las tareas de las redes, tenemos un grupo de redes, un grupo más general de colaboradores y personas que escriben pero que no están en el cotidiano y un grupo más chico que seremos seis, siete, que estamos discutiendo permanentemente qué subir, que no, cuándo, cómo subir las redes, pero todo más virtual, digamos.

**El equipo total son site? ¿Y no todos son periodistas o sí?**

**CP:** Periodistas populares, pero no con formación

**IM:** De oficio, somos periodistas de oficio.

**Aquí no es necesario tener Facultad.**

**LS:** Exacto, es oficio.

**IM:** Claro es oficio. Oscar es fotógrafo, por ejemplo, es fotoperiodismo.

**CP:** Es fotorreportero.

**LS:** Formativo capaz que no, pero nos hicimos con la práctica, en el oficio.

**¿Aceptan colaboración de personas que no tienen formación en comunicación?**

**LS:** Absolutamente.

**¿Tienen sistema de Creative Commons?**

**CP:** Si, no lo tenemos formalizado, pero sí, políticamente compartimos, y, de hecho, mandamos notas a otros medios.

**¿Qué piensan acerca de la discusión que hubo en Argentina a partir de 2008 con la guerra entre Clarín y el gobierno de Cristina? La disputa entre un periodismo independiente que Clarín dice hacer y el periodismo militante. ¿Cómo analizan esto?**

**IM:** Para mí la Ley de Medios fue un punto de quiebre en relación a cómo se elaboró la ley, me parece un proceso muy interesante, que tiene puntos muy buenos la ley. De la legislación del kirchnerismo es lo mejor que ha hecho, y es una de las mejores leyes, por lo menos, que yo sepa en Latinoamérica –no conozco a nivel mundial.

**Es una referencia para toda América Latina.**

**IM:** Realmente se citó a mucha gente, especialistas, gente de la sociedad civil, de movimientos sociales, en ese sentido es impecable. Después, tuvo problemas, en cómo se aplicó, o no fue tan

concreto lo que decía el papel. El problema, para mí lo que decía antes, es una opinión porque justo estuve pensando sobre esto en estos días, el tema tan en espejo. Que se venda que, por ejemplo, Página 12 o C5n, son los más conocidos afines al kirchnerismo, dicen que son independientes. Y ahora en el proceso electoral se ve muy claro que se volvió una guerra de operaciones. Y eso surgió, tal vez no como efecto deseado, pero a partir de la ley de medios en la que se empezó a discutir y se volvió una guerra de operaciones mediáticas. O sea, “yo tengo la verdad”, “no, yo tengo la verdad”, y nos tiramos con bombas. Y en el medio estamos quienes tratamos de tratar de ser más ecuanímenes, ser más justos con lo que realmente pasa. Si lees de cualquiera de los dos lados y me parecen muy tendenciosos.

### **Los dos lados.**

**IM:** Sí, me parecen muy partidarios. Se volvió muy partidario el periodismo, y para mí eso afecta un montón en la credibilidad. Pierde mucha credibilidad.

**CP:** Partidario o empresarial, porque está la parte; uno responde; el Pro responde a una empresa que, si le deja de interesar el macrismo o la política del momento, tienen la capacidad como otros medios, de dar vuelta y decir “bueno, ahora vamos con este otro candidato”. Porque también hay algo de las corporaciones ocupando un lugar hasta superior que el Estado mismo, y que inclusive pueden definir elecciones, entonces está el lugar más de, que representa el progresismo o el peronismo kirchnerista, y la que representa a las empresas, que va y viene según el interés empresarial que el Clarín, La Nación, Infobae. Clarín que incluso apoyaba hasta 2007 el kirchnerismo. Después cuando entró en conflicto con el campo y con la ley de medios, ahí se dio vuelta Clarín, pero digamos, no era contrario a Néstor Kirchner.

### **En el inicio Clarín era alineado.**

**IM:** Sí, sí, lo bancó bastante a Néstor Kirchner hasta incluso terminada su presidencia. Después en 2008 empiezan las rispideces. Y eso, digamos, te muestra que no es que siempre fueron los malos y los otros fueron los buenos, son intereses, hay grupos de poder detrás de cada uno.

**CP:** Igual la pregunta era de periodismo militante, ¿o no?

**Periodismo militante porque veo diferentes iniciativas y periodismo en Argentina, como en Brasil también. En Brasil tenemos un vehículo llamado Jornalistas Livres Periodistas Libres, que es acusado por otros medios contra hegemónicos de hacer un periodismo muy alineado con el PT, porque todos son de izquierda, claro. Pero, es necesario cierto distanciamiento porque el gobierno del PT fue mil veces mejor que Bolsonaro –Bolsonaro es el peor gobierno de la faz de la tierra-.**

**IM:** Acá nos pasa lo mismo, con todas las diferencias, sí.

**Pero hubo problemas también con los pueblos originarios, con algunas presiones como agro negocio que el PT no puso fin al agro negocio. Entonces, para algunos amigos míos que trabajan en la prensa contra hegemónica, es importante mantener un posicionamiento a partidario, mientras que hoy todos están apoyando la vuelta al PT al gobierno porque no es posible. Pero, alinearse al gobierno del PT es un poco complicado, no sé si pasa lo mismo acá.**

**CP:** Bueno acá es igual con el kirchnerismo.

**IM:** Es una gran discusión. Yo en ese sentido estoy de acuerdo. Para mí el periodismo es siempre militante, el problema es cuando es partidario. Acá hay un portal que se llama la Izquierda Diario, que es de izquierda, pero responde a un partido, el Frente de Izquierda, y las notas son muy partidarias y para mí eso arruina.

**CP:** Igual yo creo que el límite siempre lo ponen los lectores y las lectoras. Me parece que, desde los medios contra hegemónicos, ese es nuestro límite siempre. Si no nos leen, algo mal estamos haciendo. Ahora, por ejemplo, hay otro debate que tiene que ver con el periodismo militante, por ejemplo, el periodismo feminista. Es necesario posicionarse, porque si no ¿desde dónde vos no te posicionas? Entonces si una se dice periodista feminista, ¿no nos van a leer? No, no es así. Nosotras estamos tratando de reivindicar nuestro derecho a libertades, a una vida libre de violencias, entonces ahí, es una discusión que yo siento está un poco ganada. Entonces desde ese lugar, sí está bien decirte periodista militante, pero también se utiliza mucho como prejuicio porque también estamos molestando algunos privilegios.

**Sí, en Brasil, es lo mismo.**

**LS:** Estamos molestando, sabemos que estamos molestando, publicando notas sobre esto. Agronegocio, por ejemplo, en Marcha publicamos bastante durante el kirchnerismo. Y la verdad sabemos que molestamos, bueno, sí, probablemente se caen un poco las lecturas. Hay gente que de repente no sigue más el medio, pero es una voz que hay que visibilizar, es una problemática grave porque tiene que ver con derechos que se, con la vida.

**También hay en Brasil prejuicio con el periodismo militante, porque en Brasil el periodismo es muy influenciado por el periodismo americano. El modelo de pirámide invertida, la objetividad y la defensa de un periodismo que es imparcial.**

**CP:** No existe. ¡No me mientan! ¡Decime quién te paga el sueldo!

**No enseñe eso a mis alumnos porque concuerdo. Pero existe esa discusión. Hay muchos profesores de periodismo que dicen que son neutrales en sus clases. Que los chicos tienen que ser imparciales, entonces hay ese prejuicio para la gente que trabaja con periodismo militante.**

**LS:** Acá también.

**¿Tienen algún tipo de asociación o colaboración con otros vehículos contra hegemónicos de otros países o no?**

**CP:** Si, de articulación bastante directa y diálogo con *Brasil de Fato*, que tienen una experiencia muy similar a la nuestra, que es el intento de la voz de los movimientos (que después les pasó lo mismo que a nosotros, de correrse un poco para no ser la voz del movimiento sino mirar el movimiento y hablar desde ahí con la voz de los protagonistas y no la del medio). Intercambiamos bastante, con *Colombia Informa* que es un medio de Colombia también, México era *Desinformemos*, *Sur de Uruguay* en un momento, el *Desconcierto* de Chile. Después, hay aportes específicos de, alguien que nos escribe desde Francia, desde México, como aporte personal sobre una realidad que nosotras, al estar más lejos, capaz no tenemos cercanía, pero sí, con oradores. Medios son esos los que tenemos más, de Centro América.

**LS:** Estoy metiendo *De la Cuerda*, que es un periódico feminista de Guatemala, y prensa comunitaria también de Guatemala. Centro América están también con esa cosa. Tenemos muchos salvadoreños [risas].

**Y qué piensan de la idea de la integración latinoamericana.**

**LS:** Bueno, se llaman Nuestra América. Es una de las posturas también.

**Sé que estamos en un momento muy bueno...**

**IM:** Pasa que la derecha también fracciona, digamos. Estás en tu país viendo que se te viene encima la derecha, es muy difícil pensar qué pasa en otro lado. El clima complica.

**CP:** Es difícil pensar el internacionalismo.

**LS:** Esta semana que metimos un montón de notas, ¿cuántas fueron de internacionales?

**CP:** La mayoría.

**LS:** ¿Viste? Increíble. O sea, muchísimas notas de internacionales.

**CP: Que nos fue sirviendo para entender nuestra propia realidad también.**

**LS:** Internacionales y todas latinoamericanas y todas sobre actualidad, a mí me parece que es fundamental.

**IM:** Una de Francia, una de México, El Salvador, Guatemala, y algo más hiciste vos. Hubo 5 notas en la semana de otros países. Ah y la de Brasil, de la candidata de Río que la amenazaron de muerte, que es del PSOL.

**CP:** Nosotros lo trabajamos mucho en géneros, desde una mirada del feminismo comunitario, para tratar de recuperar cómo se hablaba sobre América Latina antes de la llegada de la invasión. Entonces tratar de recuperar eso y como mucho desde la mirada de, de las defensoras de derechos humanos, de territorio, ahí hilamos muchísimo con la autonomía, nuestro cuerpo, nuestro territorio, jugamos bastante con eso.

**CP:** También cuando entrevistamos a Berta Cáceres acá, fuimos el medio que la entrevistó porque cuando ella venía acá no tenía lugar en la prensa y venía mucho a la Argentina por cercanía con movimientos de acá. Y fuimos el medio que la entrevistó un año antes que la asesinara y de ahí tenemos toda esa cobertura porque para nosotras es muy simbólico su lugar. Ella nos decía, lo que está pasando en Honduras ahora les va a pasar a todas y lo comunicamos desde Marcha. Había algo de la mirada política de una defensora que estaba anticipando una realidad, por eso nos parece tan importante hablar desde las protagonistas y nos van a decir y nos dice qué es lo que pasa a va a pasar, que como comunicadoras no lo podemos inventar. Cuando nos encontramos con ella nos dice “y la militarización es así, y van a hacer un golpe de Estado y va a pasar esto”. Y pasó en Brasil, pasó en Paraguay y decís, uy, me lo anticipó.

**Y ¿cómo fue la cobertura que hicieron del movimiento Ni Una Menos?**

**LS:** Qué interesante, me encanta [risas]. Te cuento un poco, son varios movimientos. O sea, el estallido Ni Una Menos fue de alguna manera impulsado por un grupo de periodistas por Twitter. La convocatoria, qué pasó, muchas de quienes estamos dentro del movimiento feminista vimos un poco externa la convocatoria y si bien, de alguna manera nos sumamos a esa convocatoria porque no podíamos no estar

**IM:** Vimos la necesidad de llenar de contenido esa convocatoria. ¿Por qué? Porque acá hay un movimiento de mujeres y feminista, mujeres, lesbianas, travestis, trans y personas no binarias, es muy difícil [risas].

**CP:** Somos muchas, somos un montón [risas].

**IM:** Cada vez más.

**LS:** Y feminista, o sea, que tiene 30 años de encuentros nacionales una vez por año. O sea, nosotros todos los años nos encontramos para discutir todos los temas de coyuntura y también históricos. Entonces hay una potencia muy grande y muchas que formamos parte de ese movimiento vimos que esa convocatoria era armar un evento en Facebook y nada más, y dijimos no. bueno entonces, desde Marcha lo que hicimos fue entrevistas múltiples, o sea, con las mismas preguntas, a compañeras que formaban parte de las organizaciones populares feministas, feministas populares. Y bueno, como para decir bueno, hace un montón que venimos gestando el Ni una menos, sólo faltaba un estallido, no? pero lo cierto es que hay una base y la base la tienen las feministas populares. Y bueno, nosotras hicimos esa cobertura. Una entrevista que salió por día,

**CP:** Entrevistamos un movimiento –te debe haber pasado a vos con los medios- y nos daban la idea de otro, entonces no terminamos nunca. Pero no entrevistaron a tal organización. Hicimos en la villa 31, en la villa Lugano.

**LS:** Cómo trabajan las violencias cotidianas, cómo se organizan, qué desafíos tuvieron dentro de las organizaciones si eran organizaciones mixtas, y no me acuerdo. Contar, y qué significa el Ni una menos para esa organización. Porque no es lo mismo para una feminista que vive acá en Palermo, que para la compañera que vive en el conurbano bonaerense y que viaja dos horas para trabajar y vuelve en dos horas otra vez a su casa.

**Y muchas veces cuida de los hijos de la feminista que vive ahí.**

**LS:** Exactamente, entonces era.

**CP:** Estaba viendo si está la de los movimientos.

**IM:** El proyecto se presenta hace 15 años y estalló el año pasado, ahí ves cómo han acumulado los movimientos feministas. Cuando se presentó hace 14 años decían son un par de locas. Explota el año pasado y no es que salió de la nada, había un acumulado de 15 años de pelear por el proyecto del aborto legal, capaz explotan en convocatorias masivas, pero hay un acumulado larguísimo.

**LS:** Y después la importancia de poder visibilizar todas las violencias, no sólo la violencia extrema o la violencia física que es la más visible y el femicidio. O sea, poder visibilizar que es una cadena, que hay muchas posibilidades, muchas vulneraciones previas y cómo trabajamos sobre eso. Poder visibilizar las otras violencias, porque nos parecía que la cobertura hegemónica

era una cobertura que daba solo en el femicidio y en los nombres y en las historias como si fuera algo aislado, y no, un sistema de dominación, de represión, no se mencionaba el machismo, no se mencionaba al patriarcado, muchísimo menos al patriarcado. Hoy lo podemos mencionar en los medios. Y, sobre todo, poder darlo desde una batalla cultural, no sólo apelar en ese momento era como también luchar contra una parte de la sociedad que solo quería más penas. Que se endurezcan las sanciones para los feministas, o sea, no. Queremos mucho más que todo esto, hay propuestas integrales y que abarcan un montón.

**No adelanta solo penar, porque la raíz del problema es cultural y la sociedad argentina, creo que, como la brasilera, es muy machista, incluso es un problema que viene de la colonización, porque, el sistema patriarcal.**

**LS:** Es lo que dicen las feministas comunitarias. El entronque patriarcal como de los varones de las comunidades con los varones mestizos, con los varones españoles para seguir sosteniendo a las mujeres como esclavas, la esclava de...

**Mis alumnas hicieron una entrevista con algunas activistas del feminismo comunitario y quedó muy bueno porque, muy interesante, porque ellas no llaman la naturaleza de madre, porque nosotros hablamos de la madre naturaleza. Y ellas dijeron que la naturaleza no es una madre que vas a explotar, como nosotros. Entonces es una visión completamente diferente, es muy interesante.**

**CP:** Y después, sí, sobre las imágenes. Bueno acá hay, por ejemplo, nosotras a partir del Ni una menos empezamos a, cada vez que hacíamos una nota sobre violencias no poner esta imagen de la mano tipo “no me pegues” o la mujer golpeada con el moretón, no. Sino todo lo contrario, poner siempre una imagen de mujeres en lucha. Siempre, por más que estemos hablando de la historia más terrible. Que inclusive sea sobre la tarea de una mujer presa.

**LS:** Por ejemplo, acá esta es una historia de una joven que se suicidó por el bullying en la escuela, y, sin embargo, nosotras empezamos a cuestionar dónde nace un femicidio, porque también hay una culpa social sobre esa joven, ¿no? pero siempre, tratar de poder dar vuelta el sentido de vernos como víctimas, como algo que no se puede mover.

**Es un significado. En esta semana, leí una noticia de una pareja de mujeres que fueron ¿presas por besarse?**

**CP:** No presas, hay una instancia judicial, pero sí, la situación fue que la policía encuentra una excusa que es que estaban fumando –y cualquier persona fuma en la vía pública- y en realidad eran dos mujeres besándose. Y agarraron esa excusa que le dijeron que no fume y en realidad era, la misoginia y el lesbo odio que tenían, sí fue el viernes pasado la condena. Ahora se está haciendo una marcha en el congreso e iba a ir mucha gente a cuestionar.

**Mi hotel está cerca del Congreso.**

**CP:** Capaz vas y todavía hay gente, había un festival.

**Entonces el gobierno de Macri, a ver si logro explicarme. Bolsonaro, más allá de ser de derecha, es racista y muy misógino y antes de ser presidente había muchos casos de misoginia en los que él estaba involucrado. Pensé que Macri tenía una mirada un poco “mejor” para esta cuestión de géneros.**



**CP:** Porque es políticamente correcto en este contexto, como Argentina posicionó el debate sobre el feminismo, eso lo fuerza a cierto discurso o a no decir algunas cosas. Pero por su política y por donde pone el dinero y el financiamiento sabemos que no tiene un interés de igualdad. Su gabinete no está representado por las mujeres y los lugares que tienen las mujeres del macrismo es un lugar de madre, de adorno, ¿no? y en la política pública no se traduce en financiamiento, no se traduce, no le interesó nunca, pero sí en el discurso quizás.

### **Una hipocresía.**

**CP:** Para aborto por ejemplo no se hizo cargo del todo, quiso quedar bien con el movimiento, pero tampoco quiso quedarse en contra de la iglesia, entonces hizo un poco y un poco, peor para nosotras no representa.

**IM:** O sea, votaron varios diputados y diputadas del macrismo a favor del aborto y después desfinanciaron los programas de salud sexual reproductiva, de asistencia a violencia para las mujeres.

### **Qué contradicción...**

**IM:** En un punto tenían la certeza de que no iba a pasar en el Senado. Hay que decir que el senado tiene mucha participación del peronismo, entonces el peronismo más conservador de las provincias.

**LS:** Es la cámara más conservadora.

**IM:** El Senado es la cámara más conservadora. Uno de los que firma el proyecto del aborto es Lipovetsky que es un diputado del macrismo, pero es una cuestión de rédito no es un compromiso con la causa feminista, no la continuaron, ya este año están tratando de desmovilizar, les sirvió, políticamente les servía.

**CP:** Es verdad que son menos brutos que Bolsonaro, porque creo que a él le interesa mostrar eso, sabe que convoca un público así.

**IM:** Macri no tiene in vinculo tan explícito con los militares, es más empresarial. Entonces no son exactamente iguales, Bolsonaro es un poco más fascista incluso que Macri (risas) y eso que Macri es bastante

**LS:** Macri ahora armó una fórmula con un tipo que es igual que Bolsonaro. Pichetto es parecido a Bolsonaro.

**CP:** Pero Pichetto es anti clerical, es muy loco eso.

**IM:** Es una derecha que se pelea con la iglesia, porque es más empresarial, es una derecha liberal, es raro, porque hay tensiones.

**CP:** Es racista, misógino.

**IM:** Todos odian a las mujeres y a las disidencias, pero después, en cuanto a los derechos liberales.

**LS:** Pero es anti clerical, Pichetto estuvo a favor del aborto desde el punto cero.

**IM:** Sí, es un país muy loco.

**CP:** Es un país complejo.

**Brasil también [risas]. Así como con el movimiento de las mujeres, ¿hay otros movimientos que la prensa contra hegemónica logró pautar como hegemónica? ¿Entendieron?**

**CP:** sí, si conseguimos visibilizar o poner en agenda otros movimientos como el feminismo.

**IM:** Es muy fuerte en Argentina el tema de los Derechos Humanos.

### **En contra de la dictadura.**

**IM:** Bueno, la reivindicación de la dictadura es muy particular. Hay un cierto consenso –si bien se tensiona y mucho- sobre lo que pasó en los años de la dictadura, y el tema del gatillo fácil yo creo. El movimiento de los derechos humanos, las madres, las abuelas de plaza de mayo es muy fuerte acá. Ahí en relación a esos movimientos no hay discusión, los medios alternativos bancamos, hay diferencias políticas de facciones, todo bien.

**CP:** El jueves estuviste en la ronda acá, ¿no? encontrar nietos es algo que, lo va a subir *Clarín*, cualquier medio, y todos van a la conferencia de prensa cuando las abuelas anticipan que pudieron recuperar un nieto, que eso tuvo que ver con la lucha de las abuelas, las madres y los medios que en ese momento empezaron a decir que era importante. Yo creo que en educación también es algo que se ha logrado, la educación pública. Creo que en Argentina hay pisos que tienen que ver con el peronismo. Hay derechos de los que cuesta muchísimo que se pueda avanzar (el macrismo está avanzando sobre la educación y la salud) pero sensibiliza de una manera que todos los medios lo toman, por más que después en lo concreto no.

**LS:** Es como que se gana cuando se gana la masividad, ahí se gana el sentido común, algo así. Creo que las marchas más importantes son esas, el 24 de marzo, conmemoración del último golpe de Estado, y sale todo el mundo a la calle, todo el mundo.

**CP:** Ya no avanza la marcha porque es tan grande que no hay forma.

**IM:** Sí, creo que es la fecha más importante.

**LS:** Con mayor consenso, y bueno, últimamente, el feminismo. Cuando se quiere amagar a tocar la educación pública también, creo que son las marchas más grandes.

**IM:** Sí, incluso en los '90 cuando avanzó el neoliberalismo, acá estuvo la carpa de los docentes, fue algo icónico, las marchas de la universidad pública.

**LS:** De la Rúa cayó por proponer un recorte en la educación.

**IM:** A veces no nos damos cuenta que tenemos educación pública, gratuita, salud pública, son conquistas muy importantes que incluso están habilitadas para extranjeros, eso es algo que a mí

me encanta me parece hermoso. Cualquiera que venga acá tiene un lugar para atenderse, donde estudiar. Después hay limitaciones por la plata, no cualquiera puede ir a una universidad, te maltratan, te acusan de que robas laburo, todas esas cosas horribles.

**Vi unos taxistas hablando sobre... ese taxista que me trajo acá es kirchnerista**

**LS:** [risas] ¡Son pocos!

**Ayer tomé un taxista y él hablando muy mal de la gente en situación de calle, diciendo que estaban ahí porque quieren, y que Cristina acostumbró mal a esas personas porque en vez de –el mismo discurso que en Brasil- enseñar a pescar le dio pescado. Ay.**

**CP:** Con los planes sociales también pasa mucho, que inclusive lo cuestiona la gente que votó a Macri y Macri es el presidente que más planes sociales dio para sostener, para que el descontento no saliera, mucho más que Cristina. Muchos planes sociales dieron, muchísimos y no se discute, se sienta en una mesa y le dicen los movimientos, “queremos 100 más”, y Stanley que es la Ministra de Desarrollo Social baja plan, plan, plan, que cada vez lo que intenta con esos planes es que sea más individual -antes eran más colectivos, cooperativas. Y ahora van a la persona porque saben que si no se organizan. Pero dieron una cantidad de planes en estos años de Macrismo que superan a los 10 años de kirchnerismo. Y el taxista seguro te va a decir “ah ellos daban planes”, y en realidad, si uno empieza a mirar estadísticamente fue el macrismo el que dio más planes sociales para que no haya marchas, también los movimientos sociales se calmaron mucho, porque tienen ingreso de dinero y es una tensión también. Eso es un debate que por ejemplo nosotras nos animamos a dar como medio, o a pensar, y problematizarles ese lugar a los movimientos, pero que también hay muchos medios que no dicen eso, porque los movimientos son cercanos. Hasta dónde.

**Cambiando de tema ¿hay alguna cobertura de *Marcha* que le gustaría destacar?**

**LS:** Sí. El libro que con la historia de Reina Marás, que escribimos nosotras y acompañamos mucho, que es una mujer boliviana migrante, estuvo detenida aquí en la Argentina por una situación de violencia. El marido era violento con ella y la que termina presa es ella, y estuvo 6 meses presa sin saber por qué. Ella no entendía el idioma porque hablaba quechua, porque era boliviana y no sabía el idioma, y estuvo presa sin saber por qué, hasta que se pudo lograr por el movimiento feminista que ella pudiera expresar lo que había pasado, y nosotras hicimos un seguimiento de esa historia, hasta que bueno, el feminismo la liberó, está libre, absuelta. Es difícil posicionarse en favor de mujeres que están, a priori, condenadas y eso la verdad que, lo mismo mujeres presas que están todavía, hay mujeres presas sin condena.

**CP:** O sea, se logró la revisión de la condena. Ella estaba condenada a perpetua y se logró la absolucón total.

## **APÊNDICE G - Entrevista com Carlos Sainz, integrante do coletivo *Emergentes***

**A entrevista foi realizada presencialmente em Buenos Aires, em 5 de julho de 2019.**

### **¿En qué año surgió *Emergentes*?**

**Carlos Sainz:** *Emergentes*, formalmente, nacimos en el 2016. El 24 de marzo que es el día en el que se conmemora el golpe de Estado, los derechos humanos el frente; el golpe de Estado el 24 de marzo hay una manifestación muy grande en Argentina, todos los años. No sé si conocés el caso de las marchas del 24 de marzo. Es un día de reflexión histórica, en ese sentido, es una fecha que elegimos en ese sentido. Y fue en el 2016 cuando recién asumía Macri, nacimos en este contexto.

### **En la página de *Emergentes* en *Facebook*, ustedes dicen que hacen nuevas narrativas contra la manipulación política de los grandes medios. *Emergentes* ¿surgió con este objetivo?**

**CS:** Nosotros entendemos que la disputa política por nuevos horizontes, que sean superadores de las condiciones actuales, la comunicación es un vehículo fundamental. Es un espacio, un territorio en disputa, como hay otros tantos. También está el campo de los derechos humanos, está el tema de los movimientos sociales, está el plano legislativo, el judicial...La comunicación entra en este espacio de disputa de sentidos necesarios para poder afrontar la situación contemporánea, actual, real para tratar de superarlas por otra mejor.

### **¿Cuántas personas forman parte del equipo de *Emergentes*?**

**CS:** Nosotros trabajamos en red. Tenemos una articulación diversa, así difusa también. Somos un grupo movilizador de cinco personas, que a lo largo del tiempo han ido cambiando en cantidad de personas, algunas de las personas también han ido cambiando. Pero la ideología, o el ADN [DNA] original, se mantienen intactos, que es este trabajo en red con colaboraciones externas, con distinto nivel de compromiso y de vinculación. Desde colaboradores puntuales, que sólo una vez aportan algo, o colaboraciones periódicas a nuestros productos, o pautas, etc.

### **¿Hay una jerarquía entre las personas?**

**CS:** Tenemos una forma de relacionarnos en la que todo se resuelve de manera consensuada en un ámbito de asamblea, en un ámbito horizontal. Pero después todo lo que son las responsabilidades, que necesitamos asumir en el día, para que el espacio exista y se vaya proyectando hacia los lugares a los que queremos ir avanzando, las personas tienen distintos niveles de responsabilidad según el nivel de disponibilidad que van ofreciendo y también la experiencia que pueda también ofrecer.

**Sí, pero las personas que son parte del equipo, ¿se dedican solo a *Emergentes* o tienen otro trabajo? Porque en Brasil es muy común que la gente que trabaja en la prensa contra hegemónica tengan otros trabajos afuera...**

**CS:** Nosotros empezamos trabajando todos con otros trabajos afuera. Venimos de distintos rubros, desde el periodismo, diseño gráfico, audiovisual, sobre todo la fotografía... esos son un poco los ámbitos de los que venimos las personas que somos parte de *Emergentes*. Lo que si consideramos que es importante para consolidar el espacio y que crezca es que cada vez más personas puedan vivir exclusivamente de esto. En este momento hay dos personas que sí viven del colectivo, solamente del colectivo, y una persona más, de las cinco que movilizamos el espacio, que recibe medio salario.

**¿Cómo cubren la sustentación financiera del colectivo? Hacen campañas en Internet?**

**CS:** Nosotros todavía no abrimos esa instancia de apoyo individual. Cada paso que damos tratamos de que tenga consistencia en ese sentido. La crisis que estamos atravesando en Argentina, en este momento no posibilita que sea un espacio de sustentación. Hemos ido mutando y tratando de adaptarnos en distintas formas, tenemos esquemas de colaboración para conseguir distintos bienes. Por ejemplo, el intercambio de trabajo o de diseño, o de ayuda en redes sociales con algunos espacios para que podamos trabajar en ese lugar o cuestiones de intercambio que hacen a la economía colaborativa, que facilita que disminuya el monto, el volumen económico del efectivo que es necesario para desenvolvernos. Pero si es necesario, vivimos en el capitalismo, tener una base concreta también. En ese sentido, nosotros ofrecemos servicios a movimientos sociales, a agrupaciones políticas, tanto de cobertura como de formación. Formación, cobertura y asesoramiento de imagen en campaña, que nos facilita de alguna forma esa sustentación.

**Veo que ustedes suelen hacer cobertura de las protestas *hard news*, día a día, a fuera de este tipo de cobertura más caliente. ¿Tienen sus tipos de cobertura más fría, reportajes más analíticos?**

**CS:** Depende del momento en el que...depende de las condiciones y las posibilidades del equipo. Creemos que a través de la estética, por un lado, y del *hard news*, del minuto a minuto, en la disputa con el tiempo real son dos de las herramientas principales con las que contamos para poder disputar posicionamientos, pautas... Creemos que el lenguaje de las redes sociales necesitan ese dinamismo pero no permite la discusión de ideas a fondo, entonces tratamos de que sea como un primer acercamiento con un público más amplio pero ahí no está entregado todo el desarrollo de la discusión política que queremos dar. En ese sentido, tratamos de abrir pautas de reflexión más prolongada, de otro tipo de profundidad analítica. No siempre nosotros nos posicionamos desde *Emergentes* para analizar una problemática sino que nos acercamos a los campos de disputa y a sus protagonistas para tratar de construir con ellos una narrativa conjunta, a partir de sus necesidades, por lo general.

**¿Hoy el colectivo es solo la página en Facebook, o hay otros medios?**

**CS:** Tenemos *Twitter*, *Instagram*, *Facebook*; y después de reservorio de algunos materiales, *YouTube*, *Flickr*. A *YouTube* todavía no la explotamos bien. Así como tratamos de hacer una lectura de cada red social, y tratar adaptarnos a los lenguajes locales de cada red, en el caso de *Youtube*, no estamos aprovechando las potencialidades que tiene, es simplemente un reservorio de materiales.

**En su opinión, ¿cuáles son los principales problemas en la cobertura de la gran prensa argentina? Por ejemplo, ¿cuáles son las voces debidamente escuchadas por esos medios?**

**CS:** El problema de la prensa hegemónica en Argentina, como en Latinoamérica y como en gran parte del mundo, es que es un instrumento más de los poderes políticos y económicos que se ponen al servicio de su sistema cultural para ser uno de los espacios de avanzada ideológica a través de la cultura, y a través de la información, de los conceptos que tratan de instalar, y no es un espacio de análisis, de crítica, no es un espacio de reflexión sobre la sociedad, o de demostrar qué es lo que está sucediendo sino que ellos imponen la agenda periodística

**Y en este sentido, los medios contrahegemónicos intentan cubrir estos espacios que no son debidamente explotados por la otra prensa.**

**CS:** Debería ser así de alguna forma...lo que pasa es que, en mi opinión, y también es parte de nuestra idea de entender este tipo de actividad, de disputa, es insuficiente hacerlo de manera tan atomizada como medios independientes. Creemos que siendo medios...*Emergentes* solo, *Marcha* sola, la *Garganta* sola; no pueden disputar ningún sentido cultural, solo puede alcanzar a una pequeña sección de la sociedad. Es necesario un trabajo más en red, más integrado, para poder avanzar realmente, y tratar de hacer un contrapunto real a todo lo que está sucediendo desde la información.

**¿Y hoy crees que esa integración no está hecha de manera suficiente?**

**CS:** No.

**En su opinión, ¿usted califica el trabajo de *Emergentes* dentro del horizonte de la prensa contrahegemónica? ¿Es un periodismo contrahegemónico?**

**CS:** Pondría en crisis la palabra periodismo hoy. Si es información contrahegemónica...Si es información, si es comunicación... la palabra periodismo hoy debemos analizar cuál es la función social del sujeto periodista, si es que existe todavía, si va acorde a lo que se estableció previamente, en la historia del periodismo, en lo que significaba. Hoy veo operadores mediáticos en función de ideología, más que individuos, sujetos, profesionales, con inquietudes profesionales críticas trabajando con la información.

**Que piensas del debate que tuvo la Argentina a partir de 2008, en la disputa entre periodismo independiente que *Clarín* y algunos medios decían hacer, y el periodismo**

**militante, que es un periodismo comprometido, que no tiene obsesión por la objetividad, que tiene una posición..**

**CS:** Para entender bien la pregunta, cuando hablas de que se disputan dos modelos de periodismo...por un lado el periodismo militante, que podes tener periódicos o canales o programas de televisión alineados al kirchnerismo, estás hablando de esto, y por otro lado prensa de grupos mediáticos que se dicen *Clarín* independientes como ... estás hablando de eso, ¿no?

**Sí, ese debate**

**CS:** Creo que ese es un debate falso, falaz. Porque creo que tan comprometidos ideológicamente estaban de un lado como del otro, lo que pasa es que el grupo *Clarín*, o la prensa hegemónica, tiene un trabajo sistemático de mostrarse como independiente, objetivo, agarrando esos valores tradicionales del periodismo, que hoy no tienen ningún sentido y ya no son vigentes. Nosotros en *Emergentes* no nos consideramos objetivos, tampoco. Creo que parte de este escenario moderno, si querés, de manejo de la información, que tanto se habla de la post-verdad, etc... Como decimos en Argentina, hacernos cargo de este debate, en el sentido de, nosotros cuando nos acercamos a una problemática social, nos acercamos porque estamos tomando una postura. Creo que cualquier periodista...en primer nivel uno de Periodismo... corregime vos que estás diplomada, cuando entrás a la carrera te explican que no hay palabras que sean objetivas, que no hay un titular que pueda ser realmente objetivo, todo está impregnado de subjetividad. Entonces creo que parte de esta actualización del gremio, o del periodismo, o del trabajo de la información, de la comunicación, es aceptar esto como premisa y después ideológicamente las personas se van alineando con distintos canales o vehículos de información con los cuales se sienten representados. Creo que estamos muy lejos de que exista una prensa objetiva, veo que la sociedad tampoco busca la prensa por esa objetividad sino por esa afinidad ideológica, cultural, identitaria...

**¿Emergentes es partidario?**

**CS:** No somos partidarios. Dentro de nuestra configuración ideológica, cada persona tiene perfiles diferentes. Partimos con una premisa más de horizonte que de praxis ideológica inmediata. Todos pertenecemos al campo progresista, democrático, la mayoría anticapitalista también, pero no estamos alineados partidariamente con ninguna agrupación. Sí tenemos alianzas estratégicas o tácticas, según el momento coyuntural. Nosotros buscamos la independencia, a parte nuestras alianzas, como te decía parte de nuestra sustentabilidad tiene que ver con movimientos sociales, con agrupaciones política, pero siempre lo hacemos desde la independencia de opinión o tratamos de establecer acuerdos donde las dos partes ganen y no nos comprometamos ideológicamente, porque sí estoy de acuerdo en que hay momentos de crítica posible ante situaciones en gobiernos progresistas. Si hay que ser cuidadosos en los momentos, porque muchas veces se puede favorecer al crecimiento de otras ideologías pero si no se cuida la visión crítica, de alguna forma se invisibilizan esas críticas, terminan

eclosionando otras visiones más radicales o más como lo que sucedió con Bolsonaro, lo que está pasando con Macri. No haber sido críticos con la corrupción durante el gobierno de los Kirchner, más allá de si Cristina robó o no robó, ella personalmente como individuo, es una cuestión que se tiene que probar en la Justicia, que tiene que seguir su curso; desde el poder, cuando ellos tienen el poder y están en el gobierno, digamos, si no hay una conducta ética demostrada donde a la militancia se habla, se le exprese, de manera categórica “no somos corruptos, trabajaremos en contra de la corrupción”, habilitás la posibilidad de que exista la corrupción y de que se utilice como herramienta destructiva por parte de otras ideologías.

**Lo que cambió con la llegada de Macri en el sentido de represión a los movimientos sociales. ¿Hay más represión?**

**CS:** Sí, el gobierno de los Kirchner, surge en el 2003, después de una crisis terrible, económica y social que sufrió Argentina, fue detonada en el 2001, 2002 fue uno de los peores años a nivel social, con revueltas constantemente, casi entran al Congreso, a la Casa Rosada, digo la gente. Hubo muchos muertos por parte de la policía...hay una diferencia con Brasil, que es muy notoria, que el proceso posterior a la Dictadura que se hizo en Argentina, la militancia sostuvo de manera muy férrea algunas disputas que algunas fueron ganadas y se sostuvieron otras discusiones de otra manera, por lo cual un muerto en la Argentina es discutido con una fuerza mucho más grande de la que se discuten los muertos en otros países de Latinoamérica y de los países periféricos.

**Si, el número de muertos aquí fue muy grande.**

**CS:** Sin embargo, en ese momento, hubo un número de muertos muy grandes que para los números de otros países periféricos, quizás, no son tan significativos. En Argentina hay un peso específico, político, que carga sobre cada uno de los muertos, que cuando asume Néstor Kirchner, después de toda esa crisis, es una decisión de Estado, no reprimir las manifestaciones del pueblo. Decir que eso se cumplió cien por cien, sería falso de mi parte, porque no es real, porque somos conscientes de que hubo represiones, hubo asesinatos por parte de la policía, porque las condiciones sociales en las villas, en la periferia, en los asentamientos más vulnerables, etc., fomentan la violencia y el intercambio de violencias entre bandas narco, policías, disputas de territorio, disputas políticas que tienen que ver con negocios, con economías subterráneas, etc. Hubo violencia institucional durante el periodo kirchnerista, ahora la bajada de línea por parte del gobierno era no reprimir a la población en las manifestaciones y eso cambió radicalmente la situación en la calle y no sólo hizo que bajaran los niveles de violencia institucional sino que fomentó también que la juventud sea más participativa de los procesos políticos. No existía tanto el miedo a la represión en las calles, entonces la gente se manifestaba más y se iban construyendo nuevos sujetos políticos.

Cuando asume Macri esto se elimina y empieza a cambiar la tendencia ideológica y política con estas decisiones. Ubica en el Ministerio del Interior a Patricia Bullrich que es una persona con vínculos directos con el Mossad, es una ex-montonera, es un personaje peculiar porque



viene de la guerrilla de los '70, una guerrilla peronista filo marxista, pero que a partir de la caída de la Dictadura, empieza a tener un derrotero cercano a la CIA, cercano a grupos de inteligencia, y tiene aliados tanto en Argentina como en el exterior que tienen que ver con el espionaje, etc. Entonces empezaron los niveles de compra de armamentos para la represión civil, subieron exponencialmente, se compraron mucho... empezó a haber represión y empezó a verse la disputa y a confrontar las tensiones de cuanto podía reprimir la nueva policía de la ciudad, la nueva policía nacional, en relación a lo que había sido el periodo anterior, siempre desde el Estado, tratando de marcar nuevos hitos de avance en cuanto a la capacidad violenta, represora, sobre la ciudadanía, y una negociación por la vía de la violencia con la ciudadanía, de "a ver hasta cuando podía resistir". El caso de Santiago Maldonado es un ejemplo claro, el caso de diciembre de 2017 es otro caso claro, con la reforma previsional, la providencia del Brasileño, donde en el marco de la Cumbre de la Organización Mundial Comercio, no sólo estaban aprobando una ley, la reforma previsional, que estaba en contra de la mayoría de la voluntad popular, sino que fue una escalada de violencia propuesta por el gobierno que terminó en esas imágenes que dieron la vuelta al mundo, pero fue una semana de distintas acciones por parte de las fuerzas represivas del Estado que terminaron en este estallido.

### **¿Incluso violencia, para las personas que hacen comunicación, como *Emergentes*?**

**CS:** Si, hubo criminalización de sectores de la comunicación, de la cultura...por ejemplo, el primer carnaval que tuvimos en Argentina en 2016, recién asumido Macri, hubo un caso de la policía de la Prefectura, que entró a una de las villas, a una de las favelas, y cuando un grupo, una murga, estaba ensayando...lo que sería una comparsa...estaba ensayando su baile para mostrar los días de carnaval, entró y empezó a reprimir a chiquitos de 8 y 9 años hasta 20, 30; y empezó a disparar indiscriminadamente. Las decisiones políticas que hay detrás de eso, para mí, para nosotros, son claras, de un ataque a la cultura popular. Entonces no sólo la comunicación...hay periodistas que están presos, hay directores de medios de comunicación que hoy están presos en Argentina, el director de *C5N*, por ejemplo. Las formulas que encuentran para meterlos presos siempre van a tratar de que no sean por la limitación de los derechos de la libre prensa sino que van a buscar hechos de supuesta malversación de fondos o impago de impuestos, etc. Pero lo cierto es que son personas que corridas de sus cargos de responsabilidad, en medios de comunicación y puestos en situación judicial. Lo mismo que ocurre con Lula, que por un departamento donde no hay una prueba concreta con la que se mete preso, buena acá tenemos directores de medios de prensa que están...

### **No sabía eso...**

**CS:** El dueño de *C5N* está en la cárcel. Hay más de tres mil despedidos, a lo largo de todo el macrismo, de trabajadores de prensa. Tres mil personas de medios de prensa tradicional, no contrahegemónica, fueron despedidas por distintos vaciamientos que hicieron... A lo largo del proceso de gobierno macrista, hay directores de canales de televisión que hoy están presos, hay tres mil despedidos de medios oficiales o de la agencia *Télam*, de diarios grandes, de *Clarín*...

### **¿Télam es la Agencia de Gobierno?**

**CS:** Nacional, sí. Hoy están en disputa, todavía. Hubo trescientos despedidos y hace unos meses, hace unos ocho meses, hubo trescientos cincuenta despidos, por las disputas sindicales consiguieron incorporar unas cincuenta personas, pero todavía hay trescientos afuera. Y así con distintos medios, algunos desaparecieron directamente, *InfoJus* por ejemplo, era una agencia, un medio de comunicación, de prensa oficial especializada, que era autárquica pero que era parte del Estado, lo eliminaron completamente para que no haya periodistas especializados en los temas judiciales. Hubo una estrategia muy ambiciosa, muy clara, también, y determinada de trabajar de que la agenda mediática, de tapar voces, removieron de su lugar a Víctor Hugo morales, uno de los referentes de la prensa kirchnerista, a Roberto Navarro, también lo sacaron de su lugar. Hace poco hubo papeles y escuchas que hablan de que fue una decisión empujada con presión desde el gobierno, directamente desde el presidente, para que Roberto Navarro no estre en ese canal de televisión porque tenían una cuota de pantalla muy grande. Ahora fundaron un medio en redes sociales que se llama *El Destape Web*, no se si lo conocés...

### **El Destape, sí.**

**CS:** Nace a partir del despido forzado de Roberto Navarro. Roberto Navarro, en ese momento, tenía las cuotas de rating más altas de la televisión y era de los pocos canales que estaba trayendo noticias que iban en contra de lo que estaba sucediendo, en contra de las voluntades del gobierno. Entonces sí, definitivamente hay un trabajo sistemático del gobierno para acallar voces, totalmente antidemocrático. La prensa hegemónica más progresista fue muy corrida, digamos, como que hubo un trabajo de presión muy fuerte para que no pudiera expresarse, y en la calle, la prensa alternativa, bueno, hubo muchas personas, trabajadores o militantes de medios alternativos que terminaron presos en manifestaciones.... balas de goma, sí, por supuesto.

### **¿Y también hubo recortes de la verba de la Ley de Medios para los vehículos?**

**CS:** Sí, la Ley de Medios se tiró para atrás. Todo ese proyecto que se había consolidado, a pesar de que nunca se había... el grupo *Clarín* puso frenos judiciales a la implementación completa de ese programa. Aun así, había abierto la posibilidad a destinar fondos y cuotas de televisión digital abierta y de internet, etc., para medios comunitarios, pero eso se limitó mucho. Hay medios alternativos que, por ley, tendrían que tener cuota en la Televisión Digital Abierta, y no se la están dando. Por ejemplo, el caso de *Antena Negra*, como para que estés informada también, es el caso de un colectivo audiovisual que tiene ganada... Tiene, por ley, designada una franja de radiofrecuencia digital, nunca se le fue aprobada, no solo eso, sino que entraron en sus oficinas, en su sede, y se llevaron documentación, se llevaron equipamiento, se llevaron computadoras, destrozaron todo, lo tuvieron clausurado un tiempo hasta que lo pudieron recuperar y cuando se lo devolvieron, estaba sin los equipos. Entonces hay un acoso constante contra los medios alternativos.

**¿Qué piensas de la idea de asociación de medios contrahegemónicos argentinos con otros de otros países de América Latina? ¿Acostumbran algún tipo de contribución, colaboración, con otros países?**

**CS:** Para nosotros es fundamental. Nosotros tenemos una visión global sobre las problemáticas sociales. Creemos que las problemáticas que atraviesan a Latinoamérica, particularmente, son muy similares, y se expresan de distintas formas, pero que hay muchos puntos en común, en los distintos lugares. Venimos de procesos complementarios y similares también, Venezuela, Brasil, Bolivia, Uruguay, algunos países de Centroamérica, Ecuador; lo que se llamó acá en Argentina esa “década ganada”, donde se despertaron, o se pusieron en marcha, algunos procesos culturales que nos atraviesan. Nosotros nos identificamos con todo eso, creemos que somos nuevas generaciones de eso, que tratamos de aprender de esa experiencia y proponer cosas nuevas que tienen que ver también con las redes sociales, tiene que ver con la comunicación, el trabajo en red nos parece fundamental, como decía, tanto en Argentina que necesitamos trabajar más en red para poder disputar realmente a un nivel más amplio, a nivel regional me parece que es fundamental también. En particular *Emergentes* sí tiene vinculación con espacios de otros países, en particular *Media Ninja* de Brasil, tenemos compañeros en Bolivia, Uruguay, Venezuela, en distintos países de Latinoamérica. Tenemos algunos dispositivos en marcha al respecto, sí.

**Y acostumbran aceptar colaboración de las personas comunes, que manda videos...**

**CS:** Sí, claro que sí. Creemos en la democratización de los medios, y de las herramientas...creemos en la apropiación de las herramientas que la tecnología nos permite abordar, que nos brindan la posibilidad de ampliar la capacidad.

**Porque hoy con un teléfono es posible hacer un video o diversos tipos de cobertura...**

**CS:** Incluso pensamos que, según qué temas, hay personas que tienen más legitimidad para hablar de esos temas que nosotros, como activistas o militantes, o colaboradores. Nuestra composición social, digamos, del colectivo, de *Emergentes*, somos chicos urbanos, de un extracto social definido, etc., entonces hay algunas pautas, algunos ejes temáticos, que nos interesan, que nos parecen necesarios visibilizar, de los cuales no nos sentimos legitimados para hablar entonces en ese sentido, esta posibilidad de las colaboraciones permiten poder hablar o canalizar, de alguna forma, otras pautas que si no, no tendríamos la forma de hablar, nosotros, en primera persona.

**En Brasil decimos “lugar de voz”. Por ejemplo, para hablar sobre lo que ocurre con los pueblos originarios o de una villa, si usted no vive en una villa...**

**CS:** Claro, exactamente, es eso. Tenemos una colaboradora, un varón trans, que es la persona que escribe cuando hay una manifestación contra los travesticidios o hay algo que está circulando con respecto a esa temática... Si nosotros queremos acercar a la visión sobre la

racialización de los cuerpos, tratamos de acercarnos a agrupaciones que tienen que ver con ese colectivo de trabajo.

**¿Tienen algunos frentes temáticos...por ejemplo, tienen un frente de Género, hay frentes específicos de cobertura?**

**CS:** Son temáticas que abordamos, sí. Digamos que son algunos de los ejes principales pero después hay capilaridades.

**Cómo fue la cobertura de la votación del aborto.**

**CS:** Fue en dos vueltas, digamos en diputados y senadores. En la primer vuelta nosotros nos asociamos con espacios de militancia compañeras, colectivos feministas de comunicación y coordinamos una cobertura donde se integraban también otros medios alternativos y en la primer vuelta, digamos, Diputados trabajamos unas 50 personas más o menos, frente audiovisual, fotografía, redes sociales, prensa, y de diseño gráfico también, y con esa primer jornada del 13 de junio fuimos, hicimos la cobertura de 27 horas casi ininterrumpida en la calle en el congreso. Y después la segunda del 8 de agosto también, fue más grande, ahí estuvimos en colaboración con la Campaña directamente, y éramos 92 personas trabajando en conjunto en los mismos frentes. Y en la segunda vuelta en el Senado, ya en alineación con la Campaña después de lo que había sido la primer vuelta y como había funcionado esa cobertura nos alineamos también con la Campaña y más personas, llegamos a ser 92 físicas. *Media Nina* por ejemplo nos ayudó en la edición de fotografía, por ejemplo. Así nosotros podíamos tener más cuerpos disponibles para vehicular las imágenes. Los dispositivos tecnológicos que venimos desarrollando en conjunto y que ellos también proponen, se pusieron a prueba en muchos de los momentos importantes que tuvimos.

## APÊNDICE H - Entrevista com Vivian Fernandes, coordenadora do *Brasil de Fato*

**A entrevista foi realizada presencialmente em 11 de setembro de 2017 na redação do veículo, no bairro da Barra Funda, em São Paulo.**

**Qual é o papel do *Brasil de Fato* diante do cenário que vemos não só no Brasil, mas em várias nações da América Latina, de uma mídia concentrada e oligopolizada?**

**Vivian Fernandes:** Eu acho que desde que o *Brasil de Fato* foi lançado, lá em 2003, daqui a pouco a gente completa 15 anos de história, ele sempre teve esse papel de fazer uma disputa contra hegemonia, trazendo a voz dos movimentos populares, dos setores oprimidos, invisibilizados. Então sempre foi sobre o Brasil fazer essa disputa de forma unitária, com diversos movimentos, setores, sujeitos que estão dispostos a construir essa outra sociedade, essa outra visão. Tem uma visão popular, mas também um projeto latino-americano dentro disso. Todo momento que a gente pensava a editoria internacional do *Brasil de Fato* ou articulações que a gente fosse fazer com outros meios de comunicação do mundo, a gente sempre tinha a América Latina como um centro. Se até olhar o quem somos ali do site fica bem demarcado isso, que a gente constrói esse jornalismo nosso, essa comunicação nossa, visando essa disputa de hegemonia, visando construir através da nossa narrativa o empoderamento dos setores oprimidos, outro olhar em relação à política, a cultura, cotidiano, tentando empoderar essas pessoas e trazer essa outra visão mesmo. Eu acho que a gente entra como meio de comunicação alternativo, popular para fazer a disputa, é isso o que a gente pretende. E ajudar não só a disputar, trazendo a denúncia ou desconstruindo um pouco do capitalismo selvagem que a gente tem, mas propondo coisas novas, propondo outro projeto. Vai dar voz também mostrando as partes positivas, de pessoas, de organizações do Brasil, da América Latina, que constrói outra forma de sociabilidade, outra forma de fazer política, que tentam pensar o mundo, como a gente pode mudar o mundo, para qual rumo esse mundo vai. Naquela época não existiam jornais que pudessem informar sobre os movimentos sociais. Por isso, foi de extrema importância criar um veículo com uma tiragem impressa significativa para o povo. A ideia de unidade, no início do jornal só foi possível, porque existia uma unidade da esquerda. Depois disso ela foi enfraquecendo

**Como vocês se organizam em termos de pauta? O que vira notícia no *Brasil de Fato*?**

**VF:** De maneira geral esse é o direcionamento da nossa linha editorial, o rumo que a gente segue, e aí o levantamento de pauta, como a gente faz essa linha de produção aqui dentro, se dá muito em parceria com movimentos sociais. A gente olha a grande mídia e fala "olha, isso aqui está enviesado, os movimentos populares fazem outra leitura em relação a esse fato". Então a gente tenta junto com os movimentos, buscar as fontes, buscar estudos que eles tenham produzido para trazer outro lado, outra visão que tenha rumo de construir outra sociedade. Então a gente desconstrói isso, mas ao mesmo tempo a gente faz aquilo que ninguém está dando de notícia. Tentamos buscar sugestão de pautas, estamos articulados com diversas organizações que mandam para nós sugestões de pautas. Agora vai acontecer, por exemplo, a Copa dos Refugiados. Então quem está na organização da copa entra em contato com alguém aqui da redação, que tenha mais proximidade, que tenha o e-mail ou telefone, e sugere essa pauta. Você quase não vê Copa dos Refugiados, com viés que empodere os refugiados que estão aqui. Também trabalhamos a pauta da agroecologia, a pauta da soberania alimentar, que é muito importante para o MST, por exemplo. Então eles sugerem de a gente fazer algumas matérias

sobre isso e a gente aqui dentro é uma equipe que não se organiza através de editorias, a gente tem algumas funções específicas. Por exemplo, tem coordenadores que estão no núcleo de pauta, que ajudam a definir, destrinchar essa pauta e organizar outros setores do nosso trabalho. Tem o grupo de editores e tem o grupo de reportagens. E dentro dos editores de reportagem tem um pessoal para rádio, um pessoal para vídeo, um pessoal para design, um pessoal para texto e aí as pautas elas são distribuídas diariamente. Então essas informações vão chegando, a gente vai tentando se organizar, vê o que a gente consegue fazer. Perto de outro veículo de imprensa alternativa talvez a gente seja grande, mas a gente ainda é muito pequeno para o tamanho das demandas que surgem para nós, e agente vai destrinchando. E tem algumas pessoas que elas são focadas em regiões, a gente tem dois correspondentes em Brasília, que ficam focando mais na cobertura da política nacional lá, ou outros temas que ocorrem na região, por exemplo em Goiás, que às vezes tem conflito agrário. Tem uma correspondente em Belém, que a gente acompanha o trabalho dela aqui de São Paulo. Trocamos ideia com ela em relação às pautas. Muitas pautas surgem de lá, ela tem contatos da região que passam para ela essas pautas e aqui a gente a ajuda a priorizar essas pautas e organizar o trabalho dela. E agora tem uma correspondente na Venezuela também. Vira e mexe a gente tenta mandar correspondentes para fora, é mais difícil financeiramente inclusive, mas nesse momento a gente achou que era importante ter alguém na Venezuela, então uma repórter que era do *Brasil de Fato* no Rio de Janeiro e já tinha vivido lá se sentiu confortável de organizar a vida dela para ela mudar do Rio para a Venezuela. Ela tá morando em Caracas, por seis meses. Depois a gente vai avaliar se damos continuidade a uma correspondente lá, mas a gente tenta no nosso fluxo de trabalho organizar isso. Tem um setor responsável pelo núcleo de pautas, então a gente organiza todas as demandas que vêm, quase que diariamente a gente tem reunião de pauta com equipe.

### **É um fechamento diário? Vocês não têm mais o impresso?**

**VF:** A versão impressa nacional terminou faz uns dois anos, e aí aqui nessa redação de São Paulo é tudo web. A gente já teve um jornal tabloide em São Paulo, focado aqui no estado de São Paulo, mas, por questões financeiras, ele deixou de circular. Mas a gente tem redação de jornais impressos que funcionam localmente e enviam conteúdo para o site. Temos em Minas Gerais, que é em Belo Horizonte, Pernambuco, em Recife, no Rio de Janeiro, capital, e em Curitiba, Paraná. Com uma possibilidade financeira viável, talvez tenhamos também em outros estados. Tem um grupo pensando se consegue trazer para Bahia o *Brasil de Fato*, tem um grupo na Paraíba querendo fazer, tem outro grupo no Rio Grande do Sul querendo fazer... mas é isso, a finança nossa não permite que a gente cresça da forma como a gente gostaria. Cada passo que a gente der tem que ser um passo muito consciente, porque para tentar e não ter efeito depois de alguns meses por falta de verba não adianta... Então a gente também trabalha com eles, só que eles funcionam com essa autonomia local. Eles repassam pra nós algumas coberturas e a gente faz conjuntamente também com eles. Então tem todo um sistema organizativo aqui para a gente dar conta dessas tarefas, que tem um “q” de jornalismo normal mesmo, tem editores, tem repórteres, cada um tem a sua função definida, mas tem também especificidades. Por exemplo, eu, que sou jornalista de formação, hoje em dia acompanho só os correspondentes, acompanho os setores de traduções, de produção internacional e também contribuo com a equipe de tecnologia. A gente é meio multitarefas aqui, não dá para uma só pessoa ficar focada em uma coisa. Por exemplo, um repórter ele não faz só rádio, ou ele não faz só texto, ele faz texto e rádio, ou quando precisar em algum momento tira foto também.

### **Então sempre que é possível vocês fazem uma cobertura multimídia?**

**VF:** Exato! E usamos alguns recursos tecnológicos para isso, a gente sentia muito antigamente que éramos reféns da tecnologia que estava aí, do Wordpress, de algumas plataformas de

publicação, de montar site... De uns dois anos e meio pra cá a gente vem criando com muitas contribuições de pessoas ao redor do mundo essa parte de tecnologia popular, que é desde segurança da web, - como a gente vê que cada vez mais a repressão vem aumentando, eu posso estar na rua andando com o meu celular e de repente a polícia me para e quer pegar meu celular, e tem informações que elas são sensíveis, nossa pauta, nossa linha, nossa forma organizativa... E aí a gente aprende como ter uma segurança em relação aos nossos equipamentos, os e-mails que a gente troca. Há denúncias que são muito deslocadas que a gente recebe aqui, que a gente não pode expor as fontes, então a gente vem criando desde essa parte até a parte de criar um site com nossa tecnologia de código aberto. A gente vem melhorando isso. Vem melhorando também a disputa nas redes sociais. Se você quer disputar comunicação, você tem que ir para as redes sociais, apesar de que tem uma série de limites que o *Facebook* através do algoritmo te impõe, mas você tem que estar nessa disputa. Então para disputar isso, a gente faz um conteúdo multimídia. Tem um repórter que a gente vem formando aqui, que as universidades também vêm formando, que é preparado para conseguir fazer essas múltiplas narrativas. Às vezes um texto vira uma infografia, ou vira um vídeo, ou eles são partes complementares dentro da mesma narrativa. A gente vem testando e aprendendo aqui na formação através desse sentido, esse repórter multimídia, e transmídia também.

**Mudando de assunto, o que mudou na forma de vocês reportarem do governo anterior (PT) para o atual (Temer)?**

**VF:** A nossa linha editorial sempre foi independente a governos, isso aqui em São Paulo ou qualquer outro estado, mas é claro que a gente tem dentro da linha certas políticas públicas, ou certas leituras que fazem mais sentido com alguns pontos de ação dos governos anteriores, o de Dilma e o do Lula. Então, por exemplo, a questão internacional da integração latino-americana, dessa guinada que o governo Lula deu para privilegiar mais as relações entre os blocos do sul. O Temer veio e desmontou tudo isso. Então, antes, a gente tinha pautas positivas para falar em relação a algumas ações que o governo vinha fazendo, hoje é difícil, porque fica aquele jornalismo triste, a gente só fica denunciando. Estamos em uma trincheira maior de resistência agora. Apesar de que em algumas políticas, como a reforma agrária, a Dilma não andou em nada. O número de assentados no governo dela era similar ao de governos de direita, apesar de que para alguns assentados, algumas políticas de agricultura familiar ela desenvolveu... então a gente sempre tenta fazer essa independência em relação ao governo para analisar as políticas. Analisar o que de fato aquilo está de acordo ou está em desacordo com as nossas leituras de movimentos populares. A gente sempre entrevistava dirigentes de movimentos sindicais, então o número de pautas negativas aumentou com esse governo, é uma tristeza, a gente até comemora uma sugestão de pauta feliz, alegre e positiva, porque antes a gente até tinha o que falar sobre isso, e hoje a gente tem uma maré de derrotas. Cobrir Brasília agora é cobrir um golpe atrás do outro. É inversão de pauta no congresso, é aquela reforma política que, na verdade, é eleitoral, que desde a crise não consegue passar lá, tem o acesso mais difícil à informação hoje em dia. Antes a gente pedia alguma informação e normalmente a recebíamos. No Ministério da Saúde por exemplo. A gente fez uma cobertura grande dos Mais Médicos e conseguimos acessar a informação. Agora esse governo bloqueia de qualquer forma, porque ele não quer criar essa imagem negativa, de corte nas políticas públicas, e ele corta tudo. A gente tá acessando muito mais o modo jurídico. Então tudo o que a gente tenta pedir agora, até do governo Dória, é tudo através de Lei de Acesso à Informação [LAI]. Que bom que foi criado esse mecanismo, porque, se não fosse ele, não conseguiríamos, Muitas pautas nossas travam, porque a gente tem que acessar a informação, dado bruto, pra gente conseguir analisar. E aumentou também o número de processos que a gente sofre. Se a gente faz uma crítica, uma denúncia a um parlamentar do Paraná, a gente até ouve eles, tenta acessar, buscar a informação,

e eles falam que não querem. Daí a gente fala que o parlamentar foi procurado pela reportagem, mas preferiu não se pronunciar. E aí ele manda um processo atrás da gente, e é um processo que ele vai perder. Teve outro caso que a gente seguiu com rigor jornalístico consciente para a gente não levar processo, mas agora parece que a direita está muito mais pra cima, muito mais raivosa e quer vencer a gente pelo cansaço. Seja nesse tipo de jornalismo ou nas redes sociais, a nossa equipe tem que lidar com muito ataque que vem. Uma vez eles entraram na nossa página do *Facebook* e mudaram as nossas informações. Daí na mesma hora a gente teve que agir, tirar todo mundo de editor, todo mundo mudar a senha, todo mundo teve que ter um cuidado maior com qual dispositivo deixa logado a conta do *Facebook*. A gente fica aqui em uma casa, em um bairro da região centro-oeste da cidade de São Paulo e às vezes ao final do dia vão ter três pessoas trabalhando aqui. Então vamos supor três jovens aqui trabalhando, fecharam a porta, mas como já vinha há algum tempo acontecendo ataques a sede de sindicatos, de partidos... A gente pensou: imagina se em algum dia a gente está aqui, à noite tô eu mais duas meninas, chega um grupo de pirados aqui e tenta invadir a casa? Então tem esse tipo de vivência aqui dentro do trabalho que a gente sente que mudou. As pautas estão mais negativas, a gente não teve uma dificuldade tão grande financeira porque nem no governo anterior a gente conseguia acessar muita publicidade, então é até uma crítica que a gente tem em relação a democratização da publicação, que tanto no governo Lula, quanto no governo da Dilma isso não andou. Criaram a EBC [Empresa Brasileira de Comunicação], mas resto não teve muita coisa não. Mas eu sinto que hoje o governo Temer vem tentando, e a própria grande mídia ela vai tentando minar as fontes de recursos de muita mídia alternativa independente, então antes se tinha dois repórteres, agora só tem um e olhe lá, porque está difícil acessar. A gente tem que buscar auxílio financeiro em projetos internacionais para conseguir se manter, porque fechou muito a pauta democratização, do acesso aos recursos de publicidade estatal. Essa vivência das pautas negativas, o acesso às fontes que o governo não libera, parece que se naturalizou o cerceamento da informação por parte de órgãos públicos. E isso a gente vai para o mato, vai com equipamento de segurança, a gente tem vários casos de jornalistas, de colegas, que perdem o olho, perdem a visão... Muita gente aqui na redação que vai para a rua já foi atingida por bala de borracha, já levou pistolada na cabeça e vai denunciar pra quem? Eles sabem que a gente tem dificuldades financeiras e que se quebrar o equipamento, ele vai fazer falta. E tem estados em que a violência sempre foi constante, como no Pará. Nossa correspondente lá é uma menina. Ela foi cobrir Pau D'arco, a gente não tinha muito dinheiro para mandar outra pessoa, então ela foi meio que articulada com os movimentos de lá, para não ficar sozinha, mas ela ligava para um dos coronéis, sargento da operação e cagava de medo, porque, se digitar no Google, é uma menina que anda de ônibus para cima e para baixo. Ela não tem aparatos de segurança, não tem uma redação em que ela trabalha, ela trabalha muitas vezes em ONGS, movimentos parceiros, mas é um receio, um cuidado maior com a segurança, então por isso que a gente trabalha muito esse tema da segurança digital, e também dessa segurança nossa, do cuidado com outro aqui, porque eu sinto que de um governo para outro isso mudou bastante, não é que a polícia ficou mais violenta, mas agora eles não têm vergonha de serem violentos.

**Alguns críticos da mídia contra hegemônica falam que falta um pouco a independência. Há esse questionamento em relação à credibilidade, em função de alguns veículos estarem ligados a um partido. Como vocês fazem para se policiar, para manter esse distanciamento?**

**VF:** A gente não quer se distanciar, o termo independente que eu usei para me referir ao governo é para demarcar um pouco a palavra, de que a gente não é parte nem de um governo e nem do outro, mas a nossa linha editorial é ligada aos movimentos populares, aos movimentos urbanos, à Via Campesina, aos movimentos que são parte da Frente Brasil Popular. A gente não tem



receio e não quer se distanciar disso, porque, na minha visão, existem dois tipos de jornalismo construídos ao longo da história aqui no Brasil, ou até na América Latina. Um jornal de jornalistas, que aí eu acho que o termo independência pega muito, mas independência em relação a quê? Eu acho que é um jornalismo muito mais personalizado no fulano, no cicrano, no beltrano. Na época da ditadura militar muitos jornais como *O Pasquim* e outros tinham uma linha editorial na cabeça deles muito independente, mas, na verdade, ela preservava um status liberal do jornalismo, do jornalista não trabalhador. Eu gosto de me ver como uma trabalhadora da imprensa, porque isso não me diferencia em relação a nenhum outro trabalhador, e não é demérito nenhum ser um trabalhador. E aqui a gente trabalha no jornalismo, a gente gosta de usar os termos alternativo e popular, porque eles dão um caráter mais contra-hegemônico. O Diogo Mainardi se acha independente, porque ele é um jornalista que tem o blog *O Antagonista*, que não é ligado a nenhum governo, a nenhuma empresa, e ele no blog dele sempre escreve o que quer de forma independente. A linha editorial dele é de direita, do capital financeiro, tem uma série de opções jornalísticas para construir a linha editorial. Aqui a gente é parte de um projeto, é parte de um movimento para construir a história junto com movimentos populares, com forças progressistas. Trabalhamos e desenvolvemos as pautas que estão dentro desses movimentos e trazemos outras desses setores invisibilizados. Às vezes eles não estão organizados, então a gente também tem que falar sobre isso. Mas eu acho que a gente é contra hegemônico, a gente desenvolve, seja na leitura jornalística, mas no convívio humano aqui dentro da redação, no trazer profissionais que não seriam contratados por outras empresas, seja pela opção política, ou por ser negro, ou por ser lésbica, trazemos esses profissionais. Então a nossa prática, a nossa publicação é contra hegemônica, e ela é popular, porque a gente está ligada aos movimentos populares, então eu não tenho uma preocupação de ser independente a todos e todas, e também não é que em função disso eu sou dependente. A gente constrói dentro dos critérios de noticiabilidade, de condução jornalística, de ouvir o outro lado. Não é por isso que a gente vai negar as "questões" liberais do jornalismo, porque pra nós elas ainda fazem sentido, porque você trazendo o outro lado, trazendo uma complexidade em relação àquele tema, complexidade não é escrever difícil é trazer questões profundas da política, da economia, da cultura de uma forma simples e objetiva para o leitor se formar ao longo desse processo, lógico que tanto os leitores quanto os ouvintes não estão aqui fazendo a construção com a gente, mas a gente tenta trazer para ele essa participação na construção daquela realidade que ele lê nas nossas matérias, então a gente trabalha nossa linha editorial por aí também. Agora a questão do independente para mim é um conflito entre jornal de jornalistas e jornal de partido ou de movimentos, o *Pasquim* era um jornal de jornalistas, então eles não precisavam usar o termo independente, o *Opinião* e o *Movimento* eram ligados a estruturas partidárias, então os independentes olhavam para os alternativos e falavam assim: "Vocês são via de correio de transmissão de partidos". E aí os ligados aos movimentos falavam: "E vocês constroem o que querem com egocentrismo". Na real, pra que ficar debatendo isso? Pro contra hegemônico, todo mundo é amigo, a gente constrói tudo junto. Óbvio que cada um no seu espaço, a gente tem controle, a gente constrói o que é do *Brasil de Fato*, a gente tem parcerias com todo mundo, mas esse é o nosso caminho, eu não gosto muito da polêmica de "ser independente".

### **As pessoas divergem muito sobre esse conceito...**

**VF:** Sim, e se você quer construir um jornalismo que só exalta o PT, o Lula, a Dilma, os governos deles, é um direito seu, o jornalismo é um campo de batalha, um campo de disputa e não é só o time A contra o time B. Dentro do time A tem uma série de divisões, dentro do time B tem uma série de divisões, nem sempre a *Record* concorda com a *Globo*, eles não são um bloco hegemônico no sentido escandalizado, nem a imprensa alternativa popular é escandalizada, cada um tem a sua opção. E se o pessoal X quer concordar, seja porque o diretor

é do PT ou coisa do tipo, ele está no direito dele de fazer isso. A questão é ser transparente em relação a isso. Por exemplo a Folha dissimular que é apartidária é um absurdo... apartidário nem torcedor de futebol é... em que ser transparente com isso. Se quer construir a linha editorial dessa forma, quem sou eu para julgar. Eu acho que a gente briga muito entre a gente, acho que é mais fácil você brigar com o seu irmão do que brigar com o seu amigo, você conhece o seu irmão, é mais fácil brigar com ele. A gente briga entre nós em vez de focarmos em quem realmente tem uma visão distorcida, que está construindo outro projeto que é conflitante com o nosso. O campo de disputa é esse, é o A contra o B, mas ficar brigando entre os mesmos times é bobeira. A grande mídia não faz isso, quando chega um conflito na frente deles eles olham para o Instituto Milênio e falam que a linha editorial é aquela, vamos aprender com eles.

### **O *Brasil de Fato* tem parceria com outros veículos contra-hegemônicos da América Latina?**

**VF:** Dentro da história do *Brasil de Fato* sempre teve essa construção alinhada com movimentos ou meios alternativos da América Latina. Ela foi variando, porque as forças da América Latina foram se modificando. Se você pegar o Paraguai, por exemplo, há dez anos a força progressista era em torno do ex-presidente de lá, existiam movimentos populares ou meios que estavam em torno desse projeto mais ligado ao momento que o presidente estava. Depois do golpe aquilo já mudou tanto que as pessoas daquele movimento não estão mais atuando. Então vai mudando os movimentos, as estratégias. Tem um país que está mais em foco agora, depois muda para outro... mas a gente tenta sempre trabalhar a visão dos movimentos populares desses países. Por exemplo, trabalhamos muito em conjunto com a Via Campesina, que é uma organização que congrega movimentos do campo de todo o mundo. Se ocorre um conflito agrário na Guatemala, a grande mídia normalmente escreve algo como "conflito deixou saldo de 5 mortos". Daí a gente vai descobrir que os cinco mortos eram cinco camponeses, eram cinco sem terras, eles mascaram a informação. Quem matou os sem terras de lá? A gente tenta acessar a informação, por exemplo, através da organização da Guatemala que faz parte da Via Campesina, que é a CUC, o movimento do campo mais importante da Guatemala. Então a gente tenta acessar esse tipo de informação, ou entrevista eles, ou traduz alguma nota que eles publicaram, faz uma cozinha em relação aos fatos. Sempre buscamos uma linha editorial assim. Aconteceu alguma coisa em algum país? A gente vai ver qual a força progressista que está mais próxima desse campo que estamos, que tem uma leitura que a gente acha interessante trazer para o público daqui. Uma vez fiz um estudo sobre os acordos de paz na Colômbia. Toda vez que aparecia notícias sobre as Farc [Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia] na *Folha de São Paulo*, o texto nunca trazia uma fonte de dentro da organização, era sempre o governo ou fontes internacionais falando sobre. Era sempre a organização matando, parecia que era aquilo, uma guerrilha muito louca, que vivia na selva e saía matando alucinadamente, não tinha projeto, não tinha nada, era um monte de doido. O que a gente faz é olhar para as Farc e analisar onde tem contradição, buscar analistas que concordem ou discordem em determinados pontos, ouvir fontes locais e tentar acessar movimentos populares que tenham contato com as Farc. Tentar ver as publicações da organização e tentar pegar a voz oficial do governo da época, então a gente tenta também mostrar o contraditório dessa notícia, esse é o comportamento jornalístico nosso para lidar com esses temas. Da questão da articulação, cada ano passou por uma movimentação. Nesses anos mais recentes, desde 2015, a gente teve a oportunidade de realizar, enquanto *Brasil de Fato*, junto com o setor de comunicação do MST e também com a Alba Movimentos, que é essa articulação continental de movimentos populares, um encontro de meios de comunicação aqui na Escola Nacional Florestan Fernandes, que é uma escola de formação do MST, que fica em Guararema. Então a gente chamou uns 30 veículo de comunicação de todo o continente, para se conhecer, porque às vezes é aquilo, né? Você entra

no veículo da Argentina, mas não sabe que é a Camila, não sabe que é o Renardo, a Nádia... A gente trouxe o Renardo para representar, fazer discussões, acho que foram uns três ou quatro dias, a gente trouxe gente dos Estados Unidos, alguns ficou mais difícil. O Caribe é mais complicadinho, a gente não conseguiu trazer Haiti, mas trouxemos outros. Organizamos isso. Existe um grupo no *WhatsApp*, um grupo de e-mail que a gente troca informação entre nós. O *WhatsApp* deve estar com 180 pessoas. Às vezes é gente de movimentos que quer passar pauta: “olha, essas são as notícias que a gente traduziu do espanhol”. Trocamos muita coisa. Não temos um contrato firmado com nenhum especificamente, mas existe aquele acordo de parceria. A maioria a gente só precisa traduzir e mandar para o outro, buscar uma fonte... então tem meios de rádio, por exemplo, que perguntam quem no Brasil pode dar uma entrevista para a rádio X, tal hora, em tal lugar. Daí liga para alguém do Brasil e faz, existe essa troca constante. Alguns entram, outros saem, alguns participam só de uma reunião e nunca mais aparecem. Cada país tem sua dificuldade. No Paraguai, por exemplo, a gente não tem ninguém de meio de comunicação, mas temos as meninas da comunicação da Conamuri [Organización de Mujeres Campesinas e Indígenas Conamuri], que é uma entidade agrária de mulheres camponesas, e tem outra companheira que é pesquisadora. Há países em que a gente ainda tem lacunas, outras ilhas do Caribe, agora que chegou Porto Rico no grupo. Então a gente tenta ir construindo esses laços para a gente ter acesso a informações que não teríamos condições de saber, se não fosse por essa rede. Óbvio que a quantidade de informações é muito grande, a gente não dá conta, ainda mais eu que gosto dessa área. A gente desenvolveu pra caramba isso, mas tem um pouco essa dificuldade. Se tem algo para nós nesse horizonte de integração latino-americana de articulação ele é muito a Alba Movimentos, a gente tem esse grupo, Vozes da Alba, que traz um pouquinho esses meios de comunicação. A gente quer crescer também para outros países. Recentemente começamos uma aproximação com a África do Sul, com a Zâmbia. O idioma ainda está sendo uma barreira para nós, até porque dentro desses países se falam muitos dialetos, algumas pessoas lá têm que saber falar inglês, pra gente conseguir falar inglês com eles. Também temos tentado nos aproximar da Índia, só que a gente ainda não conseguiu alguém que traduza português/inglês, tem um novo colega para ajudar um pouco nessa tradução e contextualização de temas. Semana passada foi assassinada uma jornalista, no campo popular lá na Índia, é muito difícil entender a situação, porque a esquerda de lá é muito diferente, a política de lá é muito diferente, tem o lance das castas, é muito complicado a gente entender. É muito mais fácil a gente entre nós latinos aqui. Mas entendemos que essa integração é latino-americana, mas é internacional também, então a gente tenta trabalhar isso. E é legal quando a gente vê a nossa informação crescendo e se tornando referência. Recentemente eu estive na PUC [SP] com os estudantes do 4º período e eles falaram que foram acompanhar a cobertura da Venezuela pelo *Brasil de Fato*, porque era um dos poucos meios que tinha correspondente no local, cobrindo a constituinte. Estávamos com duas pessoas lá. A *Folha* acho que estava com uma. As grandes agências também tinham pessoas lá, mas eles passavam um discurso pasteurizado da direita, que o Maduro é muito louco, a população não quer o governo e pronto. Simplificam tudo. Na real não é assim. Não existe uma direita, existe um grupo de direita. É bem mais complexo. A gente tenta trazer esse tipo de informação.

### **Qual é o público do *Brasil de Fato*?**

**VF:** O consumo de mídia no Brasil é dividido por classe, então, vamos supor, todo mundo tem *Facebook*, ok? Então a gente já fez essa pesquisa... quem curte a página do *Brasil de Fato* tem formação que varia do nível superior para pós-graduação e está mais localizado na região centro sul do país. Temos pouca incidência de público do Norte/Nordeste. Com relação à faixa-etária, tem muito velhinho, mas a audiência começa a crescer entre os mais jovens. A gente fez o teste e entendeu os motivos. Os textos do *Brasil de Fato* são muito cabeludos, nem eu dou conta de

entender o que a gente escreve, porque estamos falando muitas vezes para iniciados. Às vezes a gente fala que precisa parar de querer ser intelectual dentro do jornalismo e ser mais didático, fazer um jornalismo que seja explicativo, usar uma infografia, fazer um vídeo... Distintas plataformas, distintos formatos. Mas ainda assim o público da internet é um público um pouco mais elitizado, então o que a gente constrói aqui é que cada conteúdo encaixa em uma forma, um meio, uma plataforma. Quando a gente fez a opção de parar com a circulação do jornal nacional, foi porque ele já estava muito um jornal de militância, falando entre iniciados, então ele não cumpria aquele objetivo inicial de chegar ao povo e dialogar com o povo. Então a gente foi para uma linha de construção de jornais tabloides, como *Metro* e *Destak*. Neles podemos usar linguagens mais simples, mais objetivas, tenta dividir melhor os temas, não precisamos dar conta de entender tudo de uma vez. Então na Venezuela é um texto só. Hoje vem uma parte, depois vem outra, a gente acompanha alguns temas, simplifica-os, trazendo uma infografia, trazendo esporte, cultura, entretenimento. Tentamos variar isso. E o público que lê o tabloide é diferente do que acessa o site, a página no *Facebook* e o *Twitter*. Minha mãe, minha avó, meu pai não têm *Twitter*, então não adianta eu focar nessa mídia. O povo pega metrô às 5h da manhã e às vezes não tem o 3G no celular para ler as notícias, então o que ele vai pegar é o tabloide, que está ali gratuitamente na mão dele. E se ele quiser mais informação, vai ler o site, mas ali ele já tem a informação dentro do tabloide. Não conseguimos fazer pesquisa de público dos leitores do tabloide, mas, pela escolha dos locais de distribuição, entendemos que são pessoas populares, geralmente do setor de comércio. A gente não distribui muito em zonas industriais, mas o pessoal da periferia pega terminal de ônibus, pega barca no Rio de Janeiro, está na Central do Brasil. É onde está o jornal. Então a gente foca em distribuir e chegar naquele público. Mudamos a linguagem, mas não as fontes. Continuamos entrevistando movimentos populares, especialistas, personagens. Aumentamos muito as entrevistas com personagens, porque a identificação humana é muito bacana. Tem outro braço nosso que trabalha com rádios. Começou com a Radioagencia Noticias del Planalto (NP). Hoje é a rádio agência *Brasil de Fato*, que chega onde só o rádio alcança, ou onde financeiramente é possível chegar. A gente não tem grana para fazer TV e nem possuímos concessão, mas conseguimos chegar em uma emissora de rádio do interior do Pará, ou do interior do Rio Grande do Sul, ou qualquer emissora, oferecendo uma notícia já montada. Publicamos a mesma notícia de uma forma no tabloide e de outra maneira no site. E fazemos a versão radiofônica dela. Pegamos as vozes das fontes, dos personagens e locutamos. Criamos uma fonografia mais agradável e ligamos para uma emissora ou mandamos por *WhatsApp* ou por e-mail. Oferecemos o conteúdo pronto, e a emissora de rádio, que normalmente não tem jornalista, aceita. Não temos controle para fazer a análise de público de uma emissora, nosso público da agência é o público da emissora. Então supomos que essas notícias que a gente produz chegam em diferentes locais. A gente manda para as emissoras, mas elas circulam muito por *WhatsApp*. Tem uma história que eu sempre gosto de contar de quando a gente fez a versão de rádio e mandamos para as emissoras. Temos uma lista de transmissão de *WhatsApp*. Mandamos sempre o texto e o áudio, que é para as pessoas descarregarem no celular. Minha tia, que mora em Dourados (MS), mandou uma mensagem para a minha mãe dizendo que chegou um áudio para ela e era eu quem estava falando. Então circulou de uma forma surpreendente, chegando na minha tia! A gente fez uma entrevista com a Dilma e teve muitos downloads dela. Então juntamos o público da rádio e do tabloide, com o da internet, que é muito elitizado. A gente vai esperar que as pessoas se formem na faculdade para ler o *Brasil de Fato* ou vamos trabalhar com múltiplas formas de divulgação do conteúdo para conseguirmos chegar a toda população? Preferimos o segundo jeito. E todas essas formas de comunicação levam o nome *Brasil de Fato*, mas focando na especificidade da linguagem jornalística de cada plataforma. E até trazendo temas difíceis. O tema da América Latina é difícil tratar no tabloide, mas a gente tenta, faz um infográfico, por exemplo. Vamos

tentar, aprender e chegar, para daqui um momento as pessoas se formarem, se engajarem e fortalecerem a luta.

**Desde quando você está aqui? Qual é a sua função?**

**VF:** Acho que foi 2011... comecei na rádio agência NP. Trabalhei um ou dois anos e vim para o *Brasil de Fato São Paulo*, em 2013. Fiquei um ano e pouco e depois, em 2015, vim para o site do *Brasil de Fato*. Eu já passei pela reportagem, fui subeditora, editora e, nesse exato momento, cuido da parte de internacional do *Brasil de Fato* e de outros projetos que temos. Faço tradução, penso em pautas, trago pautas de outros países e levo pautas do Brasil para outros países, seja com vídeo, gravando entrevista em espanhol, pra gente fazer esse intercâmbio mesmo. Estou com a parte de correspondentes e com a parte de apoio de tecnologia, que desenvolve site, segurança da internet. Hoje estou mais na função de coordenadora, que de repórter e editora.

**Vocês se mantêm com quais recursos?**

**VF:** A gente tem múltiplas entradas, seja através de publicidade ou recurso estatal. No site tem publicidade de governos. As empresas públicas pararam de anunciar agora com o Temer. Às vezes uma prefeitura progressista, como a de Maricá, mantém o apoio. Temos o apoio também de governos estaduais ou federações, sindicatos, mas, além disso, contamos com o auxílio de movimentos populares. O aluguel a gente paga mais barato, porque a casa já foi secretaria do MST. Isso faz diferença no orçamento. Estamos tentando multiplicar as vias de financiamentos, porque, quando fechar uma porta, teremos outra sustentando. Também acessamos projetos de fundações internacionais e estamos tentando criar um grupo de assinantes.

## APÊNDICE I - Entrevista com Amanda Rahra, cofundadora da *Énois*

A entrevista foi realizada por intermédio de videochamada na plataforma *Zoom*, em 10 de julho de 2020.

### Como nasce a *Énois*?

**Amanda Rahra:** Eu fazia uma revista que acho que ainda existe. Era uma publicação distribuída na Droga Raia, chamava-se “Sorria”. Então eu fui fazer uma entrevista para essa revista em uma ONG chamada “Casa do Zezinho”, que fica entre o Capão Redondo, o Jardim Ângela e o Jardim São Luiz, ali no Campo Limpo, no Jardim Maria Helena. Ali eu entrei em contato com jovens da comunidade. Quando eu voltei pra redação, falei com a Nina e com a Laura, duas amigas. A Nina, que é minha sócia até hoje, já falava de montar algo comigo. E aí ela falou pra gente fazer um trabalho voluntário com os jovens. Mandamos uma proposta de fazer um fanzine com a moçada, e aí, em janeiro de 2009, a gente começou uma oficina de fanzine. A ideia inicial era termos cinco finais de semana de encontros e fazermos um fanzine, porque a gente queria passar as técnicas jornalísticas para os jovens, mas queria que eles trabalhassem o conteúdo de uma maneira fácil, acessível e que desse para distribuir. Você quer escrever pra três pessoas, três mil curtidas? Não, a gente quer três milhões. Não adianta nada você fazer uma reportagem maravilhosa, se você não pensar na distribuição. Isso é uma coisa que a gente fala muito e pensávamos nisso desde aquele momento. Eu hoje coordeno o eixo de produção e distribuição da *Énois*. Não dá pra fazer nada sem a gente gastar o mesmo tanto de energia que a gente gasta fazendo, distribuindo, senão a gente não fala com ninguém. E aí não é jornalismo, é só uma comunicação de um grupo de *WhatsApp* ou um diário. Por mais que você faça uma reportagem belíssima, se você tem pouco acesso, pra gente não é que não vale. É preciso ir além. Mas voltando ao início da *Énois*, a gente começou com cinco jovens, sendo que havia 30 inscritos. Quando a gente chegou lá tinha só cinco jovens na sala e foi muito engraçado, porque ficamos frustradas. Tínhamos pesquisado e separado coisas pensando em dinâmicas para 30. Mas foi muito doido, porque como havia só cinco, a gente sentou em volta de uma mesa e começou a falar. E aí a gente viu o quanto que aquela moçada estava afim de produzir jornalismo, o quanto aquele espaço era um deserto de notícias, ou seja, uma área onde a notícia não chegava, a não ser revistas de bolo e de fofoca. Então a gente entendeu rapidamente duas coisas: a primeira é que lá era um deserto de notícias e a segunda é que redações estavam muito homogêneas, muito pouco diversas e podíamos pensar numa iniciativa pra mudar isso. A gente tinha uma galera que não era noticiada, não produzia notícias, não servia nem de fonte. Pra mim foi uma oportunidade de cruzar a ponte, de eu sair da minha zona de conforto, que era esse lugar de privilégio, de mulher branca, do centro, estudada, que fez a Universidade Federal de Santa Catarina, então é, seria sobre a diversidade da cidade e das pessoas dentro do jornalismo. E aí comecei uma desconstrução mesmo, acho que de tudo o que eu aprendi na faculdade, que a gente é repórter, a gente entrevista e está tudo certo... Acho que não, não dá para a gente enganar a turma que vem por aí dizendo que eles vão repórteres da *Globo*, né? Então a gente sempre trabalhou da pauta à distribuição, passando por educação financeira, porque viver de freela é complicado. Se você faz um freela para o *UOL*, por exemplo, você demora 60 a 90 dias para receber. O jornalismo perdeu esse lastro com a realidade, ou nunca teve. Então a gente precisa territorializar, regionalizar e distribuir. A gente fala muito que a gente quer abrir a caixa... A gente não é um veículo, então acho que isso é importante também, é o que diferencia a gente, por exemplo, do *Alma Preta*, do pessoal da *Agência Mural*, do *Periferia em Movimento*, da *Ponte*, da *Agência Pública*... A gente não é um veículo, a gente é uma escola. Então o que a gente faz na verdade é trabalhar com a formação

dessa juventude, dessa moçada que está adentrando o jornalismo desde agora. E forçar as redações. Desde aquela história na Casa do Zezinho que a gente acha que tem que abrir a caixa preta, de como que faz o jornalismo, qual o código que precisa ser aberto e a caixa forte, que é como ganhar dinheiro com isso. Como que a gente ganha dinheiro com o jornalismo? Isso é uma coisa importante para a gente ter democracia, para a gente ter acesso aos serviços. O jornalismo serve muito para subsidiar as escolhas do dia a dia das pessoas, então a importância disso é vital. A gente fala: "Pô, precisamos distribuir cestas básicas". Mas agora tem tanta gente distribuindo cestas básicas, então é como a gente distribui informação relevante nesse lugar também. Essa história na Casa do Zezinho, nesse primeiro ano foi voluntário. A gente acabou não fazendo o fanzine, mas a moçada foi crescendo, um foi chamando o outro e montamos uma equipe de 30 jovens. E dos cinco finais de semana a gente acabou fazendo cinco meses lá. Isso mudou completamente, mudou a minha vida mesmo, eu pedi demissão de onde eu trabalhava e a gente resolveu que ia empreender essa escola. No ano seguinte, em 2010, a Casa do Zezinho convidou a gente para escrever o projeto do Fumcad [Fundo Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente], para que a gente captasse o dinheiro e tocasse a primeira oficina de jornalismo da Casa do Zezinho. E foi assim que a gente ficou lá até o final de 2012, pilotando e fazendo essa história acontecer. Eles não queriam fazer um fanzine, eles queriam fazer uma revista de quatro cores, que eles iam distribuir nas escolas deles. A gente imprimia cinco mil exemplares e a cada três meses a galera distribuía nas escolas, botava na mochila a revista pronta e distribuía. A gente não conseguiu fazer um acordo com a Secretária de Educação, para viabilizar essa distribuição, porque é tão difícil, é tanta burocracia, e era só a distribuição de uma revista que os jovens mesmo estavam fazendo. Em 2012 a gente fez um projeto, foi nosso primeiro projeto customizado lá. A operadora Vivo e a Fundação Telefônica estavam se fundindo, decidiram fazer uma ação de marca ali no Parque Santo Antônio, que era bem perto da Casa do Zezinho. A ação proposta foi um campeonato com os 40 times de futebol de várzea que ocupavam o campinho, que era o único espaço de lazer ali da comunidade de 15 mil pessoas. E aí, vendo esse movimento, a gente perguntou sobre quem ia fazer a comunicação, a cobertura do evento. E a galera dentro da fundação falou que já tinha uma agência, mas a gente alertou que eles sabiam sobre a comunicação de banner e vídeos, mas o que a gente queria saber era sobre quem ia levar a torcida, quem ia comunicar o que estava acontecendo ali. Então falamos que tinha uma galera de 30 jovens, que eram de lá, que conheciam tudo, que conheciam a história dos times e tal e que eles podiam fazer essa cobertura. E assim a gente vendou o nosso primeiro projeto customizado. Desde o começo a gente entendeu que os jovens periféricos passam por uma situação muito difícil, eles precisam colocar dinheiro em casa, então a questão da renda era muito importante. Isso também era uma briga nossa, porque a gente não tem trabalho voluntário, a gente começou com trabalho voluntário, mas a gente remunera todo mundo. Então às vezes vai dar uma entrevista para um projeto que vai usar a inteligência desses jovens, a gente remunera, mesmo que o jornalismo diga que as entrevistas não são remuneradas, mas se é para outro fim que não a produção de uma reportagem, se vai tirar uma inteligência ali, achamos certo remunerar. É até uma discussão se não remunera para fazer entrevista e como que a gente deixa de ser ponte e passa a ser produtor mesmo de jornalismo. Esses jovens deixam de ser ponte e viram produtores. Enfim, daí em 2012 acontece isso e quando a gente vai conversar na Casa do Zezinho para remunerar os jovens, eles falam que não, porque a lógica é outra, né? As ONGS pegam o dinheiro, se bancam e oferecem a oficina gratuitamente. E a gente falou que não, porque os jovens trabalharam e mereciam receber. Então entendemos que não era daquela forma que as coisas deveriam ocorrer e foi assim que começamos a fazer um trabalho itinerante. Começamos a ser chamados por outras ONGS, escolas da periferia, para dar oficina de jornalismo daquele básico mesmo, de como fazer um jornal mural, jornal do grêmio, a rádio da escola. A gente começou dar um monte de oficina e aí em 2013 aparece a *Mídia Ninja*, que é um marco pra gente, porque dá uma esperança. A *Globo*, a *Folha*, a grande

imprensa em geral, não estavam dando conta do que estava acontecendo na rua, mas a *Mídia Ninja* estava, porque abria o computador e saía no streaming documentando tudo o que estava acontecendo. E aí a gente decidiu ir para o centro, conseguimos uma sala emprestada no Banespão. Conseguimos também uma parceria com o *Catraca Livre*, que era agenda cultural da cidade. Eu eu lembro que o slogan deles era "A cidade na Sua Mão". E nós dissemos: "A cidade não, né, amor? A Vila Madalena, porque a cidade é muito maior que isso". Daí eles falaram: "beleza, então faz aí a agenda das periferias". E assim nasceu o canal Cultura de Ponta, que era a agenda das periferias. A gente colhia com esses jovens as notícias e tínhamos uma editora que fazia a edição do material e subia no *Catraca*. Assim também surgiu o Prato Firmeza, que hoje é o nosso projeto mais noticiado, o nosso projeto amorzinho. Todo mundo fez matéria sobre ele. Saiu no *SBT*, até no Cesar Tralli [no *SPTV*, da *TV Globo*]. Surgiu também, porque a gente tinha um aluno, o Mateus, que falava que ele nunca ia poder ser chefe, porque como que ele ia poder comer nos restaurantes de Pinheiros dos grandes chefes? Ele fazia gastronomia e jornalismo na Casa do Zezinho. "Como assim, não tem comida boa na quebrada?", questionamos. E aí nasceu o Prato Firmeza, dessa provocação. O Mateus ia casando as agendas com os lugares para comer. E hoje a gente super capta [dinheiro] com esse projeto. E estamos fazendo uma parceria com a Feira Preta, a gente vai fazer o Prato Firmeza Preto, esse 4º volume. A gente capta pela Lei Rouanet, é um projetão mesmo, que manteve muito da estrutura da *Énois* ao longo dos anos. Então, a gente veio para o centro e ficamos meio que distante de diversas periferias, e aí começamos a montar uma redação diversa, também de diferentes periferias. A turma ia lá e a gente sempre teve essa coisa da produção como um processo formativo. A gente acha que o jornalismo é uma metodologia muito incrível de você conhecer a realidade. De você se colocar de uma maneira empoderada, de fazer perguntas para as pessoas. Quando o jovem fala "vim fazer uma matéria aqui sobre a situação da UBS do meu bairro", ele deixa de ser aquele jovem meio perdido e se empodera do lugar de poder fazer pergunta para um serviço público, que todo mundo deveria ser capaz de ser ouvido, mas não é. Então o jornalismo é essa roupinha que a gente põe como uma maneira de conhecer o mundo.

**E é um método paulofreireano que vocês usam, né? Porque vocês partem das experiências dos jovens e de suas realidades na periferia para fazer jornalismo.**

**AR:** Isso. Em 2016 a gente conheceu o Vicente [Lourenço de Góes], que é professor da Fundação Getúlio Vargas, e ele falou que temos uma metodologia de educação integral que, na verdade, é a ideia de "eu jornalista de mim mesmo". Isso significa repensar a questão da objetividade no jornalismo. O jornalismo sempre passa por um filtro, que somos nós, os repórteres, ou, na maioria das vezes, pelo filtro do editor-chefe, mas sempre vai passar por algum filtro. E esse filtro contamina toda a redação. Então se você não está trabalhando pelo seu próprio viés, você está trabalhando para o viés de alguém. O jornalismo não é imparcial. Então a gente começou muito com essa história do "eu jornalista de mim mesmo", fazendo os jovens pensarem em qual é o lugar deles no mundo, o lugar de fala mesmo, onde eles estão, quem eles são, o que eles ocupam e por que eles veem essas pautas. Os recortes de pauta são específicos e partem muito do nosso olhar, mas os temas que precisam ser falados têm a ver com o interesse público, e aí vem o questionamento sobre que público é esse, porque a nossa imprensa tem um público muito restrito. Eu sempre cito a Cecília Oliveira, que é repórter do *Intercept Brasil*. Uma vez ela deu aula para uma turma nossa lá no Rio de Janeiro, na Maré, e ela falou: "cara, esses dias vi uma matéria no *O Globo* que dizia "Jovens da Gávea ficam com medo do tiroteio". Aí deu para saber qual é o público do *O Globo*, por que qual é a pauta aí? A pauta seria o tiroteio, por que ele aconteceu, onde ele aconteceu, como ele aconteceu, e não a consequência do fato. Só que a consequência transformou-se no fato, porque está atrelada ao interesse do público do *O Globo*. Então eu preciso democratizar isso, porque senão somente os



jovens da Gávea vão ter acesso à notícia, e essa nem era a notícia, era a consequência de uma notícia. E ela falou uma coisa bem importante, que a gente usa, que é: como você pensa a pauta do caminho da sua casa até a redação, a partir do seu referencial? Se eu tenho no *UOL* um bando de repórteres que moram em Pinheiros, as pautas vão ser muito homogêneas. As pautas vão ser sobre a Rua dos Pinheiros e os restaurantes, sobre a enchente ali, sobre os chefes dali, sobre empreendedores da Faria Lima... Então quando a gente tem uma diversidade a gente ganha muito. Mas como o Brasil é machista, racista e homofóbico, a gente não fala sobre isso, a gente vai reproduzindo e fica sempre inalcançável, porque não é para alcançar mesmo. É preciso manter a diversidade de fonte. Quem é especialista em parto humanizado? Será que é mesmo o professor da USP ou é uma parteira que já fez 150 partos humanizados ali na Casa Ângela, na periferia da zona sul da cidade? Vamos questionar isso também. O jornalista é tão questionador e, de repente, a gente fica querendo reproduzir padrão *Globo* ou sei lá o quê. Estamos em uma sociedade que vai reproduzindo esses padrões dominantes. Então isso envolve um processo de escuta, tem muita escuta ativa no eixo de produção. Depois de 2013 a gente vai fazendo esses processos mais customizados. Em 2014 a gente vai entendendo que queremos formar uma redação ali no centro, queremos ter uma escola de jornalismo e, em 2015, a gente começa com cursos a cada três meses. A gente vendia um projetinho customizado e usava essa grana para fazer a escola, abria formações gratuitas para esses jovens das periferias que a gente tinha encontrado no caminho, nessas escolas, nessas ONGS que te contei. Em 2016, ganhamos o primeiro projeto de Lei Rouanet, o Prato Firmeza. A Simone Cunha, que também é da *Énois*, deu a ideia de a gente inscrever e a gente ganhou. Tínhamos um ano pago de estrutura. Então a gente fez o Prato Firmeza dentro da escola de jornalismo e aí a gente voltou naquela metodologia lá de 2009. De 2016 a 2019 a gente ficou todo ano abrindo turmas de 10 jovens, todos eles recebendo uma bolsa para estudar. Foi assim até o ano passado. A bolsa era de R\$ 600. Os jovens contemplados eram de periferias diversas, de idade entre 16 e 22 anos, com interesse em jornalismo. A gente tinha essa metodologia de formação com produção. Então a cada três meses essa moçada tinha que produzir uma parada. O Prato Firmeza foi uma produção de três meses da escola de jornalismo. E aí como eu sei qual vai ser o produto, eu monto a minha aula a partir desse produto. A primeira aula do Prato Firmeza é o mapeamento afetivo da sua quebrada. O que tem de legal para comer na sua quebrada? Então vai sempre trazendo o olhar do jovem e da realidade dele. Ultimamente temos visto um jornalismo de gabinete, né? A rua está longe. Claro que não necessariamente uma matéria investigativa vai vir com você correndo atrás do caminhão da madeireira lá no Amazonas. Se você cruzar dados do monitoramento da Amazônia com a exportação de madeira, você pode encontrar uma pauta aí também. Qual é a pergunta que você faz para a planilha? Isso tem a ver com a sua vivência, com a sua rua, seja ela qual for. A diversidade da rua traz também a diversidade de pautas e a gente sempre ficou muito atento a essa escuta da rua. Inicialmente, na nossa pretensão, pensamos que íamos levar o jornalismo para os jovens, e a gente descobriu que, na verdade, a gente ia levar só a ferramenta de trabalho, quem ia dar o recheio dessa estrutura de fazer eram eles. Isso nunca mais saiu do DNA da *Énois*. A gente entende que é isso. Você precisa falar sobre aquilo que te toca. Você precisa falar sobre o motoboy que é seu vizinho, e que nessa pandemia está ainda mais precarizado. Ele não é seu vizinho? Então como é que a gente vai fazer um Prato Firmeza, comer o delivery e não vai ter um capítulo que fale dessa pessoa? Ele tem nome, tem família, tem endereço, tem crises e tem coisa boa também. Temos que contar a história dele. Como que a gente vai fazer um jornalismo que não seja só um “vá ouvir o outro lado”, mas que abarque a complexidade do ser humano a partir da escuta? Então a gente tem muita escuta aqui e muita provocação. Enchemos o saco dos jovens nesse sentido, mas com muito afeto também, porque as redações tem uma coisa que eu não sei de onde vem, acho que é do masculino, que é essa coisa de que o povo tem que se ferrar, trabalhar até de madrugada, ser maltratado. Isso é terrível. Pô, será que não dá para a gente fazer a coisa com mais afeto?

Será que não dá para a gente fazer jornalismo respeitando os colegas? Cinquenta por cento da equipe da *Énois* é formada por mães, tem que ter uma empatia, tem que entender. Entre 2016 e 2019 a gente tinha esse formato, a cada três meses essa turma entregava uma produção. No ano passado a gente entendeu que para fazer um coletivo de jornalismo não basta só saber fazer a produção, tem que fazer a captação de grana, tem que fazer a gestão financeira, tem que prestar conta, tem que encontrar formas de financiamento, tem que lidar com a parte de Recursos Humanos, enfim... Na *Énois* a gente trabalha com formação, então como é que você faz a formação, como é que você faz nas grandes redações para que tenha mais diversidade, como a gente pesquisa essa coisa da produção com a distribuição? Então, a gente tomou a decisão de não ter mais uma turma, mas de fazer uma equipe fixa com os jovens que já tinham passado pela escola de jornalismo, e agora a gente criou uma estrutura que tem esses jovens. Hoje temos oito jovens residentes, um no administrativo financeiro, outro na captação, outra no RH. E a gente tem eixos. Dividimos a *Énois* em caixinhas que a gente nunca dividiu muito, mas achamos que era o momento, para que pudéssemos passar adiante essa metodologia. Temos, por exemplo, a caixa de jornalismo local, que trabalha com formação nos territórios. Agora a gente está fazendo lives, por causa da pandemia. Já fizemos em São Paulo e fizemos uma outra com os jovens do Rio. São formações com jovens jornalistas, periféricos e periféricas, para fortalecer essas produções nos territórios.

**Então, a formação agora não acontece com os ex-alunos da *Énois*, certo? Ela acontece com outros jovens. Os ex-alunos estão na equipe fixa. É isso?**

**AR:** Os ex-alunos estamos chamando de residentes. São os jovens que dividimos nas caixinhas que estamos trabalhando, um na captação, outra no RH, enfim. Esses oito residentes já passaram por formações. Já a turma que o eixo de jornalismo local forma é aberta. Os jovens da turma aberta acabaram de terminar uma formação aqui em São Paulo. Eram 20 jovens, de diferentes coletivos. Tinha povo da *Agência Mural*, tinha um povo do *Preto Império*, tinha uns que acabaram de se formar e vieram estudar mais jornalismo. Lá no Rio a gente teve jovens do *TDD Acontece*, que é da Cidade de Deus, uma turmona da Maré, onde a gente tem um parceiro bem importante que é o *DataLab*, um laboratório de narrativas e dados sobre favelas, super legal. Tinha uma galera do *Maré de Notícias* também. Para essas formações a gente abre chamada pública. Então o eixo do jornalismo local trabalha com formação de jornalistas periféricos. O eixo de produção e distribuição, que é o que eu coordeno, é onde está o Prato Firmeza. É onde a gente pesquisa essa história de como é que a gente produz pensando na distribuição, como é que a distribuição pauta a produção. A gente costuma pesquisar muito para quem a gente quer falar. A Feira Preta ensinou muito isso para a gente. No ano passado fomos distribuir o Prato Firmeza na Feira Preta e, quando a gente chegou lá para vender o projeto, foi uma baita dificuldade. A gente vendeu bem para os nossos moldes, mas a gente falou: "cara, não dá para ter empreendedor branco. Não dá!" Então nesse ano [2020] a gente vai fazer um Prato Firmeza Preto para distribuir no mês da Consciência Negra junto com o pessoal da Feira Preta, porque o público importa mais do que você imagina. Então tem a subjetividade, tem o que você vai fazer, tem os protocolos de jornalismo super rígidos... Mas se você faz tudo no *Instagram* e a galera não tem dados de internet, porque não tem acesso na quebrada, não adianta nada! Vamos mandar podcast, que é audição? Ok. Talvez a informação chegue e tudo bem. Ou talvez eu possa publicar no *UOL*, mas como é que eu faço a matéria do *UOL* chegar ali no Jardim Rosana?

**Esse é um dos grandes entraves que eu vejo hoje na mídia alternativa, né?**

**AR:** Claro! Eu tenho uma preguiça tão grande disso... As pessoas ficam falando para elas mesmas! Então, como a gente pesquisa isso? Como a gente abre conteúdo para os jovens? A

gente esbarra muito nisso. Costumamos brincar que a gente não faz reunião de pauta, a gente faz assembleia. [risos] Pesquisamos antes de decidir a pauta. Primeiro pesquisamos e aí pensamos em formatos. A gente fez uma oficina no ano passado que resultou numa série de três podcast sobre o cartel nos trens da CPTM [Companhia Paulista de Trens Metropolitanos]. Foi um tema super difícil, árido, mas que, de fato, afeta a vida, não a minha que moro no centro, mas de quem mora na quebrada e não tem trens nos fins de semana, porque eles estão em manutenção. Como é que a gente fez a tradução disso? Publicamos no *Spotify*, fizemos parceria para distribuir e tal. Mas a distribuição que a gente fez lá no Grajaú, por exemplo, foi diferente. Pegamos frases da reportagem, fizemos os lambs e fomos colocando ali no entorno. Fizemos no Centro Cultural Palhaço Carequinha, numa praça de lá. Bom, o povo fez os lambs e saiu ouvindo o podcast, essa era a nossa intenção. Qual é o gancho que eu pego para chamar atenção para aquilo que eu quero dizer? É aí que entra a escuta, entendeu? Temos que escutar as pessoas nos territórios. A galera adora lambar as paredes, fazer intervenção, então vamos nessa. Por que isso não é jornalismo? Claro que é, e como é! A gente provoca. Estamos participando do projeto do Canal Reload com um grupo de 11 veículos. Tem a Ponte, a Agência Pública, a Repórter Brasil, o Eco, o Marco Zero no Recife... Essa turma toda aí, que a gente admira, mas que não chega em muitos lugares. Ninguém lê textão da Pública, nem eu leio. Então a gente fez uma puta pesquisa para saber como chegar nos jovens, pensando nessa distribuição. E tem sido muito legal o resultado. É um canal que traduz notícias para os jovens, por meio de slam, memes, poesia...

**Vocês têm um eixo de estrutura jornalística, certo? Como ele funciona?**

**AR:** Sim, ele é coordenado pela Simone. É nesse eixo que fazemos essas pesquisas. A gente fez o índice de diversidade da *Folha*. Estamos fazendo uma sistematização para saber como chegar na diversidade. Tipo: como o jornalista deve fazer uma seleção de pautas baseada na diversidade? Quais são as fontes que o jornal usa? A Simone pegou as últimas edições da *Folha* e só tinha um negro que falava sobre racismo. Então, estamos estudando como abrir as estruturas da imprensa tradicional para essa diversidade. A nossa hipótese é que isso impacta na grana, em como você quer ganhar mais dinheiro. Se você quer ganhar mais, então precisa falar com mais gente, falar coisas relevantes.

**Voltando à questão da captação de recursos, é incrível como esse aspecto é pouco abordado nas faculdades de jornalismo.**

**AR:** Sim. É bem isso mesmo. O cara de Humanas torce o nariz para planilhas. Só que no próprio jornalismo investigativo você tem que manjar de planilhas. Se você é de humanas, do jornalismo e não manja de planilhas, você tá acabado, tá fora do tempo. A gente pode pegar um personagem, um evento, mas são os dados que vão dar a escala do que a gente está falando. Eu posso pegar um morador de rua que represente, mas eu preciso pegar um dado, saber quantos são, saber, inclusive, que o IBGE [Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística] não computa dados sobre moradores em situação de rua, eles não existem! Então isso é um dado, não ter dado também é um dado. E esse pensamento não é um pensamento do cara de humanas clássico, é um pensamento do lógico, dos dados que ancoram as reportagens. Eu não tive isso na faculdade. Foi há 20 anos, mas ainda não tem isso, né? Não tem como você gerir a grana assim. Se você diz que tem um leão em tal lugar, o cidadão comum diz que tudo bem, mas o jornalista vai perguntar, vai saber onde está o leão, por que está... Isso é um puta gasto de tempo, de dinheiro, de energia, então, sim, a gente tem que ganhar, tem que receber para isso. Um dos nossos residentes está tocando uma reunião do Prato Firmeza com cinco coletivos. Dessa vez o Prato Firmeza vai ser feito com a ajuda da *Agência Mural*, *Alma Preta*, *Preto Império*,

*Desenrola e Não Me Enrola e Periferia em Movimento*. São várias linguagens seguindo o mesmo protocolo jornalístico. Depois, quando ficar pronto, essa turma vai distribuir. E olha só o quanto vamos ganhar em termos de alcance. É igual o consórcio dos veículos jornalísticos que levantam os casos de contágio e mortes de Covid-19. Se fosse só a *Folha*, não daria certo, mas como é a *Folha*, o *O Globo* e o *Extra* acontece. Isso é lindo! Como a gente demorou tanto para fazer isso?? Esperamos uma pandemia pra fazer! A gente faz matéria para o nosso chefe ou para dar furo no nosso colega nesse ambiente louco, tóxico. Precisamos desconstruir isso.

**Além da captação para projetos como o Prato Firmeza, quais são as outras fontes financeiras que sustentam a *Énois*?**

**AR:** A gente começou sem dinheiro nenhum e hoje temos muitas maneiras de captar recursos. A Nina fez um levantamento numa planilha e vimos que possuímos 14 jeitos diferentes de conseguir verba para nossas atividades. Desde projetos financiados via leis de incentivo, com granas grandes, a projetos bancados pela *Open Society Foundations* [uma rede internacional de filantropia fundada pelo magnata George Soros]. Temos projeto incentivado via PROAC [Lei de Incentivo à Cultura da Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo], por intermédio do Pro-Mac [Programa de Municipal de Apoio a Projetos Culturais], pela Lei Rouanet, que é federal. A gente se inscreve em edital, estudamos minuciosamente tudo o que precisamos atender nele. Analisamos diversos editais e vamos vendo como encaixar nossos projetos. A gente também ganhou uma grana da ONG Repórter Sem Fronteiras, da Fundação Maria Cecília Souto Vidigal, para fazer uma das formações. Temos grana nacional e internacional. A gente vende o Prato Firmeza, vende sacolas. Temos pessoas físicas doando de forma recorrente. Conseguimos verba também via doação de Imposto de Renda. Temos patrocínio do Google, no que se refere ao projeto de diversidade nas redações. Uma vez a gente estava muito sem grana, então fizemos uma rodada para pedir dinheiro pra todo mundo que tinha empregado algum estudante da *Énois*, porque temos muitos jovens que saem daqui e estão em lugares muitos legais. E aí eu tô falando de muita agência de publicidade que contrata nossos alunos pra fazer planejamento, a gente vive com os publicitários. Temos jovens contratados na comunicação corporativa, muitos em redação, enfim. Aqui conseguimos recursos de muitas maneiras. Eu costumo dizer que já deixei de dormir muitas vezes preocupada em como manter todas as nossas atividades, mas hoje eu durmo bem mais. Não que a preocupação tenha acabado, pois isso é um trabalho permanente, mas hoje temos mais caminhos.

**Depoimento concedido pelo jornalista Kayam Mendes, em 23 de dezembro de 2020, em mensagem via *WhatsApp*. Kayam atuou no eixo de captação da *Énois* e, antes disso, foi um dos estudantes formados pela escola:**

Ter participado da *Énois* ressignificou a forma com que eu me vejo no mundo. Eu, aqui do alto dos meus privilégios, como homem cis branco e de olhos claros, nunca havia me reconhecido como sujeito periférico – até trombar com narrativas e discursos que representavam muito do que eu via e ouvia no meu território. Isso porque eu nasci e cresci no Capão Redondo, na zona sul de São Paulo. Foi por meio da *Énois* que eu pude me descobrir no jornalismo e reconhecer o meu potencial em comunicar e transformar a realidade do lugar de onde eu venho, além de conseguir me enxergar no mercado de trabalho formal. Foi uma oportunidade de ressignificar a minha jornada no mundo e dar perspectiva de crescimento, de maturidade e de prosperidade para mim e pra minha família.

## APÊNDICE J - Entrevista com Vagner de Alencar e Cíntia Gomes, cofundadores da *Agência Mural*

**Realizei a entrevista na companhia da jornalista Amanda Pucci, à época minha aluna do curso de Jornalismo da Universidade São Judas. Ela estava produzindo, juntamente com outros colegas e sob a minha orientação, um Trabalho de Conclusão de Curso sobre Mídia Independente. A entrevista com Vagner ocorreu presencialmente na redação do veículo, no bairro Vila Mariana, em São Paulo, em 5 de setembro de 2019. A entrevista com Cíntia foi feita por e-mail em 14 de outubro de 2019. As respostas dos dois entrevistados estão organizadas, a seguir, em uma ordem lógica.**

**Como surgiu a *Agência Mural* e com qual propósito?**

**Cíntia Gomes:** O projeto surgiu em 2010 durante oficinas de jornalismo cidadão que aconteceram em junho, agosto e outubro daquele ano, nos finais de semana, na sede da *Folha de São Paulo*. As aulas iniciavam com leitura e análise dos jornais, discutíamos questões sobre como a comunidade estava sendo retratada, por exemplo, a cobertura de uma ocupação da comunidade de Paraisópolis. Os alunos concluíram que alguns jornais e revistas mostravam somente a visão da polícia. E, por meio de um perfil no WordPress, foi criado um projeto multimídia de jornalismo cidadão, o blog *Mural Brasil*. Nestas oficinas foram formadas três turmas de jornalistas cidadãos e, do total dos participantes, 20 decidiram escrever regularmente e voluntariamente para o blog *Mural*, dentre eles eu e Vagner [de Alencar]. Em 24 de novembro de 2010 ele foi transferido para ser hospedado na *Folha* como o primeiro blog de notícias das periferias de São Paulo, coordenado pela jornalista Izabela Moi. O blog reunia e ainda reúne textos produzidos por jornalistas residentes nas periferias de São Paulo, em comunidades como Capão Redondo, Jardim Ângela, Itaim Paulista, Pirituba, Jardim Brasília, entre outros, com a intenção de oferecer um olhar novo, uma visão de dentro de uma área que não é contemplada pela grande mídia. Assim nasceu o conceito de “correspondente local”, que os “muralistas” assumem desde o início. A *Agência Mural de Jornalismo das Periferias* tem como missão minimizar as lacunas de informação e contribuir para a desconstrução de estereótipos sobre as periferias da Grande São Paulo. Nosso objetivo é crescer, e mudar a forma como os 21 milhões de cidadãos de nossa Grande São Paulo enxergam e se relacionam com a região onde moram. Produzir e publicar informações que sejam relevantes, úteis, para que todos possam se sentir parte da mesma realidade e capazes de transformá-la. O jornalismo reencontra-se aqui com sua missão original: o interesse público. E este jornalismo fortalece uma sociedade --e a democracia. Os correspondentes, jornalistas, comunicadores e blogueiros residentes dos bairros e cidades que cobrimos são especialistas em suas regiões e usam as ferramentas do jornalismo de boa qualidade para contar as histórias que ninguém conta.

**Vagner de Alencar:** O objetivo é bem simples: minimizar a lacuna de informação da cobertura jornalística das periferias. Ocupar esse espaço que não está sendo preenchido, quando o assunto são as periferias da cidade de São Paulo e de outros municípios da Grande São Paulo. Fazer com que o noticiário seja tratado de forma homogênea. Não vejo essa divisão de cidade e a periferia. É a cidade! Então se a gente ainda fala periferia é porque tem esse buraco. Há essa lacuna quando o assunto são as regiões mais afastadas. Então nosso objetivo é fazer com que a comunicação não se resuma ao centro do poder político e econômico, que é o centro da cidade de São Paulo. Costumo dizer que o objetivo da *Agência Mural* é um dia não existir. Porque se um dia as periferias passarem a ser bem cobertas, não precisaremos mais fazer esse nosso trabalho.

### **Como vocês se estruturam na agência? Como ocorrem as reuniões de pauta, por exemplo?**

**VA:** Hoje nós somos em 87. Desses 87, sete pessoas fazem parte da equipe gestora e dessas sete, seis têm salário fixo. Há três co-diretores, dois editores, e uma editora de assuntos institucionais. Ela acompanha o que a galera está produzindo, cuida da comunicação institucional, faz os pagamentos. A outra editora cuida dos projetos, vê nossa audiência, o impacto das nossas notícias. Algumas dessas pessoas cuidam das redes sociais. Temos três pessoas que são voluntárias e os demais que são os correspondentes que ganham por produção. A equipe gestora se reúne de duas a três vezes por semana aqui na sede da *Mural* e com os muralistas tem uma reunião mensal com todo mundo. Boa parte dos muralistas é estudante de jornalismo ou jornalistas formados, embora haja pessoas com outras formações. Temos poucos que não são estudantes ou jornalistas. Mas há sim alguns designers, fotógrafos e vídeo makers. Temos também uma rede de mentores, são pessoas que nos ajudam em assuntos específicos. A Juliana Doreto, por exemplo, é especialista em jornalismo infantil. Então, se vamos trabalhar uma pauta que envolva criança, ela vem e nos guia. Como ela, há vários outros mentores. E agora nós estamos formalizando os nossos conselhos, temos conselho fiscal e conselho consultivo.

**CG:** A reunião mensal geralmente acontece no segundo sábado de cada mês, na sede da *Mural*. Nessas reuniões, além das discussões de pautas e orientações, também ocorrem palestras e cursos destinados à formação cultural e profissional dos correspondentes, com a participação de convidados da área.

### **Que tipo de notícia é publicado no site da agência?**

**CG:** As matérias são feitas por meio de sugestões dos muralistas, que no dia a dia convivem com a realidade de seu bairro ou cidade da Grande São Paulo e podem apontar os temas que são interessantes para cada região. Assim como a equipe fixa de editores também ajuda na sugestão de abordagens sobre diversos assuntos como transporte, esportes, política, infraestrutura, cultura, entre outros. Continuaremos a mostrar como o morador da periferia está inserido nas transformações que passa a Grande São Paulo e quais histórias há por trás disso. Por fim, também incentivamos produções coletivas que possam unificar várias regiões periféricas em um tema específico. Nós não publicamos sobre violência e assistencialismo de ONGs.

### **Hoje vocês trabalham de forma voluntária ou são remunerados?**

**CG:** Remunerados. Temos cinco editores fixos na Agência e os correspondentes recebem pela produção de conteúdo que produzem. Alguns atuam com a publicação de matérias e outros ajudam em funções como o trabalho das redes sociais e na programação do Rolê na Quebrada. Deixamos aberto também para que grupos de trabalho surjam na organização para pautas específicas ou para outros projetos. Como na Agência Mural o que fazemos é colaborativo, não há vínculo empregatício e uma parte ainda do que realizamos é voluntário. A maioria dos correspondentes possui trabalhos fixos em outras empresas. E na Agência Mural são remunerados de acordo com os conteúdos que produzem para os canais e parcerias da Agência.

### **Vocês são patrocinados? Recebem algum apoio financeiro?**

**VA:** Desde 2010, temos parceria com a *Folha de S. Paulo* pela produção de conteúdo no *Blog Mural*. E como fruto da parceria entre a *Agência Mural* e a *Rede Nossa São Paulo*, firmada em julho de 2016, com apoio da *Fundação Ford*, produzimos conteúdo para o site *32xSP*. Isso tudo é remunerado. Após uma campanha de financiamento coletivo em 2017, a *Agência Mural* foi finalmente formalizada, depois de mais de sete anos de existência como coletivo. E então tornou-se a *Associação Mural Agência de Jornalismo das Periferias* a partir de 16 de abril de 2018, uma organização sem fins lucrativos. Em maio de 2018, a *Agência Mural* passou a fazer parte do Projeto Credibilidade, ao lado de outros 18 veículos da imprensa brasileira. E a partir de 01 de junho de 2018, fomos selecionados como uma das organizações apoiadas por um ano pelo Programa de Jornalismo Independente, da *Open Society Foundations*. Atualmente temos uma parceria também com a *TV Bandeirantes*, com o quadro *Giro da Quebrada*, que tem ido ao ar de três ou mais vezes na semana, no programa *Bora SP*, com vídeos produzidos pelos nossos correspondentes locais sobre onde vivem. Faz parte da nossa missão de quebrar os estereótipos e diversificar os olhares no jornalismo. O quadro [*Giro na Quebrada*] é mais um espaço para contar o que acontece nas nossas quebradas e poder levar nosso conteúdo para outros públicos, além dos leitores dos nossos canais online. Desde março de 2019, temos também um espaço para financiamento recorrente no Catarse (<https://www.catarse.me/periferias>). A arrecadação mensal é destinada à sustentabilidade da produção de conteúdos e projetos.

### **O propósito inicial da *Mural* se manteve esses anos todos?**

**CG:** Sim, a *Agência Mural* tem como missão minimizar as lacunas de informação e contribuir para a desconstrução de estereótipos sobre as periferias da Grande São Paulo. Nosso objetivo é crescer, e mudar a forma como os 21 milhões de cidadãos de nossa Grande São Paulo enxergam e se relacionam com a região onde moram. Produzir e publicar informações que sejam relevantes, úteis, para que todos possam se sentir parte da mesma realidade e capazes de transformá-la. O jornalismo reencontra-se aqui com sua missão original: o interesse público. E este jornalismo fortalece uma sociedade e a democracia.

### **Qual é a importância do jornalismo independente atualmente?**

**VA:** A importância é trazer histórias e fatos que não têm visibilidade na grande imprensa e, assim, trazer assuntos que são relevantes também, com a visão e olhar de quem mora nas regiões periféricas. Não há interferência no conteúdo por não ter publicidade, havendo transparência e liberdade para escrever sobre diversos assuntos.

**Depoimento do jornalista Rubens Rodrigues, correspondente da *Agência Mural* em Embu Guaçu, desde 2015. Formando em jornalismo pelas Faculdades Integradas Rio Branco, ele iniciou na *Mural* quando ainda era estudante. O depoimento foi concedido via mensagem no *WhatsApp* em 28 de dezembro de 2020:**

Costumo dizer que é na *Mural* que eu faço jornalismo de qualidade. Entrei na agência em outubro de 2015 com a ideia de “dar vozes à periferia” e aprendi que o jornalismo que nós correspondentes produzimos, amplia essas vozes pois o periférico sempre teve voz, o que acontece é que são poucos os veículos de comunicação que têm interesse em ouvi-lo. E a *Mural* faz esse trampo perfeito. Infelizmente é comum as pessoas associarem a periferia como algo negativo. Ser correspondente de Embu-Guaçu, cidade da grande São Paulo, é ouvir “é a terra do Champinha, né?”. Champinha foi autor de um dos crimes mais comentados em 2003: Caso

Liana Friedenbach e Felipe Caffé. Procuro corresponder mostrando o outro lado da cidade. Aquele que a grande mídia não vai. Mostrar que nenhum bairro/cidade só tem coisas negativas a ser faladas. Ser correspondente local é conhecer, cobrar e reportar a falha do Poder Público do seu bairro, cidade, quebrada... É valorizar os artistas independentes e mostrar que a favela não pode ser tachada de carência, e que, na verdade, é muita potência.



## **APÊNDICE K - Entrevista com Pablo Capilé, cofundador da *Mídia NINJA***

**A entrevista foi realizada presencialmente na redação do veículo, no bairro do Cambuci, em São Paulo, em 16 de setembro de 2019. Realizei a entrevista na companhia da jornalista Marcela Joaquim, à época minha aluna do curso de Jornalismo da Universidade São Judas. Ela estava produzindo, juntamente com outros colegas e sob a minha orientação, um Trabalho de Conclusão de Curso sobre Mídia Independente.**

**Antes de criar a *Mídia NINJA*, você já tinha participado de iniciativas de comunicação em Cuiabá. Pode falar sobre essas iniciativas que contribuíram mais tarde para você lançar a *Ninja*?**

**Pablo Capilé:** Fui para a universidade [Universidade Federal do Mato Grosso] fazer Comunicação Social. No primeiro semestre, já estava rolando eleição do centro acadêmico e eu entrei numa chapa. A gente ganhou esse centro acadêmico, era Zebra a chapa mais forte que a nossa, mas como a gente era do primeiro semestre e do primeiro ano, tínhamos mais alunos e aí a gente venceu. Eu comecei a buscar outras faculdades de comunicação na cidade que pudessem fazer uma rede. Havia cinco faculdades de comunicação em Cuiabá. Conseguimos fazer essa conexão entre as instituições e organizamos o ECOS, que foi o primeiro encontro de comunicação social lá de Mato Grosso. E aí foi um sucesso, foi muito bacana. E a gente resolve fazer depois um segundo encontro que foi o ERECOM, o encontro regional de comunicação. Então foi mais ou menos isso. Aí começamos a perceber três coisas: a primeira era que como a gente não era uma força do movimento estudantil, uma força tradicional, o movimento estudantil não entendia muito a gente, a reitoria também não entendia muito a gente, pois a gente tinha vindo da cultura, e nada do que a gente falava dentro da universidade a cidade escutava. Como é em todas as universidades do Brasil, você faz qualquer coisa dentro delas e não ultrapassa os muros da instituição. É muito difícil, saca? Geralmente fica circunscrito ao Campus, a cidade vive sem se preocupar muito com o que está acontecendo dentro da universidade e a gente achava que tinha que dar um salto. Que não adiantava ficar fazendo um monte de coisa sem que na cidade ninguém ouvisse. Foi aí que a gente resolveu sair da universidade e montar um festival. Organizamos a primeira edição do festival Calango, que era um festival de música e artes integradas, em 2002. Aí, cara, a gente faz o festival Calango, o festival Calango dá uma bombada só que a gente percebe que o ECOS tinha dado prejuízo e tinha saído uma galera. O ERECOM também tinha dado prejuízo. Esse era um dos fatores que estava fazendo a gente desanimar de ficar dentro da universidade, não por causa do prejuízo em si, mas pela soma de fatores que nos desestimulavam. O movimento estudantil muito careta, saca? Reitoria muito careta e a própria cidade que em certa medida. Precisávamos de uma força maior, uma voz mais forte falando com ela pra que ela ouvisse o que jovens como a gente queiram dizer. Dentro da universidade isso não era possível. Fizemos o Calango e estourou. Foi incrível! Só que a gente percebeu que não adiantava organizar um Calango durante o ano e só, porque as bandas iriam tocar música cover o ano inteiro e só iam tocar música própria no Calango. Aí a gente percebe que a gente tinha que organizar um coletivo. O Calango dá prejuízo também e nessa muita gente sai e sobram sete pessoas. Aí a gente resolveu alugar uma casa e montar o coletivo *Cubo Mágico*. Resolvemos montar um estúdio de ensaio dentro do *Cubo Mágico* para as bandas que estavam tocando no festival ensaiarem e pra ser um ponto de encontro na cidade. Era fundamental que a gente tivesse um ponto de encontro pra juventude cuiabana. Isso não existia. E as bandas começaram a ensaiar e o espaço começou a lotar, porque amigos das bandas começavam a ir ver o ensaio, saca? Skatistas começavam a colar lá. A galera das Artes Cênicas também, o povo do teatro, saca? E a casa virou um “point” da juventude

cuiabana e aquilo ali começou a crescer como um espaço. O governador do Mato Grosso na época era o Blairo Maggi, que era o maior produtor de soja do mundo e continua sendo o maior produtor de soja do mundo só não é mais governador. Como era muito rico, ele não queria morar na residência oficial e alugou um prédio na esquina de onde era nossa casa. Então a segurança dele morava do lado, saca? E aí rolava um choque na cidade. Aquela juventude colando naquela casa e aquele PM ali, saca, cuidando do Blairo. Com dois meses as bandas não queriam mais ensaiar, elas queriam tocar também. Então a gente transformou a garagem em um espaço pra shows, aí era *Cubo Eventos* e as bandas começaram a tocar. Começou a colar muita gente no lugar e nessa de colar gente, a casa começou a ser falada na cidade. Três meses depois o *Cubo Mágico* estava começando a ser apelidado carinhosamente na cidade de Fumo Mágico. Não que a gente discordasse desse apelido carinhoso, mas seria muita imbecilidade da gente querer bater de frente nesse momento ou assumir o apelido e achar que aquilo ali ia ser divertido. Na verdade, era uma armadilha que os conservadores da cidade estavam armando pra criar um fato político que pudesse inviabilizar nossa existência, mas pra combater isso aí a gente criou a *Cubo Comunicação*, que eu considero como primeiro embrião do que vem a ser a *Mídia NINJA* depois. Isso tudo em 2002 ainda.

### **E como funcionava a *Cubo Comunicação*?**

**PC:** A gente montou uma web rádio, uma web TV e um blog e começamos a dialogar com jornal, com rádio e com TV local. Começamos a divulgar melhor a nossa agenda. Alguns jornalistas se sensibilizaram com a iniciativa, até porque geralmente jornalista tende a ser mais progressista do que a mídia, saca? Então alguns jornalistas pensaram: “Pô, tá nascendo uma cena aí, vamos tentar contribuir pra que essa cena não seja atacada”. Então começou a sair matéria no jornal, tinha uma pautinha na TV, aí entrou uma entrevista na rádio e isso foi dando uma certa credibilidade pro arranjo. A cena cultural geralmente é de classe média. Leva-se um tempo pra periferia em determinado se sentir como parte do rolê. Geralmente a classe média chega primeiro. A gente foi criando políticas pra conseguir circular pela cidade e como era uma cena de classe média, filho de muita gente importante na cidade começou a participar. Então quando a gente explode, a gente atinge a geração da cidade. A *Cubo Comunicação* começa a crescer e as bandas querem gravar. Aí a gente transforma o estúdio de ensaio em estúdio de gravação. Quando as bandas começaram a querer distribuir, a gente lançou a *Cubo Discos*. Aí as bandas no final do ano começaram a falar que a gente não estava pagando cachê e começam a reclamar. Aí nossa relação com a periferia começa com mais força, primeiro porque a gente já nasce da periferia, Cuiabá é a periferia do Brasil, então a gente já tinha uma ideia também que a gente estava fora do game, saca? Só que a gente precisava também se conectar com a periferia da nossa cidade e aí a gente chama a galera do rap pra gravar uma coletânea. Eles gravaram uma coletânea e a gente mostrou a internet pra eles. Cortaram a nossa luz, estava difícil de pagar a conta. Então eles fizeram uma proposta pra nós: “faz o seguinte, grava essa coletânea de graça que a gente liga a luz. Se vocês gravarem duas coletâneas, a gente liga a água também”. Então a gente fez um escambo. Eles ligaram a luz e a água, saca? Meteram um gato lá que pra nós foi o máximo. E quando as bandas começaram a reclamar a gente resolveu usar aquela troca solidária que a gente estabeleceu com o rap e começamos a propor essa troca para os artistas também. Então a gente lançou uma moeda chamada *Cubo Card*, que era um dinheiro que a gente lançou pra remunerar os artistas.

### **De que forma essa cena de Cuiabá começa a se conectar com outros lugares do Brasil, em especial com São Paulo, que é de onde a *NINJA* se projetou?**

**PC:** A gente começou a crescer, crescer, crescer e bater em um teto. Já tínhamos feito tudo o que dava por Cuiabá. Era a época do Orkut, isso já em 2004 e 2005. Começamos a mandar

mensagens pra outras cidades, saca? Pra ver o que elas achavam daquilo que a gente estava fazendo em Cuiabá. Primeiro a gente se conectou com Brasília, Campo Grande e Goiânia. Levamos uma edição do festival Calango para o centro-oeste e a galera adorou. Daí passou mais um tempo e a gente falou: “caramba, isso aqui pode se expandir pro Brasil inteiro!” Aí saímos mandando mensagem e a galera do Acre respondeu. Pegamos uma Kombi e fomos pra lá e o Acre pirou. Um monte de bandeira vermelha, indígena andando nas ruas e sendo valorizados ali como parte fundamental da sociedade. Aí Uberlândia respondeu também e fomos pra lá. A gente foi pra Londrina também. Tinha 4 ou 5 cidades já dialogando e fazíamos umas assembleias na beira do precipício, cada uma estava num precipício ali e a gente precisava sair das nossas cidades, saca? Nossa cena era a mais desenvolvida, mas as outras já tinham também um potencial de grande desenvolvimento. Tínhamos duas teses: ou a gente atravessa esse precipício, construindo uma ponte, ou a gente constrói um trampolim e pula direto para o outro lado. E a tese do trampolim ganhou. A tese da ponte era a seguinte: já somos cinco cidades, até o fim do ano vamos ser dez. Vamos anunciar para as pessoas que nós vamos dobrar. E a tese do trampolim foi: nós não somos cinco cidades, nós somos cinco regiões (Cuiabá, Rio Branco, Fortaleza, Londrina e Uberlândia). Então vamos anunciar que nós somos cinco regiões do Brasil e que a gente quer conectar rede e coletivos de música e de cultura no Brasil inteiro e foi isso. Aí nós montamos o Fora do Eixo. O circuito Fora do Eixo é uma rede nacional de coletivos e cultura. E essa rede foi criada com três premissas: todo mundo tinha que circular o coletivo de todo mundo, tanto bandas como produtores. Todo mundo tinha que distribuir os materiais que cada um dos outros coletivos estavam lançando. E todo mundo tinha que ter uma web rádio, uma web tv e um blog pra gente divulgar as coisas que estavam acontecendo nas outras cidades. Isso no início de 2006. Nesse momento a gente estava preocupado em dar suporte para estados de fato que estavam fora do eixo Rio-São Paulo, que não tinham oportunidade nenhuma. Não tinha chance de uma banda de Cuiabá sair de Cuiabá, saca? Então a nossa função ali era dar suporte para a voz autoral da cidade. Aí em 2005 a gente tinha cinco cidades e em 2010 a gente já tinha 500. Entre 2005 e 2006 a gente fazia de seis a sete festivais e, em 2010, já estávamos organizando 100 festivais. Em 2006 a gente tinha uma moeda complementar e em 2010 já tínhamos vinte moedas. Em 2006 a gente tinha um início do embrião de oficinas e debates, em 2010 a gente já estava lançando uma universidade. A gente tinha uma casa coletiva só em Cuiabá e, de repente, já tínhamos 30 casas coletivas espalhadas. Aí em 2011 a gente mudou pra São Paulo e explodiu também. Com três meses a gente foi numa marcha da maconha. A gente tomou bomba do [Geraldo] Alckmin [a época governador de São Paulo] na marcha da maconha. E quando voltamos pra casa a gente viu um texto circulando que era do Bruno Torturra, que fundou a *Mídia NINJA* com a gente depois. A gente chamou o Bruno e ele foi lá em casa. Ele disse que conhecia a galera que organizou a marcha, era a galera do coletivo DAR. Aí ele marcou uma reunião da gente com o coletivo e combinamos de fazer uma marcha contra a repressão, que foi a Marcha da Liberdade. E ela bombou. A gente virou um player não só cultural, mas ativista da cidade. A galera falou: “caramba, faz muito tempo que não tinha uma manifestação grande como esta em São Paulo”. Isso era pré-2013, saca? A Marcha da Liberdade somou 20 mil pessoas. Com flores, com balão, muitas cores, virou *trend topics*. Logo que acabou a marcha, parte da esquerda mais autonomista bateu em nós falando que a gente era hiper capitalista e que éramos uma empresa de novo tipo querendo se apropriar da luta popular, saca? E começaram a bater, bater, bater. E tinha uma outra galera que tinha gostado de nós e começou a elogiar. E com apenas três meses de São Paulo a gente já estava sendo “O Perigoso” e “O Legalzão” ao mesmo tempo, e a gente era aquilo mesmo. Naquele mesmo ano a gente ganhou o prêmio Trip Transformadores, ganhamos o Prêmio Bravo como melhor espaço cultural, disputando com Instituto Tomiotaki e o Sesc Belenzinho. Uma casa nossa que era uma gambiarra cheia de grafite ganhou de duas princesas da cidade de São Paulo. Aí a gente foi fazendo as coberturas das bicicletadas, as coberturas das marchas e deu um salto na qualidade

das fotos nas cenas, deu um salto na qualidade do design na cena, deu um salto na qualidade dos vídeos da cena, contagiámos o campo progressista e o entorno disso que sempre tinha sido muito ruim da comunicação. E a gente começou a inspirar muita gente a se desafiar, a melhorar. Aí organizamos o ato Amor sim, Russomano não. Depois a gente fez o Existe amor em São Paulo. E aí não parou de crescer. O Amor em São Paulo é de novembro de 2012. Em dezembro a gente organizou um evento chamado Preliminares 2013 vai ser foda. A gente já sabia que a cidade estava em polvorosa e que 2013 ia explodir, saca? Se vocês buscarem no Facebook vão ver que o evento está lá. A ideia de Preliminares era meio que as prévias da Foda. A brincadeira era meio essa, mas a gente já sabia que algo grande estava prestes a acontecer, que a parada estava pra explodir, porque a gente tinha ajudado a construir a mobilização. Por um lado, tinha as indignações contra a Dilma que eram reais. A Dilma entrou e não dialogava. Um dos grandes fatores foi ela ter colocado Ana de Hollanda, tirando o Juca Ferreira, que era a extensão do Gilberto Gil. Isso gerou uma indignação no setor cultural. E o setor cultural não era mais só o setor cultural, era o único setor no estado brasileiro com diálogo, com uma força emergente da nossa geração, saca? Então ali uma galera ficou indignada. Aí somou também a expectativa do governo do PT. O Fernando Haddad tinha acabado de ganhar a eleição. Então a galera não acreditava que ele ia aumentar a tarifa do transporte público, saca? E tinha também um movimento de rua que começou a pulular na cidade e a gente estava empurrando aquela mistura de tudo. Estava sendo gerada uma tensão na cidade e aquilo obviamente ia explodir. Mas qual que era a lógica? Hoje, a gente analisando, percebemos que era explodir por explodir, porque a gente ia cobrir, porque 2011 e 2012 foram os dois melhores anos pra essa geração. O PT tinha acabado de ganhar a sua terceira eleição. Os movimentos tradicionais estavam na base do PT, então estavam fora da rua, estavam sem oxigênio inclusive pra mobilizar a rua. A direita tinha perdido a sua terceira eleição, então estava na lona. Então era possível você fazer crítica a um governo de esquerda sem estar fazendo o jogo da direita. Então foram dois anos muito criativos que geraram 2013. Dois anos em que as pessoas podiam falar assim: “beleza que é um governo de esquerda, mas ele erra aqui, erra ali... E 2013, na verdade, era o grande antídoto que o governo de esquerda poderia ter utilizado pra recuperar o fôlego que já tinha perdido no Mensalão, já tinha sido perdido na coalisão com o PMDB, já tinha sido perdido nos desgastes de aparelhamentos nos movimentos sociais. E quando chega em 2013, já não tinha o mesmo vigor de 2005, saca? Ou de 2002, no primeiro mandato do Lula. Então, em 2013, se tivesse ainda um espaço brasileiro com capacidade de diálogo esse espaço era o Ministério da Cultura. 2013 ia dialogar com o estado brasileiro de alguma forma, mesmo que não os organizadores, mas o espírito de 2013. Aquilo ia entrar dentro do estado brasileiro e ia dar uma chacoalhada na burocratização que tinha se estabelecido e muito provavelmente em 2014 o campo de esquerda seria muito mais capaz de botar oito pontos de diferença no Aécio Neves [PSDB] no segundo turno. E isso iria inviabilizar a possibilidade de o Aécio reivindicar uma recontagem de votos ou uma anulação da eleição. Mas como não tinha nenhum lugar no Estado brasileiro com capacidade de entender 2013, aquilo ficou represado. 2013 não conseguiu entrar e o Estado brasileiro era o que a esquerda tinha de mais forte naquele momento. Tudo aquilo ficou tentando entrar. Bateu na porta, mas não tinha por onde entrar, e foi acumulando fora, acumulando fora. A direita que não tinha nem ideia do que era aquilo, começou a ver uma parada acumulando ali fora. A esquerda, que estava no Estado, não abriu a porta e aí a direita falou: “cara tem um negócio ali, saca? Eles não abriram a porta, vamos ver o que é”. E aí eles entraram. Não tinha golpe nenhum em 2013. 2013 era um levante legítimo, saca? De filhos de uma década ganhada, que tinham vindo dos êxitos do governo de esquerda no Brasil, que tinham participado de conferências, que tinham acreditado e a gente continua acreditando até hoje que foram os melhores governos que existiram na história, principalmente os governos Lula, de 2002 a 2010. No mundo inclusive! Lula colocou o Brasil num patamar inacreditável. Mas aquela geração de 2013, em certa medida, já era filha da possibilidade de se manifestar, saca? E o governo Lula

abriu essa possibilidade. Eram as cotas na universidade, era a Secretaria de Mulheres, era muita coisa acontecendo. Mas como o Estado não tinha nenhum lugar com uma inteligência contemporânea, com capacidade de trazer aquela energia pra dentro, aquela energia ficou se acumulando lá fora. O que aquela galera não queria é que os partidos tentassem mediar. Era como se dissessem: “abre a porta aí que nós vamos entrar e não precisamos de mediação e ninguém”. Por isso que quando os partidos apareciam a galera os mandava embora, porque ainda estavam em dúvida. Não era os fascistas completos ali, saca? Era um trem meio que ainda entendendo a política. Mas se a porta tivesse aberto ali, aquela galera ia dialogar, saca? O Estado com vigor nos ministérios, recursos e etc podia ter criado mecanismos de transparência, de participação, que dessem suporte para aquela energia e mesmo que a direita captasse uma parte, ia ter sido 50 e 50, saca? O Estado deixou entrar um tanto e eles não iam conseguir ter a força que eles tiverem pra rivalizar na eleição de 2014. E talvez em 2018, mesmo que fosse perder, talvez o PT perdesse para um partido de centro-direita, saca? Talvez Bolsonaro não tivesse ganhado a eleição.

### **E como a *Mídia NINJA* nasce nesse contexto das manifestações de 2013?**

**PC:** A gente tomou porrada pra caralho com o surgimento da *Mídia Ninja*. A gente explodiu com a *Mídia NINJA* em 2013. O MPL [Movimento Passe Livre] que puxou não queria que a gente estivesse nas ruas, porque eles odiaram o trem do Rosa do Amor, saca, da gente vir de outro lugar, então eles achavam que a gente estava empacotando tudo pra vender pro PT. Eles não gostavam da nossa existência. Era aquela coisa: “o que esses interioranos vieram fazer aqui na capital? E tão conquistando gente. E tão fazendo ato grande”. Então eles estavam na rua com mais vontade do que nunca também, saca? Pra provar que nós não éramos o novo movimento. As primeiras músicas que eles cantavam diziam: “acabou o amor! Isso aqui vai virar Porto Alegre”. Era um trem belicoso, saca? Do tipo vamos leva pra porrada. O que fez 2013 explodir não foi o MPL ir pra rua. O que fez 2013 explodir foi que as pessoas que eram influentes na cidade, que tinham 30 mil, 40 mil, 50 mil seguidores no *Twitter* ou no *Facebook*, tinham gostado de ir pra rua nas ações que a gente estava tocando. No Churrascão da gente diferenciada, no Baixo Centro, que não era a gente que tocava essas duas, mas o Amor sim Russomano não, Existe Amor em SP que foi nós que tocamos, a Marcha da Liberdade. Isso transformou a rua, um lugar que uma parte da classe média achava meio tosco, porque a maior parte dos movimentos que estavam indo pra rua eram dos autonomistas que não queriam saber de dar espaço, por exemplo, pra cultura. Na hora que o MPL tomou porrada, depois de dez anos tomando porrada e não dando nada, essas pessoas se revoltaram porque falaram: “pode ser eu na próxima”. Então uma galera que tinha vindo da cultura se revolta e era a soma da tarifa com o movimento do Existe Amor e das coisas que a gente tinha construído. E juntando essas duas coisas foi uma explosão. O MPL não queria que a gente tivesse lá e ficou hostilizando na rua. Mas a gente sabia que era responsável por aquilo também. E de repente a gente pega e liga nosso celular e faz um vídeo, saca? Aquilo ali dá 100 mil seguidores assistindo. A gente olha para o MPL e mostra aquele sinal: “Olha aqui pra vocês! Vocês podem tocar o evento do jeito que quiserem que é a gente que vai contar a história de 2013”. E foi assim que a *NINJA* nasceu. Começamos a contar a história. Aquilo explodiu e a gente foi para o *Roda Viva*, na *TV Cultura*. E aí foi demais, porque a mídia hegemônica só queria saber de onde vinha o dinheiro, se o que estávamos fazendo era jornalismo ou não. A charge no dia seguinte sobre o programa mostrava os dinossauros entrevistando o meteoro, era meio que a brincadeira. Explodimos no *Roda Viva* e aí a gente tomou porrada de tudo quanto é lado. Acho que a gente é o único movimento na história que teve uma matéria com as mesmas características na *Veja* e na *CartaCapital*, os dois veículos batiam na gente. Sendo que, na minha opinião, a *Veja* foi muito mais sensata do que a

*CartaCapital*. A *Veja* era: “Os ninjas do PT” e o texto da *CartaCapital* era “Seita que pratica trabalho escravo”. Isso pelo fato de a gente ser uma comunidade em que todo mundo era dono de tudo. A *CartaCapital* colocou a gente era uma seita. Por não termos salário falavam que tínhamos trabalho escravo.

### **Qual o objetivo da *Mídia NINJA*?**

**PC:** O objetivo de tudo sempre foi dar suporte pra quem não tinha, dar visibilidade pra quem é invisível, conectar gente, saca? E fortalecer uma ideia de inteligência coletiva que pudesse buscar soluções para os problemas que viessem a surgir. Então esse que é o objetivo de tudo.

### **Como vocês usufruem da tecnologia?**

**PC:** É orgânico também, saca? Em 2001, 2002 o IRC já bombava, você já tinha ICQ. O MSN já estava na beirinha de acontecer, a internet era uma realidade, claro que longe de ser o que ela é hoje. Nossa geração não vem da Revolução Russa, a gente vem da Semana de Arte Moderna, da Tropicália, do Cinema Novo, dos Novos Baianos, do Manguebeat, do ministério do [Gilberto] Gil. Então, além da gente já ter surgido no século XXI, a gente já vem de outro princípio ativo. Quando você mistura essa organicidade das novas tecnologias com todo esse repertório, as possibilidades de lidar de maneira mais ágil com as ferramentas contemporâneas é maior. É orgânico, você não sabe quando que começou. Não teve um ponto e virada, sabe? O *Cubo Mágico* só cresceu porque a gente já tinha isso na mão.

### **Tem algum filtro para definir o que vai ser transformado em notícia? O colaborador tem liberdade de produzir?**

**PC:** O colaborador tem uma liberdade do que vai produzir. Tem uma série de editores espalhados pelo Brasil que estão permanentemente avaliando esses conteúdos e vendo que conteúdo está bem aferido, saca? Eles veem o que está bem apurado, o que tecnicamente tem alguma linguagem. Não precisa ser a coisa mais linda do mundo, mas ter linguagem, ter conceitos é importante. A nossa régua é se no que você produziu você conseguiu imprimir algum conceito, e quais as condições você teve pra fazer aquilo. É uma inteligência coletiva que permanentemente está pensando o negócio. É uma organização fluída, saca. Temos vários editores que recebem esses conteúdos, debatem entre eles e os autorizam. São mais de 5 mil inbox por dia com conteúdo que recebemos. É muita coisa.

### **As reuniões de pauta são semanais?**

**PC:** Não, são diárias porque 5 mil inbox é muita coisa, saca. O “comentariado” está nos alimentando permanentemente. Então tem um chat vivo em que as pessoas estão ali permanentemente discutindo. Não tem tempo pra reunião semanal mais. Não é presencial não. É obvio que existem encontros presenciais e eles são fundamentais, mas não pra reunião de pauta, saca? Encontro presencial é pra reunião de tudo, toda hora acontece algum trem. Vamos pra Amazônia agora, Greta Thunberg está em Nova York, Casa Amazônia vamos fazer, Casa em Lisboa vamos lançar. Ah, tem que lançar uma casa na Bahia? Então vamos pegar o carro agora e circular, vamos encontrar pessoas, vamos montar uma super sede, qual que é essa parada aqui [referindo-se ao local em que acontece a entrevista, ou seja, a redação da *Mídia NINJA*]. Isso aqui é uma florestona em que a gente quer encontrar todas as espécies possíveis, trazer aqui pra dentro e misturá-las. É um espaço de permanente encontro presencial e a gente organiza

umas 100 grandes festas. A gente mistura do hacker às putas, aos ativistas, dos pastores aos progressistas, saca? Conseguimos dialogar, sem morrer e sem ninguém se matar, com diferentes campos. A gente é respeitado pelo PT, PSOL, PCdoB, MST, UNE, pelo Levante Popular da Juventude, pelo Juntos, pelo Rua, saca? E ao mesmo tempo temos direito de ter um planeta próprio.

### **Como acontece a comunicação dentro do veículo?**

**PC:** A gente tem milhões de seguidores. Desses milhões a gente tem 500 mil que a gente chama do novo movimento de massa do século XXI, que é uma tese nossa que está bombando aí na academia. É o que chamamos de “comentariado”. Depois do proletariado o maior movimento de massa é o comentariado. A gente desenvolveu essa tese e isso é muito legal. Tem 500 mil pessoas que comentam diariamente nas nossas coisas ou mandam mensagens *inbox*, ou nos compartilham, saca? E essas pessoas vão do Bruno Gagliasso ao João de Mazagão, no interior do Amapá, saca? Então são radares que confiam no que a gente está fazendo e que estão permanentemente com a gente nos mandando conteúdo. Nós temos grupos de *Telegram* espalhados pelo Brasil inteiro e as coisas chegam muito rápido. Já são quase 20 anos de comunidade, né? Criamos um sistema de automação que qualquer notícia que chega circula muito rápido na nossa comunidade e todo mundo está muito informado de tudo o que acontece. Então esse comentariado é incrível.

### **Existe algum critério para ser colaborador da NINJA?**

**PC:** O critério é ter disposição de estar conectado em rede. Estar dialogando com as pessoas que já fazem parte da rede para elas te localizarem dentro da plataforma, saca? Ter a disposição de frequentar alguns desses encontros e demonstrar compromisso com aquela história que você está contando. Que você não ache que é o rei, a rainha do universo e que você vai ter que postar seus conteúdos na hora que eles chegarem. Tem que saber que aqui o lance é de construção coletiva. Isso exige lucidez e disposição das pessoas. Então o critério maior é a disposição das pessoas em dialogarem com esse ecossistema.

### **O Bruno Torturra acabou deixando a *Mídia NINJA* por ficar incomodado com a estrutura descentralizada do veículo. Ele alegou que não tinha como controlar todos os conteúdos que chegavam. Como você recebe essa crítica?**

**PC:** Não só acho legal não ter controle das coisas, como não tem outra opção, saca? Não tem uma opção estratégica. É isso que a gente chama de “orgânico”. Você não tem como controlar o que é orgânico. Você não tem como controlar aonde o passarinho vai cagar a semente da goiaba que ele comeu. Não é plantação de soja é floresta amazônica, saca? Plantação de soja você controla, floresta Amazônica é viva, você não sabe que horas a onça vai vir ou onde tem uma nascente do rio, e quais ecossistemas vão vir a partir daquela nascente. A gente brinca que o Fora do Eixo é nossa floresta e a *Mídia NINJA* é nosso Rio Amazonas e nós temos um monte de afluentes surgindo desse Rio Amazonas. E uma biodiversidade dentro dessa floresta que faz com que a gente tenha 50 redes que a gente construiu e que se a gente fosse controlar, a gente teria parado nos 10 mil shows que a gente organizava das músicas lá atrás, a gente teria construído uma nova indústria da música. A gente ia estar muito mais tranquilo organizando 10 mil shows, ganhando nossos prêmios, comprando show da Anitta, lançando banda de Cuiabá. Não cara, orgânico continua vivo, continua andando e você não tem muito o que controlar. Você continua caminhando com ele e essa era uma das nossas diferenças com o Bruno e que

não eram tão latentes, mas, depois que explodiu tudo, a gente entendeu que tinha que continuar isso. Continuar deixando a parada orgânica. Ela é viva.

### **Como você enxerga o cenário atual para a comunicação contra-hegemônica?**

**PC:** Acho que vai haver um “boom” muito grande desse movimento a partir de agora, dessa comunicação progressista. A internet explode quando explode o governo Lula, saca? Durante os últimos 16 anos essa comunicação teve que crescer em alguma medida na defesa desse legado. Era muita coisa que estava no entorno do que representava o Lulismo. E agora, com o Bolsonaro, a possibilidade dessa agenda da mídia independente se construir a partir da oposição vai gerar também um crescimento. Teremos a invenção de novas iniciativas com essa fichona que vai cair pra todo mundo das possibilidades de ter cada vez mais gente construindo tudo isso junto. Então eu acho que os próximos anos vão apresentar soluções que os últimos 15 anos, por tá sob um teto de um governo que foi muito atacado desde o começo, não conseguiu. Essa comunicação ficou sempre abaixo do que era o tamanho do governo do PT. Por que o outro lado [conservador] cresceu? Eles cresceram porque não tinha teto. Eles podiam crescer pra cima desse teto, saca? Então eles estavam com o vento a favor. O MBL [Movimento Brasil Livre] cresceu, porque estava com o vento a favor. “Ah, mas eles tinham tecnologia”. Não! A esquerda já tinha a mesma tecnologia que eles, não de *fake news* e essas coisas, mas de mobilização, de gente e etc. O problema é que o vento não estava a favor. Agora o vento cada vez mais vai estar a nosso favor. O vento da disputa da opinião pública, saca? Então é obvio que isso também vai gerar crescimento pra todo mundo. Quem lançar veículos de comunicação na sua cidade hoje vai ver esses veículos crescerem, se tiverem dedicação, é claro, pra não pararem no primeiro problema. Tem que ter disposição de continuar e saber que o processo é duro. Mas eu acredito que nesses anos de Bolsonaro essa comunicação vai crescer pra caramba. Porque ele vai perder adesão cada vez mais. Independente de qualquer coisa, em 2013 rolou o salto de consciência do brasileiro. Hoje as pessoas falam de política em qualquer lugar, até na balada se você não souber falar de política, você tá fora, saca? Hoje tem um número muito maior de pessoas falando de política e é obvio que mais gente vai se conscientizar que o Bolsonaro é uma farsa, é um traste completo. E quem vai disputar essas pessoas? Até a Globo tá tentando disputar! Então vai surgir muita coisa, assim como surgiu o Vem Pra Rua. O Felipe Neto já veio para o nosso lado. É obvio que ele mudou a cabeça dele. Não estou falando que ele foi oportunista, ele mudou mesmo. Mas tem um lado que é inegável: ele fez o cálculo de que dava pra mudar de lado. A grande parada é o precipício. Você tem que se jogar no precipício. Se a nossa geração não se joga no precipício, ela não vai sair do lugar. A grande parada é o seguinte: acredite que você vai conseguir construir uma cama elástica e essa cama vai te segurar na hora que você pular do precipício. Não vai ser um suicídio, vai ser um impulso pra você dar outro salto. A gente fez isso várias vezes, saca?



## APÊNDICE L - Entrevista com Kátia Brasil, cofundadora da agência *Amazônia Real*

A entrevista foi realizada por intermédio de diversos arquivos de áudio enviados via *WhatsApp*, entre 16 e 21 de agosto de 2020.

**Em entrevista à série de livros “Mestres da Reportagem”, quando comentou as emblemáticas manifestações de junho de 2013, você disse: “Em 2013, o povo estava nas ruas com diversas pautas, mas nelas não apareciam as questões da Amazônia”. A *Amazônia Real* foi criada naquele ano. O motivo foi essa invisibilidade das pautas sobre a Amazônia no nosso país? Pode explicar como nasceu o veículo?**

**Kátia Brasil:** Exatamente! Naquele contexto de junho de 2013 havia nas ruas uma mobilização muito grande, a população brasileira depois de muitos anos foi cobrar uma série de direitos, desde saúde, transporte...Era um período em que se aproximava a Copa do Mundo, então havia um investimento muito grande do governo nas capitais para que o evento fosse realizado e a população começou a contestar a falta de segurança, a falta de saúde nos hospitais e a corrupção também. Não era uma manifestação contra o governo da Dilma. Era uma manifestação contra essas questões específicas. Nas manifestações aqui em Manaus havia a presença de indígenas cobrando demarcações dos territórios, mas no dia seguinte nos jornais não se falava nada a respeito. E antes disso a gente já observava a invisibilidade das questões da Amazônia nos jornais que nos trabalhamos, né. A agência *Amazônia Real* foi fundada por mim, pela jornalista Elaíze Farias e pela jornalista Liége Albuquerque. Nós nos juntamos para criar a primeira agência de jornalismo independente da Amazônia, voltada para a narrativa dos povos tradicionais, dando voz a eles, porque nós observamos que eles não têm acesso à mídia de modo geral. Quando procuram a mídia para comentar algum fato que acontece na comunidade, raramente eles têm essa voz, então nós resolvemos ter esse objetivo de criar a agência para discutir os temas da Amazônia em um site. E aí a gente começou a pensar em um novo conceito da *Amazônia Real*, que era da democratização da informação. Porque não adiantava a gente produzir conteúdo sobre os povos tradicionais e quando a matéria fosse divulgada no site eles não pudessem ter acesso a isso. Como é que eles iam pagar lá na aldeia para ler uma reportagem? Impossível! Então a agência nasceu com esse caráter de democratização, de acesso à informação, e também com a missão de defender os Direitos Humanos, a liberdade de expressão e a liberdade de imprensa. Desde o começo pensamos nisso para valorizar o profissional de jornalismo. Em nenhum momento quando nós começamos convocamos jornalistas para trabalhar com a gente, porque começamos a observar que a profissão estava muito precarizada. Em 2013 era muita gente sendo demitida, ninguém realmente tinha condições de continuar trabalhando. Eu conheci até amigos que desistiram da profissão naquela época, que foram demitidos de grandes jornais e foram para outras áreas, porque não conseguiram entrar no mercado. Então a gente não poderia contratar ninguém ou chamar alguém para trabalhar voluntariamente. Nós trabalhamos durante três meses muito, tivemos também o apoio do editor de fotografia, que se tornou depois nosso editor de fotografia, Alberto César Araújo, que nos forneceu todo o seu acervo fotográfico. Ele tem mais de 20 anos de fotografia na Amazônia, então nos cedeu muitas fotos. E aí no dia 21 de outubro colocamos o site da agência na internet, colocamos literalmente no ar e aí nasceu a agência *Amazônia Real*. Durante o primeiro ano de 2013, até 2014, todo o trabalho era feito na minha casa. Fazíamos o fechamento sempre aos domingos. Trabalhávamos de segunda a domingo, porque segunda a gente resolveu folgar. Nós mantemos essa rotina até hoje, dia de sábado a gente não trabalha, a gente resolveu se dar uma folga, para poder fazer o fechamento a partir de domingo e aí começar a semana. As pessoas iam para a minha casa. A gente comia aqui em casa mesmo, tinha gente trabalhando na cozinha, outros na varanda, outros na sala... Vinha o designer pra cá, vinha

também o pessoal da parte de desenvolvimento... E assim nasceu a agência *Amazônia Real*. Eu me dediquei durante um ano, peguei a minha indenização e não comprei o apartamento que eu queria. Me dediquei durante um ano para me manter com um salário dos meus próprios recursos, para eu poder me dedicar à agência. E no mês de dezembro de 2013, próximo ao Natal, aconteceu um conflito na região sul da Amazônia que foi um conflito envolvendo povos indígenas e a população de Humaitá. Três homens ficaram desaparecidos dentro da terra indígena Tenharim. Nós cobrimos esse caso, que foi um crime de grande repercussão. Cobrimos aqui de Manaus, não tinha dinheiro para viajar, não tinha tempo de fazer vaquinha. Algumas pessoas até pensaram nisso, mas não tinha tempo, e esse caso realmente deu uma grande visibilidade para a agência. A *Amazônia Real* nasceu quando as redações começaram a demitir os jornalistas, foi após isso. A Laís tinha sido demitida mais ou menos no mês de abril, eu fui demitida no mês de junho da *Folha de São Paulo*, após 13 anos de trabalhos dedicados à Amazônia, sendo correspondente em Manaus. A *Folha* manteve um escritório durante dez anos, e eu administrei esse escritório. E aí quando a Elaíze foi demitida, eu falei para ela criar um blog que falasse de meio ambiente e povos indígenas, porque ela era a única jornalista aqui do Amazonas, no maior jornal do estado, que é o jornal *A Crítica*, que escrevia sobre os povos indígenas e as questões ambientais. Não existia outra profissional que fazia isso, inclusive ela era repórter especial. Ela criou um blog, começou a escrever. Quando eu fui demitida, a Liége me procurou e falou que como eu e a Elaíze havíamos sido demitidas, era para criarmos uma agência de jornalismo independente. No primeiro momento eu fiquei um pouco pensativa sobre como eu iria me manter com uma agência independente, eu tinha acabado de receber minha indenização, então eu precisava saber o que iria fazer, se iria investir em um negócio ou se eu ia comprar meu apartamento, que esse era o meu desejo. E aí eu fui estudar, nós fomos avaliar o que tinha no mercado. Nossa inspiração era a *Agência Pública*, primeira agência de jornalismo independente do Brasil. Também nos inspiramos no site *ProPublica*, dos Estados Unidos, que há muitos anos se coloca como jornalismo independente, inclusive financiado por leitores, e no site do *El Faro*, que fica em El Salvador, que também já tinha uma experiência grande de jornalismo independente. Então a gente começou a avaliar essas mídias, e eu fui estudar empreendedorismo no Sebrae. Fui aprender como se administra uma empresa, como se cria uma empresa. Naquela ocasião a gente não tinha tantos recursos para contratar um contador e eu fiquei durante um mês à disposição para criar essa empresa, criamos uma microempresa, inclusive. Investi na empresa, contratamos designer, contratamos pessoas ligadas a marketing, publicidade, para captar recursos em empresas que achávamos que conseguiríamos alguma coisa através da publicidade, pois aqui tem a Zona Franca de Manaus, mas não conseguimos nada. E aí conversamos com o professor Rosental Calmon Alves, do *Knight Center for Journalism in the Americas* [centro de estudos sobre mídia da Universidade do Texas, nos EUA], para ele nos tirar dúvidas e para ele nos dar uma luz do que fazer, porque naquele momento, em agosto de 2013, a gente não sabia se fecharia o conteúdo ou se seria um conteúdo aberto, para que todo mundo tivesse acesso.

### **Quais são as principais problemáticas da Amazônia e de seus povos abordados comumente na *Amazônia Real*?**

**KB:** A agência tem cinco editorias fixas, nas quais a gente trabalha as questões da Amazônia: Povos Indígenas, Meio Ambiente, Política, Economia & Negócios e Cultura. Essas editorias se dividem em uma série de outros subtemas, que a gente vai colocando. Meio ambiente e Povos Indígenas são as nossas principais editorias, em que a gente coloca realmente tudo o que acontece na região. Em Povos Indígenas, por exemplo, a gente fala não só das questões dos conflitos que eles enfrentam, da demarcação dos territórios, mas conflitos que envolvem mortes. Também publicamos casos que envolvem desvio de recursos públicos, que

são para a área de saúde, educação. Noticiamos também quando eles enfrentam dificuldades como falta de abastecimento de água... Tudo o que é relacionado aos povos indígenas a gente coloca nessa editoria. Em Meio Ambiente a gente fala das questões ambientais da Amazônia, como propriamente diz o nome da seção. Falamos de poluição, as questões de grandes impactos dos garimpos, a mineração, também fazemos entrevistas com especialistas. Em Política a gente fala sobre a política que os governos fazem na Amazônia. Falamos de política institucional, mas também da corrupção que envolve políticas voltadas para os povos tradicionais. Então são inúmeras questões que estão no âmbito político, mas sempre pegamos as que são voltadas para a Amazônia. E nós falamos com todos os governos, prefeituras... Entrevistamos desde ministros a vereadores. Então a gente tem acesso a todos os órgãos da área institucional do Brasil. Em Economia, a gente fala muito de economia solidária, economia voltada à sustentabilidade da floresta, negócios que envolvem a floresta. Em Cultura a gente fala não só da cultura dos povos tradicionais, mas da cultura das próprias cidades, as questões dos artistas especificamente, quando há uma divulgação até de um show de alguma cantora aqui da região, que a gente quer dar visibilidade, a gente publica matérias relacionadas a essas pessoas. Então é bem diverso. Já cobrimos, inclusive, eventos que são relacionados à parte de artes plásticas e os que são relacionados à produção de livros. Publicamos quando há lançamento de livros cujo tema tem muita relação com a questão da região. Nós somos uma agência de notícias que produz conteúdo aqui de dentro da região amazônica, mas feita por jornalistas na maioria que moram aqui, então é um jornalismo regional, de alta qualidade e que nós temos a prioridade de produzir conteúdos em diversos formatos, textos, vídeos. Já produzimos podcast. A gente deu uma parada, mas a tendência é em outro momento já termos um podcast definitivo da *Amazônia Real*. E produzimos muito vídeo. Usamos todas as plataformas, do *YouTube* ao *Instagram*, o *Facebook*, o *Twitter*, tudo para divulgar as nossas notícias. Então estamos no ambiente digital desde o primeiro momento do surgimento da agência.

**Na sua opinião, como a grande imprensa cobre as problemáticas da Amazônia e de seus povos?**

**KB:** A grande imprensa cobre a Amazônia, infelizmente, quando a Amazônia é destaque na mídia internacional. O maior exemplo disso é quando a fumaça das queimadas chegou em São Paulo em 19 de abril de 2019. Só aí houve um clamor. A região já estava com problemas de queimadas há alguns meses, porque a temporada de queimadas geralmente começa em maio e as cidades começam a sofrer problemas de poluição do ar, porque são encobertas pela fumaça literalmente. Manaus, Porto Velho, em Rondônia, Rio Branco, no Acre, algumas cidades do Pará, como Santarém, Marabá, Novo Progresso... Essas cidades são todas encobertas de fumaças desde maio. Algumas começam fortemente a partir de julho, agosto e aí vai até setembro. Então é um fato que já acontecia, mas precisou chegar nas grandes cidades para chamar a atenção do povo brasileiro sobre o que estava acontecendo na Amazônia. De modo geral o povo brasileiro não conhece muito a região amazônica, não tem tanto interesse, inclusive não é somente nas outras regiões, na própria região norte há uma dificuldade muito grande de o povo compreender a importância da floresta amazônica, de ela se manter viva e de as organizações garantirem a existência dessas culturas diversas que existem e da biodiversidade também, porque embaixo da floresta mora muitas pessoas. Então a mídia brasileira tem essa questão específica, ela tem muito mais interesse no que acontece no Sul e Sudeste, no mais tardar em Brasília, que é o foco do poder. Na própria *Folha de São Paulo*, na sua estrutura de redação, acontece isso. Quando eu trabalhava lá, houve uma pesquisa que mostrou que o leitor de São Paulo não tinha interesse no que acontecia no resto do Brasil. Ele está interessado no que acontece lá, é como se fosse um jornal local, em que o grande interesse é sobre o que acontece na cidade e no estado, pouco se tem interesse no que acontece no Nordeste e no Norte

do Brasil. É como se a gente não existisse. Essa invisibilidade existe dentro dos grandes jornais, porque o seu público está focado no que acontece na região sudeste, sul e fora do país. Ou em Brasília, porque é o centro do poder. Isso é uma coisa que eu vivenciei, observei isso dentro das redações. Não havia muito interesse para as questões dos povos indígenas, dos quilombolas, como não há até hoje, mas quando há um grande fato, a discussão das queimadas, desmatamentos, e agora com o governo Bolsonaro pelo fato de que, desde o primeiro momento em que ele concorreu à eleição ele disse claramente que não ia demarcar nenhuma terra indígena, ele não tem interesse na cultura indígena e nem nos povos quilombolas, então isso aí virou uma grande discussão na mídia brasileira e a Amazônia passou a ter mais visibilidade, mas quando voltamos para questões específicas do dia a dia, não se vê na imprensa local, por exemplo, matérias sobre meio ambiente, povos indígenas. Agora na pandemia pouco se falou sobre quem foram os indígenas que morreram.

**Podemos dizer que a *Amazônia Real* preenche as brechas deixadas pela grande imprensa do eixo Rio-São Paulo?**

**KB:** A agência *Amazônia Real* preenche um pouquinho desse vácuo que existe sim, porque nós estamos aqui no centro da Amazônia, que é Manaus, e hoje nós temos colaboradores nos nove estados da Amazônia. A gente não consegue cobrir tudo, porque a Amazônia é uma região muito vasta. Cobrimos uns 2% do que acontece aqui. A Amazônia é um celeiro de notícias, todo dia tem muitos fatos acontecendo, basta o jornalista procurar, basta ele querer. A gente é uma agência pequena, que está crescendo de forma pequena, a gente não está abraçando muitos projetos, porque queremos que a *Amazônia Real* tenha esse objetivo específico de se manter nessa pauta diária sobre as questões dos povos tradicionais e da floresta, então não podemos abarcar muitos projetos, mas a gente já tem projetos que estão em desenvolvimento. Um dos projetos, que foi criado em 2018, é o Jovem Cidadão, que tem por objetivo empoderar lideranças para serem protagonistas em suas comunidades, e, em 2019, nós criamos a oficina de jornalismo socioambiental, que tem objetivo de ensinar os estudantes de jornalismo o que é essa prática de jornalismo, ensinamos a ter fontes, a trabalhar com vídeos, com fotografia e também falamos sobre as questões específicas sobre o jornalismo socioambiental. Esse ano de 2020 nós teríamos que fazer a segunda oficina, mas por causa da pandemia não fizemos, é uma oficina que teve muito interesse do estudante. Então é dessa forma que a *Amazônia Real* vai tentando quebrar essa bolha que existe, porque a mídia tradicional domina o noticiário. Nós somos uma agência de notícias e o nosso objetivo principal é que os grandes jornais republicuem as nossas notícias assim como eles republicam as notícias de todas as agências internacionais, inclusive governamentais. E gente ainda não conseguiu quebrar esse desafio, que é um desafio que eles precisam observar que nós estamos aqui para colaborar, a gente não está aqui como concorrente, porque eles são grandes empresas, nós somos uma pequena mídia, mas estamos aos pouquinhos conseguindo isso. Hoje, por exemplo, a Global Voice, um site americano, publica as nossas notícias em inglês e espanhol. A cada mês eles publicam duas notícias. Nós temos uma série de parceiros que republicam o nosso conteúdo. Nosso conteúdo tem uma licença criativa que permite que qualquer veículo de comunicação, até comercial, republique o nosso conteúdo, desde que dê o crédito do autor e da agência, e esse é dos objetivos que nós estamos seguindo agora, tendo parcerias com algumas organizações que apoiam o jornalismo que a gente faz, por exemplo a *Repórter Sem Fronteiras* e o projeto chamado *Diálogo Brasil*, que é uma organização que é vinculada a um dos nossos financiadores, que é a Clua [Climate and Land Use Alliance Université Paris 12], que eles estão nos dando cursos, sobre essa questão específica de audiência e trabalhar as novas tecnologias.

## **Do momento da criação para o atual, o objetivo da *Amazônia Real* mudou ou permanece o mesmo?**

**KB:** Continua o mesmo, que é dar visibilidade às questões da Amazônia e seus povos. A gente permanece seguindo esse objetivo, porque isso se mostra muito vital. Agora, na pandemia, nós começamos a nossa cobertura a partir do dia 15 de março, nós publicamos nossa primeira reportagem, e colocamos todo o nosso grupo de jornalistas para trabalhar de casa. Alguns precisavam de internet e nós fornecemos. A gente conseguiu flexibilizar o orçamento que tínhamos para 2020, e aí começamos a instalar internet na casa do jornalista. Nós temos um grupo de 40 colaboradores, sendo 30 jornalistas, entre fotógrafos e repórteres, os 10 que nós temos como voluntários são colunistas da academia, que escrevem colunas, alguns semanal, alguns a cada 15 dias. Essas pessoas são as únicas que não recebem bolsas da reportagem, mas os jornalistas todos eles são contratados, todos eles são CNPJ. Nós temos agora só uma pessoa contratada com carteira assinada, que é a nossa assistente de administração. Pela primeira vez nós vamos ter uma assistente.

E aí durante a pandemia a gente observou que os povos indígenas estavam totalmente vulneráveis com essa questão do coronavírus, não tinham muitas informações, como prevenir essa doença, os órgãos do Ministério da Saúde ligados à saúde indígena não tinham ainda divulgado os protocolos no dia 13 de março, só no dia 17 que eles foram publicar, depois que nós já tínhamos publicado a primeira matéria, inclusive trazendo os indígenas preocupados, alguns já estavam fazendo medidas por conta própria, sem saber como fazer direito, mas já estavam fazendo quarentena. Alguns eventos já estavam sendo desmarcados... Mas eles não tinham orientação, não havia as barreiras sanitárias, eles não tinham recebido medicamentos, nem máscaras. Era uma série de situações emergentes que a gente começou a observar e começou a relatar, e, quando começaram os primeiros casos, nós já estávamos há quase dois meses na cobertura. A gente começou a ter uma facilidade de receber informações, eles começaram a nos procurar para dizer o que estava acontecendo, como estão fazendo até hoje. E aí começaram a morrer várias pessoas, e a gente começou a dar visibilidade a esses mortos, pelo fato de que, de um modo geral, não se falava dos indígenas que estavam morrendo na pandemia, não tinha ninguém falando. Nem as próprias organizações estavam, só diziam números, não diziam quem era. A gente começou a fazer perfis dessas pessoas, que a maioria são lideranças, que trabalharam muito em seus territórios, não só para demarcar, mas para manter a cultura viva, e começamos a escrever vários perfis. E alguns casos a gente acompanhou a saúde dessas pessoas, escrevemos como elas estavam sendo tratadas, como estava os atendimentos nos hospitais... Não havia hospital de campanha, aliás, o governo não criou um hospital de campanha na Amazônia para os povos indígenas. Nesse período foi muito difícil, eles tiveram que fazer manifestações nas ruas, tiveram que mandar carta para o governo, pedindo para colocar leitos para os indígenas. Chegou até o ponto de não ter oxigênio no hospital de São Miguel da Cachoeira, e alguns indígenas iam morrer. A gente teve que intervir nisso, acabamos saindo do nosso trabalho de jornalistas para poder ajudá-los a ter condições de se manter vivos. Foi muito difícil, foi uma coisa assim profunda. Nós ficamos sobrecarregados, nossa equipe que foi para a rua foram apenas os fotógrafos.

Hoje inclusive nós temos um apoio psicológico da *Repórteres Sem Fronteira*. Estávamos precisando disso. Foi muito difícil escrever quase todos os dias sobre quem estava morrendo. Começamos a cobrir a questão dos Ianomâmis, que também foi muito difícil. Quando ocorreu o primeiro caso de morte entre eles, foi uma situação que eu fiquei muito chocada, porque foi negligência pura. Nós classificamos isso realmente como um genocídio, porque o governo não deu atenção desde o primeiro momento aos povos indígenas e nem aos quilombolas, e são as populações que mais estão sofrendo nessa pandemia aqui na Amazônia. E isso para um jornalista, sabendo que tem esse perfil do jornalismo cidadão, do jornalismo que defende os

Direitos Humanos, isso para a gente é um choque muito grande, saber que eles não se organizaram a tempo de dar as informações, explicar que esse vírus é muito perigoso, não se pode fazer eventos, não se pode juntar ninguém em aldeias para fazer futebol, por exemplo, como aconteceu no Mato Grosso, que até futebol foi realizado, tudo por falta de informação. Como eu já disse algumas vezes em entrevistas, a desinformação é a pior situação que existe durante essa pandemia. As pessoas negaram a existência da pandemia, devido ao discurso do presidente Jair Bolsonaro. Isso se reproduziu em todos os cantos do Brasil e na Amazônia também não foi diferente. Isso fez com que as pessoas não acreditassem na letalidade do vírus. Até hoje ainda existem muitas situações de perigo, em que pessoas saem da aldeia e vão para as cidades, e querem voltar sem fazer quarentena, então coloca todo mundo em risco. Essa semana mesmo eu acompanhei um caso lá do sul do Amazonas, em que os indígenas queriam sair das aldeias para ir buscar benefícios na cidade, então foi toda uma estratégia da Funai [Fundação Nacional do Índio] para que eles voltassem rápido, porque na aldeia tem pessoas idosas que, se tiverem contato com esse vírus, muito dificilmente vão sobreviver, porque não há um hospital perto, não tem como chegar no hospital rapidamente. Se viaja muito de barco, na estrada, de carro para chegar, para ter acesso a uma cidade maior que tenha um hospital com complexidade para poder atender um paciente dessa doença. Então isso é uma coisa chocante, e que mostra realmente a negligência que existe no governo atual com os povos indígenas e com a floresta amazônica, porque o desmatamento também continua aumentando e as queimadas voltaram, tudo por falta de atenção, por falta de investimento na área ambiental.

### **O que mudou na cobertura da *Amazônia Real* com o governo Bolsonaro?**

**KB:** Desde 2018 a gente começou a ter mais atenção nas violações de Direitos Humanos. A partir do momento que o governo Bolsonaro foi eleito, duas comunidades indígenas foram atacadas e elas não são nem da Amazônia: foram os Pankararu, em Pernambuco, e os Guarani Kaiowá, que foram atacados por fazendeiros. A gente acompanha essas duas etnias a distância, porque eles nos pediram. Eles não têm acesso à mídia nos estados deles e se sentem marginalizados, invisíveis. Eles nos avisaram o que tinha acontecido, nós cobrimos, daí a gente cobrou uma providência ao Ministério Público, porque quem trata das questões indígenas é o MPF. Também cobramos a Polícia Federal sobre o resultado das investigações. Até hoje ninguém sabe quem foi que atacou os indígenas Guarani Kaiowá, ninguém sabe quem colocou fogo na escola e no posto de saúde dos Pankararu, e as coisas ficam assim. Então a gente tem o dever de cobrir essas comunidades nesse momento de ataques. Em dezembro de 2018, já com o Bolsonaro eleito, na terra dos Avari, aqui no Oeste do Amazonas, por três vezes a base de proteção aos índios isolados da região lá do Norte foi atacada por pessoas que passam, ninguém sabe se é madeireiro, se é pescador... As pessoas passam e atiram. Já na região Sul do Amazonas os indígenas Juma, que eu também acompanho há muitos anos, estavam levando a produção de farinha deles para a cidade, pela BR Transamazônica, que é a BR 210. Eles estavam em um caminhão da Funai, e na carroceria estavam o pai e o filho - a mulher dele estava na parte de dentro do caminhão, do lado do motorista. O motorista estava viajando tranquilamente quando o carro foi atingido por dois tiros, e um deles pegou no pneu. Até hoje ninguém sabe quem fez isso. O fato é que esses ataques acontecem justamente, porque esse discurso do Bolsonaro prega desenvolver a floresta amazônica a qualquer custo. Todos os projetos dele são voltados à exploração econômica da região. Então os povos indígenas viraram inimigos dessas pessoas que são envolvidas com o agronegócio, a mineração, a madeira... Ficamos muito mais alertas, muito mais vigilantes a esses casos específicos contra os povos indígenas. Então a gente vem acompanhando, inclusive, os decretos que o Bolsonaro baixa, as legislações. O Ministério do Meio Ambiente chegou ao ponto de desmontar as duas grandes instituições que fiscalizam a floresta, que é o Ibama [Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais] e o

ICMbio [Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade], inclusive nenhum funcionário desses dois órgãos podem dar entrevistas à imprensa. Existe uma portaria do ministro Ricardo Sales que proíbe qualquer pessoa de falar. Ele demitiu todos os chefes da área de fiscalização, depois que foram denunciadas uma série de violações e exploração ilegal de madeira em terras indígenas. Então está muito difícil, mas a gente vem tentando driblar isso justamente com a parte de investigação que a *Amazônia Real* tem. Temos uma tradição de investigar, e investigar por conta própria mesmo, uma série de violações de direitos que acontecem com esses povos. Então gente tem muito mais trabalho, na verdade. Temos que ter muito mais atenção agora. A gente não consegue cobrir a política de Brasília especificamente, nós não temos um repórter lá, que acompanhe o dia a dia, por exemplo, do Congresso e da área institucional, isso é uma coisa que está em nossos planos, de a gente ter um repórter nessa área, que a gente possa cobrir. Muitos projetos, muitas portarias, muitos decretos são divulgados até na calada da noite, e quando a gente vê, no dia seguinte, já está lá posto, e aí é que as coisas começam a ser apuradas. Começamos a levantar coisas que já foram publicadas até pela imprensa nacional, mas mesmo assim a gente repercute muito e entrevistamos muitas lideranças que falam sobre esses desmandos do governo Bolsonaro nesse momento, inclusive em Brasília nós acompanhamos a primeira deputada federal indígena, a Joênia Wapichana. Ela sempre nos dá entrevista. A gente vai acompanhando a situação e as organizações indígenas.

#### **As comunidades relatam a vocês uma situação pior com esse governo?**

**KB:** Eles relatam principalmente a questão da demarcação, porque desde que assumiu, Bolsonaro não demarcou um território. Tem mais de 100 territórios para serem demarcados. Quando o governo não demarca os territórios é como se eles estivessem ali para perder as suas casas. Imagina: você tem a sua casa, mas você sabe que essa sua casa um dia pode ser tirada. Então isso para eles é muito grave, porque sem o direito ao território eles não conseguem manter a vida e a cultura deles. Isso está previsto inclusive no artigo 231 da Constituição Federal. Ele garante esse direito aos povos indígenas, o usufruto da terra. Então é nessas terras que eles vão desenvolver toda a sua cultura, todo o seu saber, eles irão criar os seus filhos. E essa cultura vai ser passada de geração a geração. Então isso deixa os povos indígenas em uma situação muito vulnerável. E isso sem contar que o governo planeja abrir a exploração mineral das terras indígenas para as grandes corporações internacionais. Então é outra situação muito grave.

#### **A região da Amazônia vive questões que envolvem interesses de grupos poderosos e até criminosos, que ameaçam os direitos da população indígena, ribeirinhos e outras comunidades. Qual é o desafio de fazer um jornalismo que enfrente esses interesses?**

**KB:** Vou falar primeiro dos poderosos e depois dos criminosos. Os poderosos são as grandes empresas que detêm o capital da mineração e do agronegócio. A Amazônia hoje é a última fronteira de exploração no Brasil. Há grandes volumes de terras para serem exploradas, inclusive o governo já destina terras da própria União para o agronegócio. Além das terras da União, há o interesse em explorar terras indígenas, porque essas empresas veem as terras indígenas como um potencial mercado para a produção de soja, para a extensão da cultura do arroz, por exemplo. Lá no Marajó estão sendo devastadas várias áreas que são áreas particulares, que estão sendo compradas por grandes empresários para expandir a produção do arroz. Isso traz uma série de problemas, não só para as comunidades indígenas, como as comunidades quilombolas que vivem em territórios daquela região do Pará. E essas empresas muitas vezes são de capital estrangeiro. Uma delas que a gente acompanha a situação de poluição e de violação de direitos está em Barcarena. Desde 2018 a gente acompanha as comunidades quilombolas de lá, que foram afetadas gravemente pelo vazamento da bacia de

rejeitos da empresa Hydro Alunorte, de capital norueguês. E essa empresa tem uma política muito severa com relação à comunicação. A imprensa do Pará, por exemplo, cobre muito mal o que acontece em Barcarena, porque a maior parte dos jornais são financiados por essa empresa, inclusive o próprio governo tem negócios com essa empresa. Então não sai nada lá, nada! A *Amazônia Real* ela tem um protagonismo muito grande em cobrir esse caso desde 2018, e a gente vem dando espaço, acesso e voz às comunidades para que elas falem o que está acontecendo. Muitas foram ameaçadas, ocorreram mortes, mas que até hoje não se descobriu quem matou de fato. A Polícia lá é muito negligente em relação a essas pessoas, então é um trabalho que a gente acompanha. E aí a gente vê realmente o poder dessas grandes indústrias na comunicação. Não se fala nada sobre essas empresas! Os grandes jornais, tanto *O Liberal*, em Belém, quanto *A Crítica*, aqui em Manaus, não cobrem. Quando há um problema de poluição, por exemplo, de uma grande empresa, se essa empresa investir na publicidade do jornal eles dão no máximo um release. Outra questão específica que eu bato muito é a ditadura do release. Infelizmente aqui em Manaus há mais de 800 sites e eles publicam todos os dias os releases oficiais do governo, das empresas... Produção de conteúdo independente não existe, e isso é muito grave para você criar uma cultura crítica da população. No momento em que você utiliza reportagens oficiais na sua empresa de comunicação e o público começa a ler só essas reportagens oficiais, que são reportagens bem entre aspas, você não tá criando uma sociedade diversa, democrática, que tem uma crítica para que ela entenda o que é conteúdo de qualidade e o que realmente está sendo passado para ela como uma informação apenas oficial, isso é muito grave na nossa região Norte. Com relação aos criminosos, podemos destacar os grileiros, os madeireiros envolvidos com a situação ilegal de madeira, inclusive o tráfico de drogas, que hoje está muito intenso na região amazônica. Infelizmente a Amazônia é uma rota do narcotráfico e hoje a gente já tem uma questão específica que é o aliciamento de populações tradicionais – as populações ribeirinhas - ao tráfico de drogas. Existem comunidades ribeirinhas que estão sobre o domínio do tráfico, populações que não conseguem, infelizmente, sobreviver sem esse apoio do tráfico. É uma questão nova, que nós estamos acompanhando. Em Nova Olinda do Norte, por exemplo, está ocorrendo um conflito que começou com uma questão muito fútil, um secretário que foi fazer pesca esportiva em um lago de uma comunidade e não pediu licença e acabou sendo baleado. O governo daqui mandou 50 homens da Polícia Militar para descobrir quem tinha baleado o secretário, então começou a ocorrer uma série de violações, abusos por parte dos policiais. Dois policiais foram feridos e depois veio à tona a questão do tráfico de drogas. Provavelmente as pessoas que balearam o secretário e mataram os dois policiais são pessoas ligadas ao tráfico, então as comunidades agora estão sofrendo represálias tanto da polícia quanto dos traficantes, porque os traficantes estão dizendo que a comunidade está os denunciando, então eles estão vivendo sob esse domínio, e isso é muito grave. E isso é uma coisa que vai se repetir na Amazônia a partir de agora, a gente vai começar a observar isso mais forte, porque há muita influência do tráfico de drogas nessas regiões, regiões sem acesso, eles ficam muito distantes de Manaus. E isso também acontece no Pará. O Pará tem um problema específico que são os piratas de água, homens que andam dentro de barcos, interceptam outras embarcações e provocam assaltos. Em alguns casos até há registros de mortes, estupros... A Amazônia é uma região que, infelizmente, tem muitas áreas que a gente pode dizer que são sem leis, em que a lei é da bala. Isso é uma questão que envolve a violação de direitos, tem que ter mais atenção, mais policiamento, bases da Polícia Federal nas fronteiras... E aí não é só uma questão do governo Bolsonaro. Por volta de 2015 mais ou menos a Polícia Federal deixou de fazer essas operações extensivas nas fronteiras, por falta de investimento, e isso vem acontecendo até hoje. É uma situação muito grave, pois nossas fronteiras estão abertas. O governo só faz aquelas operações pontuais. Só manda o Exército ou a Força Nacional quando acontece alguma coisa, um fato muito grave, mas eles deveriam ter uma política de fronteiras na região.



**De que forma a *Amazônia Real* consegue elevar a voz das comunidades da Amazônia? Vocês incluem personagens locais na produção das matérias de vocês? Ouvem sugestões de pautas deles?**

**KB:** A *Amazônia Real* nasceu com essa missão de dar acesso à mídia que nós criamos. No nosso site nós distribuimos gratuitamente todo o nosso conteúdo, e isso justamente para que consigamos atender a democratização da informação. É importante que todo o nosso conteúdo chegue às comunidades de forma gratuita, então hoje com o *WhatsApp*, por exemplo, a gente distribui o nosso conteúdo para mais de 1200 assinantes, que não pagam nada e recebem esses artigos, as reportagens especiais, os vídeos de forma gratuita. Então eles têm o acesso que não teriam em outros veículos que são fechados, que têm aquela assinatura fechada. Outro aspecto de dar voz é justamente que a gente entrevista todas as pessoas que nos procuram, principalmente lideranças indígenas, população quilombola. Eles são, na verdade, os nossos personagens principais. Em uma entrevista, em uma situação de denúncia, por exemplo, a gente ouve primeiro eles. Vemos as narrativas deles e é a partir delas que contamos as histórias. Geralmente a gente faz o outro lado, ouve governo, organizações, repartições públicas. Quando há o envolvimento de várias pessoas em uma matéria, todos são ouvidos. A gente é muito plural nesse sentido, mas as narrativas principais vão ser sempre das comunidades tradicionais. Esse é um tipo de jornalismo novo, porque isso foi observado tanto por mim quanto pela Elaíze, no tempo em que a gente trabalhou na mídia tradicional, que essas vozes eram invisibilizadas. Pouco se tem notícias sobre as comunidades tradicionais, não somente da Amazônia, mas também no Nordeste. E olha que a coisa era pior no passado. Os editores não tinham interesse de falar de pessoas pobres, de pessoas negras, de pessoas indígenas. Esses sempre foram temas marginalizados dentro das redações e pelos editores principalmente. Cansei de ter matérias em gavetas por isso. Então, vendo, observando essa desigualdade que existe na comunicação, dentro dos jornais, a gente pensou em criar a *Amazônia Real* para dar essa visibilidade a essas populações. Quando a gente diz “dar voz a elas”, não é que elas não tenham vozes, mas é que suas narrativas não costumam ser ouvidas e aqui, na *Amazônia Real*, elas estão em primeiro lugar. Quando você lê os textos que produzimos verá que eles sempre abrem contando o que está acontecendo com as pessoas. São esses personagens que trazem a maior parte das nossas pautas. Nossas matérias nascem de sugestões das comunidades tradicionais, a gente sempre está recebendo pautas deles. Recebemos as sugestões e analisamos. Vemos se podemos fazer uma investigação, porque, em alguns casos, são denúncias. Às vezes há pautas que eles nos enviam e não conseguimos fazer, porque as pessoas estão ameaçadas de morte e a gente tem muito cuidado de não dar visibilidade a pessoas que estão ameaçadas, pelo fato de que elas podem ficar muito mais ameaçadas e podem até morrer. Nesses casos não divulgamos nomes, por exemplo. É uma coisa que precisa ter muito cuidado, porque quando a gente não identifica uma pessoa há a suspeita sobre se aquela pessoa é verdadeira ou não. Mas aí a gente sempre ouve um órgão público. Se é uma denúncia formalizada, provavelmente o Ministério Público vai saber. E a gente também comunica, ou fala com esses órgãos para verificar a situação de gravidade de alguns casos. Mas realmente a maior parte das matérias vem desses personagens e nossas reportagens são todas exclusivas. Tudo o que a *Amazônia Real* publica no site é exclusivo, feito por nós, apurado por nós e a gente raramente republica conteúdo de outros parceiros.

**Quem são as fontes priorizadas no processo de produção de conteúdo da *Amazônia Real* (personagens, especialistas, fonte oficial, etc)?**

**KB:** Principalmente os personagens, que são as comunidades tradicionais, os indígenas, quilombolas, lideranças... Ouvimos também pesquisadores especialistas, cientistas. Ouvimos, inclusive, pessoas de fora do Brasil. Nós não temos problema nenhum em ouvir fontes. Se uma matéria tem fontes que precisam ter a identidade preservada, a gente ouve também outras fontes, até para checar determinadas denúncias. Ouvimos órgãos públicos, academias, universidades, centros de pesquisas, institutos de pesquisas também, aqui na Amazônia tem vários. A gente tem um grande campo de atuação, nos temas da Amazônia, e não temos nenhuma dificuldade de ouvir ninguém, desde o presidente da República, se quiser falar, até um vereador do interior ou uma liderança de uma terra indígena isolada, que precisa falar, a gente ouve. A gente faz entrevistas por internet, por *Skype*, por *Hangout* ou então por orelhão. Algumas comunidades que não têm telefone, só têm orelhão, a gente fala com eles por orelhão. Nós recebemos muitas coisas também por *WhatsApp*, como áudios de lideranças, vídeos que eles mesmos produzem e mandam sem edição nenhuma. A gente junta tudo isso para saber como é a história, saber o que está acontecendo. Utilizamos todas as mídias sociais. Tem muitas pessoas que nos mandam informação através dessas mídias. E a gente ainda usa essa tecnologia que hoje está disponível para os jornalistas. Levantamos dados com o Inpe [Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais]. Temos, aliás, uma parceria muito boa com os pesquisadores do Inpe em reportagens sobre queimadas. Eles levantam dados pra gente, informam, algumas conversas se tornam até aulas, porque os dados sobre desmatamento e queimadas são dados levantados por satélite, então tem algumas coisas específicas, como localidade, o local exato onde aconteceu uma queimada, como aconteceu nessas duas últimas semanas. Nós estávamos começando a nossa cobertura das queimadas e a gente precisava saber qual era a região que estava sendo queimada em um determinado momento, pra gente fazer um sobrevoo, e o Inpe foi super solidário, nos informou, nos deu informações precisas. Então não temos nenhuma dificuldade de acesso à informação. Quando a gente tem dificuldades, se for o caso, entramos com a Lei de Acesso à Informação [LAI], para poder ter a informação, e geralmente isso acontece com órgão do governo, que hoje é o mais difícil de lidar.

**Vocês ainda contam com um time de especialistas (como ambientalistas, geógrafos, etc) no conselho editorial da *Amazônia Real*? Se sim, qual é a importância de manter esses profissionais no Conselho?**

**KB:** A gente tem o time de colunistas, ambientalistas, de órgãos, pesquisadores, cientistas, pessoas que sabem dos saberes da Amazônia, pessoas que escrevem sobre literatura... Esse time é importante, porque o site não tem editorial como os jornais. Tem alguns sites que publicam uma vez por semana, uma vez por mês, publicam o editorial do seu veículo. A gente não tem essa prática ainda, é uma coisa que a gente vai pensar ainda mais para o futuro, porque nosso grande foco é a reportagem, principalmente a reportagem investigativa. Então os colunistas dão meio que um refrigerio da leitura de reportagens, é um olhar diferenciado da Amazônia, de algum aspecto que esteja acontecendo no momento, e os colunistas trazem isso, trazem outras visões do que acontece na região. Então é importante manter esse grupo de colunistas. Eles não são pessoas remuneradas, são os únicos que não recebem recursos da agência *Amazônia Real*. Diferente dos jornalistas, hoje nós temos um grupo de quase 30 colaboradores, entre jornalistas e fotógrafos, todos eles são remunerados, recebem bolsas de 500 reais, que variam de 500 até R\$ 4 ou R\$ 5 mil. Já estamos pagando até R\$ 6 mil em uma reportagem especial para jornalistas. Então essa foi a forma que a gente encontrou de valorizar a profissão do jornalista e não levar ela à precarização, como já vem acontecendo de modo geral na imprensa tradicional.

**Vocês contam com quantas pessoas na equipe? Há uma hierarquia?**

**KB:** A gente divide dessa forma, a gente tem quase 40 colaboradores, 10 colunistas e 30 entre jornalistas, fotógrafos, repórteres, desenvolvedores, gente que trabalha com mídias sociais. Agora nós temos uma assistente da secretária executiva, que trabalha comigo diretamente, eu que cuido da parte administrativa. Nós temos uma hierarquia, porque primeiro vem a, na formação da *Amazônia Real*, vem a editora executiva, que sou eu, depois vem a Elaíze Farias, que é editora de conteúdo, nós duas somos fundadoras. Daí vem o editor de Fotografia, que é o Alberto César Araújo. Temos agora um editor especial, que é o Eduardo Nunomuro, que é de São Paulo. Ele entrou na *Amazônia Real* no ano passado, está com a gente trabalhando os textos e acompanhando as matérias especiais, de viagens. Os repórteres trazem muito conteúdo e ele edita esse material. Nós temos um editor de Vídeo, que é o César Nogueira, que faz as montagens dos nossos vídeos. Temos fotógrafos e em cada estado da Amazônia a gente tem um colaborador ou dois colaboradores. Então hoje temos muita gente agora. E temos ainda os jornalistas que viajam para a Amazônia, que não necessariamente moram aqui, alguns moram em São Paulo, outros moram em Brasília e também fazem colaboração para a agência.

**Como é o dia a dia na redação da *Amazônia Real*? Há um dia específico para a reunião de pautas? As matérias são atualizadas no site com qual periodicidade?**

**KB:** Desde o dia 15 de março de 2020 toda a nossa equipe está trabalhando em casa por conta da pandemia. A gente não tem saído para fazer reportagens fora, tudo tem sido feito via internet. Mas antes a gente se reunia uma vez por semana. Nossa reunião de pauta é sempre às terças-feiras e nela a gente discute o que está acontecendo, as apurações que estão acontecendo naquela semana. A *Amazônia Real* funciona como uma revista. Toda semana publicamos notícias. Em cada dia da semana a gente publica uma notícia nova. Mas com a pandemia isso cresceu muito, a gente teve um volume muito grande de reportagens, então teve dia que a gente publicou até três textos, pelo fato de estar acontecendo muitos problemas em regiões diferentes e com povos diferentes, porque a pandemia atacou muito os povos indígenas, principalmente as pessoas pobres. Então a gente falou até de casos de pessoas de Pernambuco, de uma comunidade periférica de lá que nos solicitou ajuda, porque estava tendo dificuldade de acesso à mídia de lá, e eles precisavam publicar que estavam fazendo uma campanha, que estavam precisando de ajuda, de alimentação. Então a gente entrou em várias frentes. A *Amazônia Real* ficou muito mais dinâmica, começou a publicar muito mais conteúdo nesse período. E estamos agora, além de fazer a cobertura da Covid-19 na Amazônia, fazendo a cobertura das queimadas, porque a situação também está bem grave nesse aspecto.

**Vocês fazem uma cobertura multimídia? Ou só no caso de alguns temas? Que tipo de texto é mais priorizado?**

**KB:** O texto que a gente prioriza mais é a reportagem, aquele texto em que a gente vem contando as histórias, texto com fotografias... Alguns textos são multimídia, porque vêm com infográficos e vídeos, mas isso no dia a dia não funciona, porque dá muito trabalho e requer uma produção muito grande, então quando a gente tem a reportagem multimídia é quando a gente faz reportagens especiais. Agora, na série sobre as queimadas, trouxemos vídeos e publicamos bastante infográficos com dados das queimadas, dos desmatamentos. Nós temos a série “Vozes que Resistem”, que traz personagens que estão ameaçados de morte, e é um olhar sobre os Direitos Humanos da Amazônia. Então são pessoas que são defensores, lideranças, ativistas e que estão, de alguma forma, na sua luta, ameaçados de morte. Essa série começou esse ano e nós ainda temos mais uns três personagens para publicar.

**Cobrem questões factuais ou fazem mais matérias frias e de profundidade?**

**KB:** A gente cobre questões factuais, agora na pandemia a gente aumentou o volume de reportagens por isso, porque tivemos que fazer muitas matérias, inclusive em tempo real, pelo fato de a situação ser emergente. Mas a gente diz que nossas matérias são mais profundas. Elas exigem muita contextualização. São matérias que a gente não utiliza o termo “fria” para qualifica-las, que parece que é uma matéria velha ou matéria que não vai ter interesse. Nós publicamos muitas matérias especiais, que demoram muito até para serem escritas, pelo fato de a apuração ser mais rigorosa, ter muito critério de investigação. Então a gente precisa de tempo para publicar as matérias, são matérias profundas, que trazem um olhar diferenciado sobre determinado assunto.

### **Os colaboradores são remunerados? Se sim, de que forma?**

**KB:** Todos os jornalistas são remunerados! Quando a *Amazônia Real* iniciou as únicas pessoas que trabalhavam voluntariamente era eu, Elaíze, a Liége Albuquerque, que foi nossa fundadora e saiu no final de 2013. Aí ficou eu e Elaíze e o editor de Fotografia, Alberto César Araújo, que trabalhou muito tempo como voluntário. Vários jornalistas nos procuraram para participar da *Amazônia Real*, queriam fazer colaboração voluntária, mas a gente não aceitou, porque a gente sempre valorizou muito a profissão de jornalista, principalmente de repórter, que é o que nós somos na verdade. Nós somos editoras, somos fundadoras, mas o nosso grande objetivo é trabalhar a reportagem e sermos repórteres, e valorizar a profissão de jornalista, então a gente não podia jamais contratar alguém para trabalhar em sistema voluntário. Nunca aceitamos isso justamente para não precarizar a nossa profissão, que é tão difícil de fazer e ser reconhecida. Hoje a gente paga bolsa para reportagem. O pessoal que trabalha na *Amazônia Real*, e acho que até nas grandes mídias hoje, a maior parte é contratada por CNPJ. São pessoas jurídicas. Quando fomos demitidas das redações em 2013, os jornais diziam que estavam demitindo os profissionais por causa de um problema econômico nas empresas, o que não foi verdade, porque foi demitido muito mais gente e as empresas estão aí até hoje. Ninguém faliu, as grandes empresas não faliram, e foram as que mais demitiram. Então se falou que o jornalista se reinventou, virou empreendedor. Quando se falou isso é porque, na verdade, a gente começou a criar nossas próprias empresas. Todo mundo virou CNPJ e aí a gente começou a fazer freelance, contratados de outras empresas e assim os jornalistas foram se reinventando. E aqueles que tiveram mais coragem resolveram assumir um desafio, como foi o caso da gente. Resolvemos criar a nossa própria agência de notícias. Mas a gente se inspirou muito no trabalho da *Agência Pública*, de São Paulo, que foi criada em 2011, nos inspiramos no site da *ProPublica*, que é dos Estados Unidos, como eu já disse.

E os nossos jornalistas começaram a ser remunerados a partir de 500 reais de bolsa reportagem, e, conforme o tempo de trabalho, os dias que o jornalista trabalha, ele pode ganhar de R\$ 1 mil até R\$ 5 mil, dependendo da reportagem. E nós já temos também jornalistas que nós pagamos por mês, com salário fixo, aqui dentro da redação. Inclusive um dos nossos jornalistas fixos é o Lúcio Flávio Pinto, que mora em Belém e está no nosso quadro de colaboradores desde 2015 [Lúcio Flávio é um dos principais nomes do jornalismo brasileiro, especializado na cobertura da Amazônia e suas questões]. É uma grata satisfação a gente conseguir ter um profissional como Luiz Flávio na nossa equipe.

### **Como o veículo se sustenta? Vocês recebem dinheiro de fundações, contam com assinantes, fazem campanhas no *Catarse*?**

**KB:** Nossa primeira fonte de recursos vem de fundações que apoiam a mídia independente e que trabalham com projetos de acesso à mídia. Hoje a nossa principal fonte de financiamento é

a *Fundação Ford*, onde a gente mantém um projeto desde 2014, que é voltado justamente ao acesso à informação. "As Populações da Amazônia", esse é o projeto que a gente mantém até hoje e é com ele que a gente conseguiu ter a nossa primeira redação, comprar nossos equipamentos para trabalhar de forma agradável dentro da redação. Temos um outro financiador, que é a Clua, que é uma outra organização ligada à Ford, que investe muito na área de desmatamento e queimadas, e começamos a fazer parcerias com organizações que defendem os Direitos Humanos, que defende a liberdade de expressão, como a *Repórteres Sem Fronteira*, onde a gente começou um projeto esse ano de 2020. O *Artigo 19* também se aproximou da gente. Mantemos atividades com eles de oficinas. E agora na pandemia começamos a ser premiados por algumas organizações, uma delas é o *Google*. Ganhamos uma bolsa para trabalhar essa cobertura sobre a Covid. Foi uma seleção que teve mais de 100 veículos que participaram. Aliás, mais de 2 mil veículos no mundo inteiro, e 100 foram selecionados. Também temos a campanha no *Catarse*, porque a gente acha que os leitores que seriam a nossa principal fonte de renda, mas o leitor brasileiro ainda não está aberto para financiar a imprensa independente, muitos deles ainda acham que ir na banca comprar um jornal é muito importante, eles vão ler aquele jornal às vezes com notícias que já estão na internet há muito tempo. Isso é uma coisa ainda que é da cultura dos leitores brasileiros, e na internet eles acham que tem que ser tudo de graça. Eles não conseguem observar como é duro fazer um trabalho de tanto esforço como nós fazemos, mas isso é uma coisa que a gente vai quebrando aos poucos essa bolha. A gente já tem bastante assinante na nossa campanha do *Catarse*. Conseguimos pelo menos uma vez por mês ter ali um respaldo de R\$ 750 a R\$ 1000, e esse dinheiro serve já para pagar reportagem que a gente está produzindo. Então é bem importante essa campanha e a gente tem intenção de melhorá-la agora nos próximos meses.

### **Vocês fazem parceria com outros veículos da mídia digital alternativa? Pode citar algumas?**

**KB:** Vou abrir um parêntese aqui na questão da "mídia digital alternativa", porque a gente não se classifica como "mídia alternativa". A *Amazônia Real* é uma mídia independente, que pratica jornalismo de alta qualidade e todos os nossos jornalistas a gente garante que são todos de excelente qualidade e formação profissional. Não desmerecendo a mídia alternativa. Ela é muito importante, inclusive ela é hoje talvez a válvula de escape de muitas regiões que não têm mídia nenhuma. Às vezes a mídia alternativa é até a primeira a divulgar alguns fatos. A diferença entre mídia alternativa e mídia independente na minha opinião é que geralmente na mídia alternativa há uma causa específica a tratar, e nós aqui, apesar de defendermos muito a Amazônia e suas populações, fazemos jornalismo da mesma forma que qualquer outro veículo no mundo. Então a gente se tiver que ouvir, se tiver que escrever, se tiver que fazer uma denúncia, se tiver que investigar até uma liderança indígena, a gente faz isso sem o menor problema. Então nós fazemos jornalismo pura e simplesmente de alta qualidade. A gente faz parcerias com mídias independentes. Nós hoje temos uma parceria bem grande em andamento, que é o monitoramento da violência contra mulher, que hoje já tem sete mídias envolvidas, entre elas. o Colabora, do Rio de Janeiro, os Catarinas, que fica em Santa Catarina, o Eco Nordeste, no Ceará, o Marco Zero, em Pernambuco, temos Az Minas, em São Paulo, e a Ponte Jornalismo, também em São Paulo. Essas mídias todas estão com a gente no monitoramento da violência, que é quando a gente publica notícias e dados sobre a violência contra as mulheres. Nós vamos continuar esse monitoramento até o final do ano e o último será publicado no início de janeiro de 2021.

### **Quais são os planos da *Amazônia Real*?**

**KB:** Vamos publicar agora as nossas boas práticas, porque nós estamos envolvidos no Projeto Credibilidade, da Ângela Pimenta, e no projeto “Touch”, dos Estados Unidos, que é um manual de boas práticas. Vamos mostrar a nossa forma de trabalhar, todos os nossos valores, inclusive critérios de correção de textos, de apuração de textos. A gente vai ter uma página no site com essas boas práticas.

### **Qual é a importância da integração entre os veículos alternativos da América Latina?**

**KB:** A gente tem interação com veículos da América Latina através de organizações, nós não tivemos ainda uma parceria com outros veículos. A gente teve uma parceria com a agência *EFE*, que é uma empresa espanhola, inclusive que é a responsável pelo Prêmio Rei Espanha, e nós tivemos uma parceria logo no início da *Amazônia Real*, em 2014, durante a Copa do Mundo. Nós produzimos conteúdo para eles durante aquele período da Copa. Hoje a gente não tem mais, mas ainda somos muito ligados e achamos que podemos ter novamente uma nova parceria com eles. Agora nós estamos começando uma parceria com a *Global Voice*, que é um site norte-americano que publica notícias de várias partes do mundo, em três línguas, português, inglês e espanhol e eles estão publicando uma vez por mês dois conteúdos nossos, traduzidos nesses idiomas. Nós estamos começando agora com essas parcerias. Ainda não fizemos nenhuma parceria com veículos de língua espanhola e nem da América Latina. Gostaríamos muito de fazer, mas ainda não surgiu a oportunidade. Sem a internet, a gente não conseguiria existir, tanto é que quando começamos ficamos na dúvida se a gente abria o nosso conteúdo, porque a gente queria democratizar a informação na Amazônia, e foi aí que nós procuramos o Rosental Alves e dissemos para ele que a gente queria abrir uma agência de notícias e queria publicar o nosso conteúdo para todo mundo ter acesso. Mas aí a gente não sabia como ia se monetizar, porque na época achávamos que conseguiríamos recursos da publicidade, que não conseguimos e não sabíamos ainda a quem procurar para pedir financiamento. O professor Rosental não apresentou nenhuma organização para a gente, mas ele deu uma dica que foi exatamente essa: "Publiquem o que vocês têm que publicar, vocês têm que inaugurar a agência o quanto antes e colocá-la na internet, porque todo mundo que conhece vocês, conhece como jornalistas das empresas que vocês trabalharam, ninguém conhece vocês como jornalistas empreendedoras". Esse termo empreendedorismo estava surgindo também, então foi isso o que nós fizemos. Colocamos a agência no ar e quando foi em dia 21 de outubro de 2013 começamos a fazer uma cobertura de um grande conflito na Amazônia, que foi a morte de três pessoas dentro de uma terra indígena, isso teve uma repercussão muito grande e passamos a ser conhecidas exatamente nesse período. E aí a *Amazônia Real* teve aquele grande *start*, realmente bobou a partir daí. E todo mundo passou a conhecer a agência e acreditar que a gente estava realmente fazendo um trabalho profissional e voltado todo o trabalho para ser uma mídia regional, com jornalistas da região amazônica, escrevendo daqui para o resto do Brasil e do mundo, porque hoje nós temos mais de 180 países que leem a *Amazônia Real*. Temos mais de 3 milhões e 500 mil de leitores que acessaram o site, uma média mensal de 100 mil leitores por mês, e isso na nossa última contagem, porque acreditamos que agora na pandemia aumentou muito mais. Sem as redes sociais, a gente não paga, nós temos todos esses leitores e nós temos essa audiência orgânica, porque a gente não paga nenhuma rede social para publicar o nosso conteúdo. E se não fosse as redes, principalmente o WhatsApp, o Twitter, o Instagram, o Facebook, a gente não teria conseguido. Sem dúvidas, sem a existência das redes sociais, das mídias sociais, da internet a mídia independente não seria o que é hoje. E isso não é uma diferença só da *Amazônia Real*, acho que de todas as mídias hoje que estão produzindo jornalismo de boa qualidade no Brasil. E só para deixar mais claro essa questão de independente, a *Amazônia Real* se coloca como independente também, porque a gente não recebe recursos do governo. A gente não recebe recursos do governo federal, nem de prefeituras, nem de governo estadual, porque o

cerceamento da liberdade de imprensa na região norte é muito grave, nós somos muito perseguidos pelos políticos. O poder da imprensa é muito atrelado ao poder econômico na região amazônica, então tem muitas matérias que os jornais não publicam aqui porque os patrões são financiados por madeireiras, por mineradoras, mineradoras internacionais... A gente até passou por isso ao trabalhar aqui, de matérias que foram impedidas de sair, ou jogadas fora... A gente foi chamada atenção, que não poderia fazer matérias com esse tipo de tema porque iria interferir nos negócios da empresa. Então para evitar o cerceamento da liberdade de expressão e de imprensa, e manter a integridade física e mental dos jornalistas que trabalham com a gente, nós não recebemos recursos públicos, justamente para que não haja nenhuma interferência. Quem já conhece a gente e sabe do nosso trabalho, sabe que a matéria vai sair de qualquer forma, que na *Amazônia Real* não tem jeito de impedir. Se a gente estiver apurando um assunto, e tiver todos os dados para ser publicado, ouvindo todo mundo, a gente publica, inclusive se o governo não quiser falar. Colocamos na matéria que ele foi procurado diversas vezes, por todos os meios, até os horários que a gente procurou. Deixamos isso explícito. Agora essa liberdade tem critérios, tem limites, nós temos boas práticas de apuração, nós trabalhamos dentro da ética do jornalismo, não só o que a gente aprendeu nas redações, mas de organismos que estão acompanhando a gente nesse sentido.

**APÊNDICE M – Entrevista com Arthur Stabile, Caê Vasconcelos, Fausto Salvadori, Jennifer Mendonça, Maria Elisa Muntaner e Maria Teresa Cruz, integrantes da *Ponte Jornalismo***

**A entrevista foi feita por intermédio de videochamada, no Zoom, em 22 de julho de 2020.**

**No institucional presente no site da *Ponte Jornalismo* vocês dizem que um dos papéis do veículo, ao cobrir a área de segurança pública pelo viés dos Direitos Humanos, é ajudar na consolidação da democracia brasileira. Podemos dizer que a democracia brasileira hoje está ameaçada?**

**Maria Tereza Cruz:** Sim, não há dúvida de que a gente está vivendo uma escalada de ataques à democracia que tem início quando o projeto de poder representado pelo Jair Bolsonaro vence. O Bolsonaro é um cara que vem de um discurso mentiroso, mas que pega na população muito insatisfeita com aquele momento político, muito contaminada pelo antipetismo, muito contaminada pelo que se tornou – e há um problema nisso – a questão das Jornadas de Junho, que viria ser uma disputa desse acirramento, dessa disputa narrativa que se impõe na política e que polariza esse campo de uma forma irreversível. O campo dos progressistas e conservadores. Jair Bolsonaro começa nas eleições, em 2018, e acredito que vem tendo uma escalada, porque nada aconteceu. Apesar de ser abalado em alguns momentos com escândalos, como saída de superministros, saída de braços direitos, mortes de pessoas que compunham o início desse projeto de poder, como o Bebianno [Gustavo Bebianno Rocha, falecido em 2020, e que exerceu o cargo de ministro-chefe da Secretaria Geral da Presidência], Bolsonaro saiu vitorioso nessas eleições e tem conseguido se manter no cargo, agora, fazendo manobra política e se aproximando do Centrão. Não vejo o Bolsonaro, ideologicamente falando, já que ele detesta essa palavra, localizado em alguma dimensão política do Centro. Ele é um extremista, de extrema-direita, um maluco. Ele consegue, então, caminhar até pela habilidade que tem por estar há mais de 30 anos na política e consegue promover essas políticas que atacam a democracia. A mais evidente é a visão dele em relação à segurança pública. A gente vivencia agora a concretização da questão do armamento, uma das plataformas de promessa política dele na campanha. Agora que está todo mundo preocupado com o coronavírus, ele consegue derrubar portarias importantes, consegue fortalecer a questão do armamento, que vejo como um risco à democracia, e vejo como deturpação da visão da política de segurança, do inimigo que precisa ser combatido, que é a representação dele. O pacote anticrime não foi aprovado da forma que ele enviou, mas passou de qualquer forma. O discurso dele ataca o argumento da democracia. Recentemente tivemos políticas muito claras voltadas ao extermínio da população indígena, recentemente com a falta de apoio aos índios diante da Covid-19. No ano passado foi com o Dia do Fogo, o fortalecimento do latifúndio. Sobre a dimensão do jornalismo, eu não sei se o jornalismo de Direitos Humanos conseguiu. Eu vejo que a *Ponte* se localiza, sim, num desejo muito grande que nos motiva de transformar realidades, de pautar de alguma forma o debate público. A gente consegue fazer isso, acho que é bingo, é ponto pra gente. Nem sempre que se pauta o debate público a gente muda a realidade. É uma conjunção desses fatores. Por exemplo, para a *Ponte* é importante soltar alguém injustamente? É. Mas é importante pautar o debate público na medida que a gente coloca uma entrevista de alguém que a *Record* vai falar depois, que a *Globo* vai dimensionar. Por causa de George Floyd a *Globo* está falando da violência contra as pessoas negras. É o que a *Ponte* faz desde quando surgiu. Isso é pautar o debate público nesta dimensão e transformar realidades. Não acho que o jornalismo



hegemônico não tem conseguido por incompetência. Ele viu o projeto de poder que ele apoiou e não sabia que ia ser tão danoso assim e que iria se voltar contra ele. Eu costumo brincar que hoje temos *Globo* e *Folha de São Paulo*, que são grandes veículos de comunicação, dos barões da comunicação, sendo colocados como mídia alternativa contra o governo, nesta contra hegemonia. Claro, se a gente for falar de construção de narrativa, de construção de discurso. Olha que coisa disruptiva.

**Fausto Salvadori:** Quando a gente escreveu nossa missão pela primeira vez em 2014, usávamos a expressão “consolidação da democracia brasileira”. Depois, em 2018, a gente passou a usar “sobrevivência da democracia brasileira”. A coisa piorou muito.

**Caê Vasconcelos:** Vou complementar a resposta da Tetê [Maria Teresa Cruz], enquanto pessoa LGBT e repórter trans. Costumamos dizer que, para nós, nunca houve democracia. Nós tivemos muitos avanços nos últimos anos com o STF [Supremo Tribunal Federal], não tem como negar. Acho que é por isso que o Bolsonaro odeia tanto o STF. É lá que estão essas pautas que pensam em gênero, sexualidade. Só que, com Bolsonaro, a gente perdeu tudo. Quando ele associa a pedofilia com o LGBT, é terrível. Também pensando no genocídio da pessoa preta. Quando você é periférico, preto e LGBT, não sabe o que é democracia. Quando consegui chegar na universidade foi pelo ProUni. Foi aí que conseguimos construir novas narrativas. Não me recordo se, antes da *Ponte* – que foi a base no meu Trabalho de Conclusão de Curso – o jornalismo respeitava, de fato, a população LGBT nas matérias. Era uma coisa que não existia, principalmente pensando na população trans. Até hoje eu vejo matérias que citam o nome de registro, falando que fulano virou ciclana, usando termos transfóbicos. Houve um certo avanço que ocorreu depois da *Ponte*.

**De que forma a *Ponte* tem trabalhado para ter uma redação mais diversa, com pessoas que vivem as problemáticas abordadas nas reportagens?**

**FS:** No começo a *Ponte* era muito mais branca, cis e hétero por um motivo simples: a gente fazia trabalho voluntário e quem tem mais condição de trabalhar em horas vagas, ou seja, quem tem horas vagas, na verdade, são as pessoas brancas. Os primeiros anos da *Ponte* praticamente era a gente que tinha emprego que fazia, trabalhávamos quando tínhamos tempo, a maioria era formada por pessoas brancas. Houve até um debate na *Ponte* durante um tempo se a gente deveria ou não remunerar as pessoas ou se a *Ponte* continuaria com trabalho voluntário. Esse foi um dos pontos que deu discordância com o pessoal que depois criou o *Jornalistas Livres*. O outro ponto foi sobre ter apoio partidário ou não. A gente não se alinha à ideia de que a gente precisa apoiar um partido. A ideia de profissionalizar um veículo como a *Ponte* é dar diversidade. O Luiz Adorno ainda escrevia para a *Ponte* quando disse que, se a gente não pagasse os colaboradores, só ia ter boy trabalhando no veículo. Se não consegue remunerar as pessoas, só privilegiado tem condição de ficar trabalhando em um negócio que não paga. A gente tem conseguido tornar a *Ponte* mais diversa, trazendo mais pessoas negras, de origem periférica.

**Maria Elisa Muntaner:** A partir do primeiro momento que entram os primeiros dinheiros a gente consegue trazer essas pessoas. A diversidade está aumentando muito.

**FS:** E faz uma diferença editorial gigantesca. A gente não faz uma matéria LGBT sem consultar o Caê, que é homem trans. Mesma coisa com o Junião, que é negro, quando fazemos uma reportagem que envolve a população negra.

**MEM:** E a Maria Teresa tem um olhar sobre a violência doméstica. Todo mundo vai contribuindo do seu lugar de conhecimento. A *Ponte* também quer representar essas pessoas. Sempre que a gente não tem essas pessoas em nossa equipe, a gente transparece isso em nossas reportagens e buscamos a escuta ativa, o respeito pelo outro. A gente nunca perdeu esse foco.

**FS:** Antes, algumas matérias LGBT tinham alguns deslizes, agora não têm mais, porque senão o Caê puxa nossa orelha.

**CV:** Vou complementar o que o Fausto estava falando. Eu, por exemplo, pra continuar na *Ponte* e esperar o momento da remuneração, tive que abrir mão de tudo, de afeto, de estar com a minha família. Agora que estou sendo remunerado, estou até casado e com filho. Eu tinha dentro de mim que precisa continuar nesse veículo para poder construir essa narrativa. Eu fui chamado para participar do *Atlas da Violência* como consultor da parte LGBT. Lá atrás abri mão de muitas coisas e valeu a pena hoje ocupar esse espaço, construindo uma certa referência.

**MTC:** Quero destacar com marca texto isso que a Maria Elisa disse no final. Claro que considero todas as ponderações muito bem colocadas pelo Fausto e o Caê. A construção histórica de mudanças na *Ponte* é importante para o que somos hoje, mas acho que é bom a gente considerar que você pode fazer uma reportagem qualificada não sendo representante daquilo. Como? Respeitando o outro. Tendo a escuta ativa, que é o que a gente sempre trabalha e o que a gente está falando aqui. E uma das coisas que costumamos dizer e que talvez nos diferencie na cobertura da segurança pública frente a outros veículos é o protagonismo de quem está contando a história. Às vezes quando a gente fala sobre violência policial na cobertura hegemônica é muito comum a versão oficial. Na verdade, é a inversão do protagonismo.

**Vi que vocês estão divididos entre um núcleo estratégico e um núcleo editorial. Qual é a função de cada um deles? Também gostaria que comentassem sobre a rotina de vocês.**

**FS:** Os fundadores da *Ponte* eram pessoas que não se davam bem com as estruturas de redação, com hierarquia ao extremo. Então a gente rejeitava muito a ideia de hierarquia. A gente queria ter o máximo de horizontalidade possível. Demoramos muito pra ter funções na *Ponte*. Ainda em 2018, quando contratamos a Maria Teresa e o Arthur, os dois não se diferenciavam: eram repórteres, editores, eram tudo. A gente achava que era essa a maneira para trabalhar. Só que a pessoa que está imersa na pauta, apurando, ela não consegue ter uma visão de conjunto, sobre o dia a dia, de quando precisa deixar uma pauta e pegar outra. Isso é impossível para um repórter. A gente começou a perceber que a mídia comercial tem motivos para ter editores, repórteres e a gente voltou a adotar essas figuras mais tradicionais. Começamos a perceber que o grau de comprometimento de cada um em relação a deliberar determinadas questões não é o mesmo. Por exemplo, não é todo mundo que tem interesse na questão estratégica da *Ponte*, como a parte econômica. Tem gente que quer basicamente trabalhar com reportagem, não quer ficar pensando como a *Ponte* precisa viabilizar seu modelo de negócio. Essa horizontalidade absoluta não fazia sentido. O que continuamos prezando muito é que tudo seja debatido o tempo todo. Nas reuniões semanais que a gente faz sempre se fala no que o grupo estratégico está trabalhando. O grupo editorial é o pessoal que faz a *Ponte*, que coloca a mão na massa, que faz as reportagens: Caê e Artur, como repórteres, e Maria Teresa, como editora. Depois de muito apanhar a gente chegou nessa configuração. E estou assumindo uma função que hoje é referente ao diretor de redação, onde dou orientações gerais e faço a ponte entre a redação e o resto do grupo estratégico.

**MEM:** Vejo a questão das equipes como uma corrida de revezamento. O estratégico sai correndo na frente com um bastão e passa a definição ou projeto ou o que tem que ser feito ao editorial, que pega o bastão e começa a correr. Eu sinto esse fluxo na corrida de bastão. No estratégico hoje tem eu, o Antonio Junião, o André Caramante e o Fausto. Mas está aberto também. Quem quiser entrar, participar, a gente abre esse espaço. Acho que eu, o Fausto e Junião temos características que formam um grupo muito legal. Junião tem o relacionamento interpessoal, com outros coletivos. Ele também é designer, pensa site, o projeto de uma forma. Eu já sou da planilha, dos números, do fluxo, do cronograma. Já o Fausto é o texto, a essência da fundação da *Ponte*, está muito forte essa chama nele. Por isso começamos a ganhar edital, projetos. Realmente não vai cair do nada. Tem que pensar, justificar muito. Não dá para inscrever a Ponte em um projeto em cima da hora. As fundações exigem e pegam você nos detalhes. É uma função muito importante. Ter o núcleo que pense a estrutura.

**FS:** O André Caramante é a consciência moral, que cobra pautas importantes.

**MEM:** Ele é meio que nosso mestre dos magos, surge do nada.

**MTC:** Verdade e quando surge é sempre certo. Eu também visualizo assim. Acho que a *Ponte* aumentou, não apenas em quantidade de pessoas, mais em qualidade. É o foco. Essa divisão foi muito profícua para esse desenvolvimento e para chegarmos onde a gente está. A pandemia fez com que eu incluísse uma coisa que, para mim, vai virar para sempre, mesmo que volte ao normal. A gente tem a reunião semanal às segundas-feiras. Não a vejo muito como uma reunião de pauta, porque a coisa muda todo dia, toda hora e é a oportunidade de um ver ao outro, de se discutir questões mais estratégicas. Tem um momento na reunião que chamamos de tomada de decisão que a gente debates os temas. Às vezes sobra muito pouco tempo para debater propriamente pautas no sentido tradicional da coisa. A gente até discute diretrizes, mas pauta mesmo é no dia a dia. Todo dia eu faço uma reunião com o Fausto, que é breve, mas é fundamental. Foi até uma sugestão dele e considero que melhorou muito o fluxo. Discutimos demandas, trocar repórteres, contratar freelas. Na sequência eu falo com o Caê e com o Arthur. Não era uma prática que eu fazia antes, porque eu encontrava muito o Arthur em certa medida. Com o Caê não tive muito isso, mas trabalhei muito no mesmo espaço que o Arthur. Resolveu muito porque faço essa reunião com eles depois de ter o momento com o Fausto em que foi discutido meta e plano de ação. Então o Arthur ou Caê vão poder me dizer se deu certo ou não a entrevista sobre uma determinada pauta, e aí vou fazendo alterações. Isso no início da manhã. Faço o fechamento do dia por volta de 20h ou 20h30 pensando no dia seguinte, que envolve planejamento de pauta, ou mesmo uma matéria que não entrou naquele dia, porque não era tão quente ou urgente. E a gente vai dar no dia seguinte para abrir o dia com uma manchete nova no site.

**Arthur Stabile:** Teve uma mudança grande desde quando eu trabalhava junto com a Maria Teresa em 2018. Foi um processo de maturação de como funcionaria melhor. Tem dois meses que foi implantada a reunião da Maria Teresa com o Fausto, depois com a gente.

**Vocês têm uma redação física?**

**MTC:** Não mais. A gente estava em um processo com um *coworking*. A gente dividia espaço com empresas, coletivos que dialogavam com a *Ponte*. Era importante a gente estar lá para fazer esse meio de campo estratégico, fazer parceria, conversar com gente que podia construir algo junto da gente. A gente não está mais lá depois de uma decisão recente, porque não fazia mais sentido nesse momento de pandemia. Sendo muito sincera, o espaço do Cívico trazia tudo isso

que eu disse e era um lugar onde a gente se reunia às segundas-feiras. Eu já estava em home-office desde o começo do ano. Como estamos em três, em algum momento do dia não encaixava bem e eu preferia trabalhar na Énois, que é parceira nossa. Eu ia de bicicleta. A gente nunca teve propriamente uma redação.

**CV:** Com a pandemia fiquei mais próximo do grupo. Mesmo que seja por vídeo, de segunda a sexta-feira eu vejo a Maria Teresa e o Arthur. Mas desde o ano passado eu não ia ao Cívico, eu ia pra rua, fazia as matérias e voltava pra casa. Com a pandemia a gente entendeu que dava para usar a chamada de vídeo.

**MEM:** Pra gente era importante a questão do espaço físico. Claro, a gente queria estar mais na rua. Mas a gente percebe que a *Ponte* é união de pessoas, seja online ou off-line. Quem sabe no futuro, a gente pode pensar em ter um espaço maior, onde possamos colocar as meninas de redes sociais, onde a gente possa ficar mais junto. O coworking é muito caro, mas o Cívico é maravilhoso. Seria melhor se tivesse uma sala com mais lugares, onde pudéssemos fazer uma mini redação. Mas hoje, em vez de gastar, sei lá, R\$ 2 mil em uma sala, a gente investe em um estagiário ou em outra coisa. É um sonho que fica distante. E agora tem o *Zoom* que a gente paga R\$ 80 por mês para fazermos as videochamadas.

### **Qual a prioridade para a escolha de fontes das reportagens da *Ponte*? Vocês ouvem as fontes oficiais?**

**CV:** A gente ouve a Secretaria de Segurança Pública sim. A maior dificuldade que tenho é de ter fonte na Polícia. Agora consegui uma fonte que eu não estava querendo tanto. Ele acabou me seguindo no *Instagram*, me adicionou no *Facebook*. Ele é advogado de uns PMs de um caso que estou cobrindo. Estou com um pouco de medo. Acho que ele gostou de algumas conversas que a gente teve. Geralmente a gente pede o outro lado. Se precisar ir ao Distrito Policial, mesmo que o delegado não atenda, a gente tenta. Nossas fontes são as pessoas, a tentativa de humanização. Débora, da Mães de Maio, Rede de Proteção contra o Genocídio. No meu caso é a população LGBT. Estamos buscando ter diversidade de fontes. Eu não tinha nenhum contato na saúde, mas tem mudado com a pandemia. Estamos buscando contato com médicos negros, para trazer o recorte da população negra e periférica que tem morrido na pandemia.

**Jennifer Mendonça:** A gente tem mais dificuldade com a Secretaria de Segurança Pública, inclusive para conseguir informação precisa. Boletim de Ocorrência a gente não consegue, a não ser com a família ou insistindo muito na Delegacia. Quando a gente liga para pedir, eles fazem um resumo do BO e acabam deixando passar informações sobre tortura e agressão, por exemplo, principalmente se o autor for um PM. A assessoria de imprensa normalmente tenta esconder informação em vez de ajudar a gente a se comunicar com o poder público.

**CV:** A gente pede informação com dez perguntas e eles respondem com duas linhas. Quando a gente cita o nome do policial, pede entrevista ou pelo menos pede o contato do advogado, nunca vem a resposta. Quando vem, é por nota. Fiz um pedido na polícia do Rio de Janeiro e eles negaram.

**FS:** Quando criamos a *Ponte*, em 2014, a Secretaria de Segurança Pública passou um ano sem responder a nenhum e-mail nosso. Acharam que a gente ia morrer de inanição, acreditavam que a gente precisava de informações deles. Eles perderam, porque a gente não precisa deles. Um ponto importante é que a nossa diferença em relação a outros veículos não são as fontes que a gente ouve. Muitos veículos hegemônicos podem usar as mesmas que usamos. A diferença está

no enfoque que a gente dá. O ponto de vista que interessa pra gente é o da maioria da população: negra, periférica, pobre. Essa semana teve um exemplo interessante de diferença da *Ponte* com outros veículos. A *Globo* foi atrás da mesma história que a gente, uma ação policial na favela do Sapé, na zona oeste de São Paulo, que terminou com duas pessoas baleadas, pai e filho. O nosso título foi “PM atira em moradores que estavam com crianças durante ação na periferia”. O importante pra gente foi a ação que feriu pessoas, as vidas ameaçadas. O *GI*, da *Rede Globo*, deu: “Ônibus são incendiados durante protesto, após ação da PM terminar com dois baleados”. O enfoque é o grande diferencial nosso.

**CV:** Sim. A nossa matéria tinha o vídeo do ônibus incendiado, mas não é isso que importa pra gente. No vídeo dá pra ver que tinha criança gritando, todo mundo pedindo que não fizessem aquilo. O vídeo é uma coisa desesperadora.

**AS:** Isso foi mantido também na suíte. Nenhum outro veículo continuou no caso. Nossa cobertura ainda descobriu coisas que nem o advogado que estava ajudando a família sabia. Tem um diferencial.

**MTC:** Eu queria voltar na questão que o Cãe falou sobre a preocupação de colocar diversificação de fonte. Um dos objetos de debate em nossas reuniões de segunda-feira e, por conta da pandemia, procuramos o biomédico Jonathan Vicente. É muito curioso que na verdade, é uma demanda dos próprios negros de que eles não devem falar apenas de racismo e de pauta identitária. Vamos falar de bolsa de valores com um economista negro. A gente também tem tido essa preocupação. A gente vai procurar advogadas negras não para dimensionar a raça como um recorte. A raça não é um recorte. A raça é o centro da discussão quando a gente fala de violência policial.

### **O Caê comentou sobre o Rio. Como é feita a cobertura fora de São Paulo?**

**AS:** Fazer a gente faz, mas é difícil.

**CV:** É difícil chegar essas denúncias pra gente. Às vezes elas chegam por rede social. Às vezes em São Paulo nem chega nas redes sociais e a gente vai atrás e posta o vídeo primeiro. Tenho virado um setorista do Nordeste, tenho feito muitas matérias de lá.

**AS:** Recentemente fiz matéria de um ameaçado de morte no Pará, uma matéria importantíssima. Na época do assassinato do João Pedro, lá no Rio, a gente deu três ou quatro seguidas matérias de mortes no Rio em tempo real. Às vezes dá sorte de um ativista responder rápido e te ajudar. Essa distância dificulta um pouco.

**CV:** Fiz duas matérias recentes no Rio, uma de prisão injusta. Nesse caso tive que falar com um advogado de lá. E eu tinha que ter acesso a um processo e por isso precisaria de alguém de lá. Uma matéria por exemplo sobre apologia às armas feitas por policiais. Aqui em São Paulo é fácil eu saber quem vou entrevistar. Lá no Rio eu procurei alguém na Maré, mas a pessoa não quis falar por conta do risco.

**MTC:** Eu sempre desejei que a *Ponte* fosse mais múltipla. Eu não vejo a *Ponte* como um veículo de São Paulo. A *Ponte* é nacional. Onde a gente pôde passar a gente tem moral. Temos respeito no Ceará, porque eu estive lá, tenho até fontes de policiais cearenses. A gente vai construindo essa redezinha. A presença física nesses lugares, pelo menos uma vez, para se apresentar, faz diferença. Já aconteceu no Rio, por exemplo, de pessoas que só falam com a

*Ponte*. O Alan Lima, um cara com o qual fiz um trabalho lá no Rio, só faz trampo para veículo gringo, porque ele cobra muito caro. Ele sabe que a *Ponte* não teria grana para isso, mas ele fala que só faz, porque era a *Ponte*. Ele disse que não trabalha para o *GI*, pra *Record*, porra nenhuma, mas que para a *Ponte* ele faz. Você percebe que a gente acaba construindo essa credibilidade, essa moral.

**CV:** Essa presença física é muito importante mesmo. Quando contei em Teresina [PI] sobre o que era o site, as pessoas ficaram surpresas. A gente faz matéria sobre o presídio e chove dez outras famílias de outros presídios que nos procuram para denunciar algo.

**FS:** Como a gente está com menos grana do que um tempo atrás, a gente trabalha com menos freela nos locais. A gente está planejando receber um aporte de divulgação e aí a gente vai ter mais recurso pra trabalhar com mais freela. Aí a *Ponte* vai ser menos paulista e terá mais vozes no restado do país. Hoje em dia os três [repórteres] fazem um trabalho de santo. Ano que vem vamos conseguir coordenar esses trabalhos nos locais, de freelancers.

### **Qual seria o caminho para atrair o público em geral e não ficar falando apenas com a militância?**

**MTC:** Talvez tenha uma parte estratégica, que o Fausto e a Maria Elisa possam responder melhor. Realmente furar a bolha e pregar para não convertidos é muito difícil, porque a gente está falando de um preconceito muito consolidado. A história do Direitos Humanos para humanos direitos, sabe? Como você vai convencer um bolsonarista convicto a ler a *Ponte*? Esse é o grande desafio. Eu acho que tem duas coisas que a *Ponte* tem conseguido fazer. Uma é a mensuração dos *haters*, embora às vezes incomode, principalmente em tempos de redes sociais. A mensagem está chegando. Se tem *haters*, é porque ela está chegando. Mesmo se for para virar meme em grupo bolsonarista ou na página [do Facebook] *Caneta Desesquerdizadora*. A gente até brinca que temos *haters* de estimação. Tem gente que xinga. Está chegando. Mas eu acho que essa não é uma audiência que interessa muito, porque é desqualificada. E a gente tem uma audiência que, embora seja conservadora, é mais qualifica, que são as pessoas da área de segurança pública. A gente foi bem quisto, por exemplo, quando a gente fez matéria de agentes penitenciários, sob o ponto de vista deles. Ou quando a gente coloca para policiais antifascistas para escreverem sobre polícia no site. Embora seja sobre uma galera mais progressista, é dentro da polícia. São iniciativas importantes para tentar furar essa bolha.

**AS:** Exemplo: quando a gente deu o assassinato da policial. É uma violação de Direitos Humanos. Nesse caso o policial também é vítima.

### **Como a *Ponte* se sustenta hoje e como faz para conseguir apoios financeiros?**

**MEM:** É um negócio que nasceu sem plano de negócio e sem querer ser plano de negócio. É muito maluco, foge de toda teoria de marketing e administração de negócios. É aquela coisa de você ter uma ideia e sair fazendo. Só que as pessoas eram tão boas e tinham tão firme o propósito delas que conseguiram fazer uma credibilidade com a *Ponte* e os apoios começaram a vir. E a gente começou a aproveitar e a usar isso. O grande marco da *Ponte* foi a virada do voluntariado para o negócio, apesar de ser uma associação sem fins lucrativos, o que é muito bom. Todo dinheiro que a gente recebe a gente reorganiza. Não precisa remunerar acionista, diretor, presidente. A gente só precisa remunerar gente e fazer a *Ponte* crescer. Foi o primeiro com a campanha do *Catarse*, a “Fortaleça a Ponte”, em março de 2017. A gente achava que não ia dar em nada. Pensamos: “Vamos tentar e o que vier é lucro”. E rendeu R\$ 80 mil! A gente

fazia vaquinha de R\$ 50 para pagar computador. O começo da *Ponte* era muito sofrido. E tinha muita briga. Trabalhar de forma voluntária não é fácil. Quem ia ficar no plantão com as notícias bombando? Ninguém conseguia acompanhar. Não lembro como foi com a *Open Society Foundations*, se eles entraram em contato com a gente ou se a gente procurou.

**FS:** A gente vinha fazendo contato, mas eles não botaram muita fé na gente. Eles viram que era uma estrutura horizontal e eles esperaram o negócio durar três anos. Nesse momento em que a gente faz o *Catarse* em 2017 entrou a Maria Elisa e surgiu uma nova *Ponte*. Se não fosse ela entrar naquele momento, ela ter organizado as finanças e a gestão da *Ponte*, a coisa não existiria.

**MEM:** É conta só, gente. Não tem muito segredo, não.

**FS:** Uma dica essencial para qualquer negócio no jornalismo: você não pode ter apenas jornalista nele.

**MEM:** Gosto muito de planejamento, organização e finanças. Cresci guardando dinheiro. Pra mim sempre foi muito fácil lidar com dinheiro. Minha mãe foi uma escola pra mim, o tio Patinhas, sabe? No Ioga aprendi a energia do dinheiro. Pra mim dinheiro não é matéria, é energia com a qual você faz coisas. A *Ponte* precisa fazer coisas. O que me move ter dinheiro é isso. A gente não tinha nem conta bancária pra receber o dinheiro. O CNPJ estava inativo, o estatuto estava desatualizado, a *Ponte* não tinha presidente. Estava uma zona. A gente quase perdeu os R\$ 80 mil porque a gente não conseguia tirar o dinheiro do *Catarse*. A gente teve que reestruturar a *Ponte* toda em cima disso. Depois disso a *Open Society Foundations* sentiu firmeza e entrou em contato com a gente. Por isso falo que funciona bem eu, Fausto e o Junião. Eu faço o cronograma, em que vamos gastar o dinheiro, quanto custa cada coisa, quanto custa um repórter, quanto custa um mês de *Ponte*, e o Junião faz todo o embrulho, para onde vai a grana. Às vezes a pessoa sabe fazer o projeto, mas não sabe fazer conta. É bom fazer as duas coisas.

**FS:** Desde a primeira conversa como a *Open Society Foundations* até começar a receber dinheiro, demorou pelo menos um ano. As organizações são assim. Elas são meio que um clube. Todo mundo se conhece. Se você agrada uma delas, você passa a ser bem visto por outras. Outras organizações procuraram a gente depois. Se não gostarem de você, você se queima com todas.

**MEM:** A *Open Society Foundations* foi uma chancela pra gente, abrindo portas para outras coisas. Tem uma outra fundação que está patrocinando um projeto muito legal que a gente está para concluir: é um seriado. É a *Repórteres Sem Fronteiras*. Ela nos deu R\$ 4 mil para gastar em um mês. E a gente comprou computadores. Todo dinheiro que entra tem seu destino.

**Não é um dinheiro que entra todo mês. É um dinheiro que vem para propósitos específicos. É isso?**

**MEM:** Eu trabalho com centro de custos. Tem o dinheiro da *Open Society*, que custeia a equipe fixa, que deve durar dois anos. Claro que vamos tentar renovar. Mas a gente trabalha com muita transparência. “Olha, esse valor vai para repórter, editor, que ganha x”. E tem a grana de quem paga pelo nosso conteúdo, que tem aberto outra porta para a *Ponte*. Essa venda de conteúdo remunera o Caê, os vídeos que a gente faz, o Uber que a equipe pega. Esse é o dinheiro mensal que entra. A gente montou o recorrente da *Ponte*, que paga os custos administrativos. Todo mês entra um valor x que eu pago o contador, a advogada. A gente ganhou uma grana do *Google*

para cobrir a emergência da Covid. E com isso conseguimos dar um bônus para o Caê. Se a gente deixa dinheiro na mão de jornalista, o dinheiro some. Os caras querem fazer tudo. Meu papel maior é falar não. O segredo é pegar o recurso e saber alavancá-lo.

### **Quem quiser ajuda pelo *Catarse*?**

**FS:** Sim, mas isso vai mudar. A *Ponte* foi selecionada por um fundo que acelera empreendimentos, o *Velocidad*, que tem grana da *Luminate* e do *SembraMedia*. Foram selecionados nove veículos da América Latina e fomos o único do Brasil. A ideia deles é estimular e estruturar uma forma de o site se manter. A gente descobriu que é possível desenvolver isso no apoio aos membros. Em agosto a gente vai lançar uma grande campanha de membros para estimular mais gente a fazer parte da comunidade *Ponte*. Começou a aumentar mais o dinheiro que entra de doações de pessoa física.

### **Vocês gastam muito com advogado por conta de processos?**

**MEM:** A gente tem quantos processos?

**FS:** 13.

**MEM:** Tem alguns que são risíveis, que não vão dar em nada, é só perda de tempo. Outros mostram falhas, tentam abalar nossa credibilidade. Acho que dos 13, dez são de policiais.

**FS:** Policiais movendo ação por danos morais para pegar dinheiro, basicamente.

**MEM:** Tem um cara condenado movendo processo contra a gente. Tem uns absurdos assim. Nossa advogada começou de graça, depois passou a receber, mas muito pouco. Aí ela pediu para que a gente pagasse mais, senão ela ia sair fora. Realmente, é muita dor de cabeça para pouco dinheiro. Por mais que ela tenha amor pela *Ponte*, ela tem as contas dela para pagar. Com a pandemia, a gente deixou de receber um aumento do *Yahoo*, houve queda de assinaturas e tivemos aumento nos custos com advogado.

**FS:** Chegou a aumentar em quatro vezes nosso gasto pelo volume de processos.

**MEM:** Aí eu revi todo o orçamento, quando cortei o Cívico [espaço de co-working]. Cortamos os freelas. Foi uma redução de quase R\$5 mil em nosso orçamento – que é de 40 mil - sem novas receitas. Aí veio o apoio do *Google*.

**FS:** Não fosse o *Google*, ou a gente perdia todos os processos e ficaríamos sem a *Ponte* ou teríamos que demitir alguém.

**MEM:** Por isso o controle financeiro é muito importante. Nós temos uma grana guardada de R\$40, R\$ 50 mil. Se cai um acordo de um processo, é à vista que a precisamos pagar. A gente deixa de contratar pessoas porque essa insegurança é muito grande.

A gente tenta remunerar Junião, eu, o Fausto, a Jeniffer, que estamos periféricos à *Ponte* com o que sobra. A gente está sempre tentando distribuir para apoiar, porque sabemos que não é fácil. É uma demanda de trabalho absurda e um comprometimento incrível que a gente pede.

**FS:** A gente tem muitos defeitos, mas é o único veículo que a pessoa vem dizendo que vai escrever de graça e a gente paga algum valor.



**MEM:** Às vezes é R\$100 ou R\$ 400 por um vídeo. É o que a gente consegue.

**FS:** Sobrou dinheiro? A gente distribui.

**MEM:** A dica mesmo é que o olho do dono engorda o boi.

### **Qual é a importância da solidariedade e da parceria entre as mídias alternativas do Brasil com outras da América Latina?**

**MTC:** Falando de coração aberto, é superimportante. Quando a gente fala em apoio de rede, esse fortalecimento pode não vir com apoio financeiro, mas com aquela ideia de quem ninguém solta a mão de ninguém. Como eu costumo dizer, um pouquinho aqui, outro ali fica um “pocão”. Recentemente aconteceu muito essa troca com a galera do *Alma Preta*. Não podemos estar lá, mas como trazer essa narrativa e trabalharmos juntos? Eles têm uma equipe muito pequena e problemas de financiamento muito semelhantes ao nosso. Essa formação de redes, o apoio de mídias conta-hegemônicas é fundamental para a sustentabilidade e durabilidade dessas novas narrativas. Um exemplo bom sobre esse jornalismo colaborativo é o monitoramento da violência contra a mulher, que a gente publicou no primeiro quadrimestre, e envolve cinco iniciativas de mídia independente, mas vai aumentar. Nessa primeira fase participaram *Ponte*, *Eco Nordeste*, *Colabora*, *Amazônia Real* e *Portal Catarinas*. O legal é que são veículos de todas as regiões do país, o que dá essa nacionalização que a gente tanto deseja. A gente convidou outros dois coletivos, AzMina e a galera do Marco Zero Conteúdo, que tem feito um trabalho muito bacana no Pernambuco, para compor esse grande projeto colaborativo, para que a gente continue acompanhando a violência contra a mulher no contexto pandêmico, pelo menos até o final do ano. Hoje, ainda, começou uma mobilização entre esses coletivos de como a gente vende o projeto. Estamos pensando se a gente lança um *crowdfunding* ou se lança para algum edital ou pede dinheiro. Outro exemplo de colaboração, inclusive, que deu à *Ponte* o *Prêmio Vladimir Herzog* foi o projeto encabeçado pelo *Colabora*, trazendo várias pautas, claro, sob o mesmo guarda-chuva: Direitos Humanos. Essa União faz a força!

**MEM:** A Ponte foi incubada na *Agência Pública*. Se não fosse esse apoio, a Ponte não surgiria. A gente sempre usa a *Pública* como referência, sempre com troca de informações. E não vejo competição entre os dois grupos.

**FS:** Existe o *3i*, um festival que reúne iniciativas de veículos digitais que surgiram nos últimos anos, como o *Nexo*, a *Repórter Brasil*, a *Pública*. Vários desses veículos fazem esse festival. Agora, estamos fazendo um subproduto. A gente gosta muito do *3i*, mas sentia que era preciso ter uma pegada mais negra, mais popular. A gente vai fazer o *Festival Fala*, que é um festival de jornalismo que vai além do próprio jornalismo em todos os sentidos. Vai além do jornalismo, porque não vai ter apenas gente branca, vai trabalhar muito com a diversidade racial, étnica, gênero, econômica. O evento vai ser no Nordeste, em Salvador.

**MEM:** E tem o canal *Reload*. A Natalia Viana, da *Agência Pública*, inscreveu o *3i* em um edital do *Google* e, agora, estamos criando um canal no *YouTube*, voltado ao público jovem, com conteúdo das dez organizações que fazem parte do grupo. É uma ilha de edição de vídeos que a gente nunca teria condições de ter, e agora, com dez grupos juntos, isso vai rolar. Vamos ter acesso a vídeos de alta qualidade, linguagem jovem, posicionamento jovem, vai dar uma mudada na forma de consumo de notícia. Só o *Reload* vale uma tese. Perguntaram para essas organizações sobre quantos prêmios elas tinham juntas. Foi feito um levantamento e contamos, no total, 100 prêmios! É um dado incrível. Esse projeto reflete o poder de alcance, o poder de

conteúdo, o poder de mudança que esse grupo tem. Não tem concorrência na mídia independente. A *Alma Preta* vai falar de racismo de um jeito e a gente vai falar de outro. Os dois estão na luta antirracista.

**FS:** Sobre a América Latina a questão é mais complicada. Já participei de um evento na Argentina. Quando a gente começa a ter contato com o jornalismo na América Latina, você percebe o quanto o Brasil é isolado. Eles conhecem uns aos outros, têm referências em comum. E dá até vergonha, porque eles conhecem muito mais a gente do que a gente os conhece. Eles são capazes de falar de detalhes da política brasileira, das empresas brasileiras, que muitos brasileiros mesmo não são capazes. A mídia brasileira, no dia a dia, noticia muito mais o que se passa nos EUA do que o que se passa no Chile, na Argentina, na Bolívia. A gente fez parcerias com a Anfíbia [revista argentina], por exemplo. A questão da língua sempre atrapalha, porque tudo tem que ser traduzido. No Peru, tem um site que fez matérias com a Venezuela. Eles fazem parceria para publicar matérias sem alteração em diferentes países sem dificuldade. A gente fica olhando tanto para George Floyd, mas os exemplos latinos têm muito mais a ver com a gente. A questão das periferias, dos povos originários, o sistema prisional. A gente só teria a ganhar com a união. A gente tem mais chance de superar isso, se integrar, do que as grandes mídias. Vamos ver o que o futuro nos aguarda.

## APÊNDICE N - Entrevista com Pedro Borges e Vinícius de Araújo, cofundadores do *Alma Preta*

**Realizei a entrevista em parceria com a jornalista Kethellen Gomes, à época minha aluna do curso de Jornalismo da Universidade São Judas. Ela estava produzindo, juntamente com outros colegas e sob a minha orientação, um Trabalho de Conclusão de Curso sobre Mídia Independente. A entrevista com Pedro aconteceu presencialmente em 13 de setembro de 2019. A entrevista com Vinícius foi feita via mensagens de áudio no *WhatsApp* em 4 de outubro de 2019. As respostas dos dois entrevistados estão organizadas a seguir:**

### Como surgiu o *Alma Preta*?

**Pedro Borges:** O professor Juarez Xavier dava aula de Jornalismo Especializado. Ele entrou na Unesp no mesmo ano que eu, em 2011. Ele mudou muita coisa na faculdade, movimentou muito o debate sobre cotas dentro da Unesp, e ele tinha uma coisa muito provocativa. Sempre que via os alunos pretos andando na faculdade provocava a gente perguntava o que a gente estava fazendo e dizia pra fazer isso e aquilo. Ele sempre me provocou muito. Então começaram os debates sobre cotas, e por mais que eu estivesse distante dos debates acadêmicos e políticos, aquilo dizia respeito a mim, então comecei a acompanhar e ficava impressionado. Comecei a me aproximar dele, depois tive aula com ele. Até que ele começou a organizar alguns encontros, rearticulou um Grupo Negro de Pesquisa e Extensão, o Nupe, dentro da Unesp, e começou a me convidar. A partir dali comecei a articular algumas coisas, articulei com alguns colegas a criação de um coletivo negro dentro da universidade em 2014, e desse coletivo a gente criou o *Alma Preta* no início de 2015. Foi tudo a partir de provocações do Juarez. Os cursos mais engajados no coletivo negro eram de jornalismo, de design, psicologia e arquitetura. E tinha uma menina no nosso curso de jornalismo, que acompanhou esse processo. Ela tinha um blog chamado “Que Nega É Essa”. Lembro que esse blog também foi uma influência pra gente. Ela publicava uns textos em formato de artigos, só que eu não queria escrever artigos e sim reportagens e também não queria fazer sozinho. Tinha dois meninos lá, o Solon e o Vinícius, e eu disse “vamos fazer?” e eles disseram “vamos!”. E aí a gente começou a fazer. Era uma coisa bem entre amigos mesmo. Aí eles me disseram que tinha um moleque que morava com eles que cursava Design e também queria participar, e eu disse então vamos, esse outro menino também se chamava Vinícius. A gente se encontrava na república deles ou na minha, que era bem perto, coisa de 10 minutos andando da casa um do outro. Então a gente fazia as reuniões e o Juarez acompanhou muito

**Vinícius de Araújo:** O *Alma Preta* surgiu em 2015 em Bauru. Inicialmente era composto por quatro pessoas. O Pedro Borges foi idealizador, mas contou também com o Solon Barbosa, com o Vinícius Martins e comigo. Os três são jornalistas, eu sou o único formado em design. Então o projeto começou com três jornalistas e um designer. Somos todos da Unesp de Bauru. Não era um projeto da faculdade, mas de pessoas da faculdade, e a gente tinha esse vínculo com professores e com a universidade em si, mas não era oficializado. O Pedro sempre foi o articulador de tudo do *Alma*, então tudo tem uma centralidade nele.

### Qual é a origem do nome *Alma Preta*?

**VA:** Esse nome é uma oposição àquela ideia do “Negro de alma branca”, que é uma expressão racista que as pessoas usam. Sabe aquela coisa? Apesar de ser negro ele faz tudo certo, é correto, é honesto, essa ideia de que a alma preta que faz as pessoas terem má índole e fazer coisas

erradas. Então a gente vem em oposição a isso. A gente afirma esse lugar de que somos pretos de corpo e alma, e justamente por isso temos virtudes, pois nossa alma é preta

**Como é feita a escolha dos conteúdos? O que vira notícia no *Alma Preta*?**

**VA:** A abordagem dos conteúdos sempre foi pensada de forma racializada, o que a gente trabalha é um recorte racial das notícias, então a gente vai tentar, além de abordar temas que tem a ver diretamente com o negro, pegar um tema que é mais geral e fazer um recorte de como isso vai afetar a população negra. É algo que a grande imprensa não faz.

**PB:** É impossível a gente pensar um ecossistema de comunicação sem algumas mídias grandes, então eu penso que esses jornalistas da grande imprensa precisam melhorar a sua cobertura também, pois a cobertura deles têm muito impacto, o que eles escrevem é muito lido e não dá pra ficar reproduzindo preconceito. A gente fez uma pesquisa, era uma análise da cobertura da *Folha de S. Paulo* sobre aquelas rebeliões que aconteceram no sistema carcerário no início de 2017 em Manaus, Boa Vista e Natal. Não dá pra você fazer uma cobertura sobre cárcere, sobre violência ou sobre qualquer tipo de desigualdade no Brasil e não trazer fator racial. Isso é colaborar com o mito da democracia racial e é muito ruim. E em parte esse é o papel desses grandes veículos, enquanto manutenção de uma ideologia dominante, mas tem que rolar um constrangimento, um desgaste em relação a eles, para que tentem melhorar, ou pelo menos sejam provocados e que isso não mais aceite. Quando o movimento negro vem e fala que o racismo é estrutural, que ele estrutura a sociedade, isso tem um impacto significativo na cobertura jornalística. Eu estava conversando com uma jornalista do El País. Eles vieram falar sobre parceria e ela disse que esperava outra coisa da gente, disse que achava que a gente cobria mais casos de discriminação racial, isso porque, para ela, racismo é sinônimo de discriminação racial, então pra ela o *Alma Preta* ia cobrir só esses casos. Nós também fazemos isso, mas o racismo é outra coisa, ele estrutura a sociedade. Então o que ela estranhou, na época estava-se falando da intervenção militar no Rio de Janeiro e nossa capa trazia dois jovens negros com o título “Quem vão ser os maiores violentados com essa intervenção federal”, que eram os próprios jovens negros. Eles também estavam falando sobre o tema, mas a cobertura era diferente. Eu disse que eles deveriam cobrir o mesmo que a gente. Então, isso é novo, e não é só novo lá fora, mas aqui dentro também. Até para quem começa a escrever para o *Alma Preta* eu preciso fazer essa provocação, porque isso é novo mesmo. Quando teve o corte de bolsas da Capes [Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior] eu disse: se você é jovem, universitário e negro, você sabe que bolsa é o que possibilita que pessoas como você possam se bancar na universidade. Então se cortar isso, acaba a possibilidade de permanência de um jovem negro dentro da universidade. Então isso é o racismo e eu tenho que estar sempre provocando isso.

**Qual é a importância de um veículo feito por pessoas negras e para a população negra?**

**PB:** As outras mídias independentes que não são majoritariamente negras, mas que fazem uma cobertura sobre isso, como a *Ponte Jornalismo*, ajudam na cobertura de alguns casos, nos

ajudam a ruir a democracia racial, que é uma coisa que tem ruído aos poucos, mas que é um grande obstáculo pra gente avançar com o debate racial no Brasil. Agora, é óbvio que é muito importante ter uma mídia que é feita por negros, talvez não necessariamente só para negros, mas que tenha como objetivo dialogar com esse público. Nosso papel é fundamental, em primeira parte porque a gente influencia as outras coberturas. A *Ponte* mesmo brinca que a gente podia avisar o que o movimento negro vai fazer antes, porque a gente faz e depois eles têm que correr atrás. Por exemplo, a gente foi para a Jamaica e deu isso em primeira mão, aí depois outros portais também deram, então a gente influencia a cobertura. A gente acaba tendo esse papel de ter hoje um jornalismo de peso, que tem relevância, então as pessoas nos leem, temos acesso e uma quantidade significativa de seguidores em redes sociais. Mas a gente tem também, enquanto mídia negra feita por negros, um papel de registro histórico, de contar o que está sendo feito, e de contar não só para daqui a dez anos, para as pessoas verem o que o movimento negro estava fazendo e quais eram os desafios, mas para municiar o público de hoje, que é em maioria formado por jovens, negros e de periferia. É um jovem negro de periferia que teve acesso ao ProUni, ao Sisu, às políticas de cotas. É um jovem negro que entrou na universidade sabendo que é preto, sabendo que a sociedade é racista e que ele tem que transformar aquele espaço e tornar a sociedade mais democrática. Então ele vê a gente como um alimento para o cotidiano. São essas pessoas que se engajam e compartilham nosso conteúdo.

### **Vocês possuem uma redação? Como fazem as reuniões de pauta?**

**VA:** Não existe um local físico de redação, a gente trabalha com algumas reuniões presenciais, mas basicamente atuamos de casa, e vamos nos reunindo e conversando via *Skype*. As reuniões de pauta são feitas com os jornalistas, a gente vai definindo o que vai entrar na próxima semana, no próximo mês. É isso. A gente conversa, discute e seleciona. São reuniões tranquilas.

**PB:** Hoje a gente tem uma equipe com pessoas que trabalham 100% para o *Alma Preta*. Eu faço a edição dos textos que vem dos repórteres, tenho escrito pouco por falta de tempo. A gente também tem um time de colaboradores, eu não mando muita mensagem pra colaborar, pois ainda não temos como pagar, então a maioria das colaborações são de fora para dentro. As pessoas mandam mensagem falando sobre determinados temas e pedem para escrever a respeito.

**VA:** Há uma grande preocupação em apurar os fatos. Às vezes tem coisas como uma denúncia que precisa que ser bem apurada antes de ser noticiada, e deve ser noticiada com responsabilidade. Tem que ter seriedade, não é porque somos independentes que vamos fazer algo “jogado”. Tem que ter responsabilidade, porque bastante gente nos lê, então há sempre muito cuidado com o material que a gente trabalha.

**PB:** No ano que vem quero ter um orçamento para colaboração, quero uma equipe que possa se dedicar e fazer um trabalho de qualidade, até porque queremos montar um Manual de Redação do *Alma Preta*, que vai ser o primeiro manual de redação da mídia negra. Isso nunca

existiu. Vai ser um manual de redação com estilo, nossa linha editorial, e vamos passá-lo para os colaboradores, para poderem ler e mandar texto no nosso formato e serem pagos por isso.

**Com que frequência de notícias publicadas no site do *Alma Preta*?**

**VA:** Diariamente são publicadas de três a quatro matérias.

**Um erro comum da grande imprensa é convidar as fontes negras apenas para debaterem a questão do racismo, quando há especialistas negros, muito gabaritos, em diferentes áreas. Como vocês trabalham as fontes no *Alma Preta*?**

**PB:** A gente tem construído um banco de fontes. Por exemplo, do ponto de vista da educação, a gente conversa com pessoas que foram do MEC [Ministério da Educação], de secretarias do MEC, estudiosos, mulheres e homens negros. Estamos criando um novo jeito de cobrir, porque isso é uma coisa que não se fazia antes, a mídia negra não fazia isso. E eu li muito caderno de imprensa negra e isso não era rotineiro.

**Qual o maior desafio de fazer jornalismo independente?**

**PB:** O dinheiro. Por mais que a gente esteja em um bom momento para a mídia independente, acho que o jornalismo em si já é difícil. A gente tem que criar hábitos de consumo do jornalismo, as pessoas se acostumaram a consumir jornalismo pra caramba e nunca pagar, mas elas têm que entender que precisam participar também, afinal a gente trabalha e precisamos pagar nossas contas. Mas acho que a gente tem vivido um momento importante pra mídia independente. Essa denúncia do *Intercept Brasil* [a Vaza Jato, vazamento de conversas, realizadas através do aplicativo *Telegram*, entre o ex-juiz Sérgio Moro, o promotor Deltan Dallagnol e outros integrantes da força-tarefa da Operação Lava Jato] fortaleceu todo o campo do jornalismo independente, mas ainda sim é algo incipiente no Brasil. Se você for analisar esses canais - o Nexo, a Agência Pública, a Ponte e o Alma Preta – são muito novos. Então temos que criar uma cultura disso, também para que a gente se estabilize financeiramente e como negócio. Mesmo no campo da mídia independente, por sermos uma mídia negra vamos passar por um processo de receber menos. [O investidor pensa] entre fortalecer uma mídia branca que faz um trabalho parecido com o meu e uma mídia negra, vai optar pela primeira. Eu faço um constrangimento total em relação a dinheiro e falo: “Meu, vocês deram tanto para tais pessoas, então vão me dar o mesmo tanto, não vou receber menos”. O que a gente faz é tão bom quanto, e às vezes temos até mais acesso, então isso é um desafio. Temos que bater o pé, até porque somos deixados de lado em alguns momentos. Por exemplo, tem o *Festival 3i*, que é um importante festival de jornalismo independente e a gente não é convidado para participar da construção. Não estou dizendo que eles pensam que não querem convidar essa mídia preta, mas que existe uma dificuldade de aceitar a diversidade, isso tem.

**Como o *Alma Preta* se mantém financeiramente?**

**VA:** A gente presta serviços de assessoria e temos uma campanha de assinatura pelo Catarse, então nossa renda basicamente sai desses serviços e da campanha de financiamento, que é muito comum entre os veículos independentes.

**APÊNDICE O - Entrevista realizada com Martín Becerra, professor e pesquisador da Universidade Nacional de Quilmes, em Buenos Aires, especialista na temática da regulamentação da mídia na Argentina e na América Latina, autor de diversos livros sobre o assunto**

**A entrevista foi realizada por intermédio de videochamada, no *Skype*, em 8 de agosto de 2019.**

**Argentina también vive un panorama de concentración de la comunicación como Brasil. Desde que la Ley de Medios fue implementada en 2009, ¿cómo quedó el panorama de la concentración de los medios hegemónicos en el país? ¿Cuáles son los avances? ¿Fue suavizado el escenario durante el gobierno de Macri?**

**Martín Becerra:** En primer lugar, habría que decir que la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en los efectos materiales que tuvo, en términos de desconcentrar, que era uno de los objetivos que tenía, no lo logró. O sea, no hubo una modificación de la estructura concentrada de propiedad de los medios. La ley tuvo. En primer lugar, mi evaluación de la implementación de la ley es que fue una mala implementación. ¿Por qué creo que es malo? Porque tenía el objetivo de desconcentrar el sector y no lo logró. Porque tenía el objetivo de otorgar un 33 por ciento del espectro para las organizaciones sin fines de lucro y no lo hizo, casi no hubo concursos para otorgar licencias para organizaciones sin fines de lucro. En tercer lugar, porque había planeado que los medios del Estado argentino; *el Canal 7, Televisión, Radio Nacional*, se convirtieran en medios públicos y no lo fueron. Fueron medios siempre muy partidarios, muy gubernamentales. Luego, porque estableció de manera muy ambiciosa expectativas de producción propia, de producción independiente, de producción nacional de contenidos que sólo era posible de cumplir en las grandes emisoras de la ciudad de Buenos Aires, de Rosario y de Córdoba, pero no en lugares pequeños y medianos de nuestro país. Así que la evaluación es que la implementación de la ley no es positiva. Por supuesto, si uno analiza la situación de la concentración del sector hasta diciembre 2015, que es cuando asume Mauricio Macri la presidencia, yo diría que no sufrió grandes modificaciones entre 2019 y diciembre de 2015. Luego de la asunción de Maurice Macri sí hay modificaciones en la estructura concentrada porque, por una parte, a partir de los decretos firmados por Macri que modifica artículos centrales de la Ley de Servicios de Com. Audiovisual, permite mayores niveles de concentración todavía, en particular permite que el grupo *Clarín* digamos, se expanda hacia el sector de las Telecomunicaciones –algo que estaba prohibido por ley anteriormente– así que el Grupo *Clarín* logra un nivel de concentración que no existe en ningún país de América Latina. *Globo* en Brasil no tiene el nivel de concentración que tiene *Clarín* en la Argentina –por supuesto que *Globo* es más grande que *Clarín*, porque el tamaño de la economía brasileña es muy superior al tamaño de la economía argentina. O, qué sé yo, *Televisa* en México, también es más grande que *Clarín* por el mismo motivo –la economía mexicana es mucho mayor que la de Argentina. Pero ni *Globo* ni *Televisa*, tienen medios gráficos, medios audiovisuales, internet, telecomunicaciones fijas, telecomunicaciones móviles, conexión a internet fija y móvil, o sea,



ese nivel de concentración que tiene *Clarín* en la Argentina gracias a regulaciones que implementó Macri, es inédito en nuestra región. Hubo otros cambios en la estructura de propiedad, a partir de diciembre 2015, por ejemplo, ventas la red de televisión abierta más importante de la Argentina que es *Telefé*, era de *Telefónica* de Argentina y fue vendida a *Bahía Com*, a este grupo de capitales estadounidenses. Otro grupo importante de medios que se conoce como *Grupo Vila Manzano*, el nombre formal es *Grupo América*, también vendió su red de televisión por cable que se llama *Súper Canal*. O sea, hubo algunos cambios de propiedad, hubo muchos medios que quebraron y cerraron. Esto último –desde mi punto de vista- tiene relación, por un lado, con la excesiva concentración de la propiedad y el golpe al bolsillo de los consumidores de medios, y por lo tanto la retracción del mercado publicitario fruto de la recesión económica que vive la Argentina. Pero otra parte de la explicación es tecnológica. O sea, tiene que ver con el cambio del ecosistema de comunicaciones a nivel global, con la captura de la renta publicitaria cada vez mayor por parte de *Facebook* y de *Google*.

**Entonces, durante el gobierno de Cristina, ¿no se logró avanzar todo lo que la Ley de medios se proponía hacer? Y durante el gobierno de Macri, los medios como Clarín aumentaron su concentración.**

**MB:** Sí.

**Y hoy, este tipo de aumento de concentración que Clarín tuvo, es llamado “de cruzado” en Argentina. ¿Concentración cruzada?**

**MB:** Sí, se puede aludir a concentración cruzada, o concentración conglomeral, convergente, es decir, son parte de un proceso de convergencia de tecnologías que hoy están no sólo de tecnologías, de medios y de tecnologías que hoy están todos concentrados con una participación dominante en cada uno de esos mercados, de un único grupo que es Clarín.

**En Brasil los medios de radiodifusión son concesiones públicas. ¿Cómo se da esta situación en Argentina? ¿Es similar o no?**

**MB:** Los medios audiovisuales son, el Estado otorga licencias, son licencias que se llaman “licencia de interés público”. Son licencias por una cantidad de años limitada, digamos. Porque la radio y la televisión –igual que en todo el mundo, el Brasil y en todo el mundo- al ocupar una parte del espectro radioeléctrico, lógicamente, tienen que tener un permiso de licencia o concesión - depende el país se lo llama distinto, por parte del Estado. En la Argentina se llaman licencias, y son licencias de interés público. Eso repercute a los medios, a televisión abierta, a la radio AM y a la radio FM. En cambio, por ejemplo, la televisión por cable, por asignatura aquí en la Argentina tiene una licencia, pero a partir del gobierno de Macri no es una licencia audiovisual, sino que se llama una licencia de telecomunicación. O sea, ese es otro de los aspectos que Macri modificó.

**En el contexto de las elecciones presidenciales en Argentina, el debate acerca de la democratización de la democratización, ¿surgió o no?**

**MB:** No. Hoy por hoy, es un tema que no está presente en el debate electoral, no está en la agenda, te diría que no, digamos; el gobierno nacional propagandiza una supuesta mejora en lo que es libertad de expresión, básicamente como tiene como aliados a los principales medios comerciales, y además, tiene también como aliados a los principales columnistas y conductores de radio y televisión que son muy oficialistas. Entonces el gobierno propagandiza esa buena relación que tiene con el mainstream de los medios y de los conductores y periodistas más famosos como un avance en libertad de expresión. Porque obviamente el gobierno de Macri y Cristina Fernández tuvieron en varios casos agresiones verbales hacia algunos periodistas y columnistas famosos. Pero no hablan ni de democratización ni de estructura de propiedad ni de desregulación de los medios. Y la fórmula Fernández-Fernández [Alberto Fernández y Cristina Fernández de Kirchner], opositora al gobierno nacional tampoco habla del tema. Las pocas veces que el candidato presidencial Alberto Fernández menciona el tema fue en un tono -yo diría- moderadamente autocrítico. Como decir, la ley de medios, él le llama ley de medios. Nosotros en general en el mundo académico le llamamos Ley de servicios de Comunicación Audiovisual, porque no regula a todos los medios. Dice “la ley de medios fue un error”, “ya nos hemos anoticiado que no es el camino, hoy por hoy las tecnologías más importantes son *Google, Facebook*, entonces hay que mirar hacia otro lado, no queremos tener una relación conflictiva con los medios”, o sea, no es un eje, ojo. No es un eje de su campaña. Esto que te digo son los dos o tres comentarios aislados que ha hecho en toda esta campaña que ha sido larga, fueron más bien amistosos con las empresas periodísticas, y no reivindica el discurso de la democratización, no.

**¿Entonces no hay una esperanza de que la situación cambie?**

**MB:** Bueno, como decía [Antonio] Gramsci, con el pesimismo de la razón y el optimismo de la voluntad. O sea, yo en lo personal no soy ni oficialista de Macri. Yo soy de izquierda, o sea, nunca fui peronista, tampoco tengo esperanzas. Mis esperanzas están depositadas más en la comprensión de haber tenido históricamente la sociedad argentina, de que este es un tema importante. Entonces, yo creo que, así como la sociedad argentina promovió la discusión pública que presupuesto los gobierno de Cristina Fernández de Kirchner recogieron esa promoción de la discusión y del debate público por parte de un sector de la sociedad civil organizada, lo recogieron en el arco de un enfrentamiento que tuvieron con el grupo *Clarín* - que había sido aliado del kirchnerismo durante el gobierno de Néstor Kirchner hasta diciembre de 2007. Entonces, bueno, el gobierno pega un giro en su relación con *Clarín* y encuentra que hay sectores de la sociedad civil organizada que tienen una propuesta de democratización y el gobierno recibe con buenos argumentos esa propuesta. Pero no nació del sistema político. En mi opinión, ni en Argentina ni en Brasil ni en Colombia ni en México es el sistema político el que va a democratizar nada porque, en general, el sistema político, tiene una mirada muy superficial de los medios de comunicación. O sea, buscan que los medios hagan propaganda para el candidato Haddad, o el candidato Duque, o el candidato Tabaré Vázquez. Lo mismo ocurre en Argentina, lógicamente. Así que, no veo que este sea un tema de agenda en los

próximos años, sí creo que, un poco la fuerza de las regulaciones que en otros países del mundo se están desarrollando en torno de internet, pueden reactivar la memoria de que en la Argentina también está pendiente de resolver la concentración de la propiedad de los medios tradicionales. Así como tenemos que discutir también la concentración de las plataformas digitales. Aunque también es interesante....

**En su opinión, ¿cuáles son las consecuencias de este panorama de concentración de medios que se repiten en otros países latinoamericanos, para la región latinoamericana?**

**MB:** Mira, yo creo que en la concentración en la historia de América Latina y en el presente latinoamericano es un obstáculo importantísimo para la democratización plena de la sociedad. La concentración excesiva que vemos en Brasil, en México, en Colombia, en la Argentina, en Chile, en general, en los grandes países de la región, conduce a una pauperización del debate público porque magnifica la línea editorial que en general es muy conservadora, lógicamente; al estar muy concentrada en grandes capitales son grandes capitales los que están interesados en el mantenimiento del statu quo y no en su discusión, y no en su transformación. Y el statu quo en América Latina es el statu quo de sociedades que son las más injustas del mundo. O sea, somos la región del mundo donde la diferencia entre ricos y pobres es más grande y se ahonda cada día más. Entonces ese es el statu quo y los medios de comunicación concentrados defienden el statu quo. Por supuesto que en este panorama muy genérico que estoy señalando hay excepciones, hay buenos periodistas que trabajan en grandes medios concentrados, hay en situaciones concretas como la que vive Brasil con Bolsonaro, puede ser que algún grupo concentrado no esté hoy promoviendo una agenda de desmonte de los derechos humanos, eso es posible. Pero bueno, Bolsonaro es un caso extremo. El gobierno argentino ha extendido por lo menos hasta ahora el gobierno de Macri ha sido más respetuoso de los principios y garantías constitucionales que Bolsonaro, así que, digamos, yo diría que la concentración excesiva es un problema estructural de América Latina que no podemos pensar que son sociedades tan injusta social económica y culturalmente si eso no lo pensamos acompañado de un sistema de medios que históricamente promovió esa injusticia y obturó todo debate que pusiera en crisis y que propusiera transformaciones a ese que es también, volviendo a Brasil, el ejemplo de la permanente oposición que tuvieron los grandes medios comerciales concentrados a los gobiernos del PT. Con todos los errores que contó, enormes errores que se le pueden reconocer a los gobiernos del PT, pero que implicaban una reforma democrática digamos, tímida incluso, de ese status quo, y en parte por eso los grandes medios comerciales concentrados realizaron una labor de, bueno, prácticamente destituyente de eso.

**El discurso en Brasil de los grandes medios cuando se plantea la necesidad de reglamentación es que la libertad de prensa va a ser perjudicada. En Argentina, ¿pasa algo similar o no?**

**MB:** Sí, sí, absolutamente. En toda América Latina es igual, es el discurso de la Sociedad Interamericana de prensa que dice que la libertad de prensa no existe; por supuesto es un

discurso, es una consigna que, por ende, es medio sistémica y muchos políticos repiten; muy peligrosa porque obviamente pone como titulares del derecho a la libertad de expresión solamente a los dueños de los medios y omite que la libertad de expresión es un techo que alcanza a toda la ciudadanía y, por tanto, para que alcance a todos es importante, entonces, que haya regulaciones democráticas que permitan el acceso de todos los ciudadanos a los medios y no sólo de los que son multimillonarios. Entonces sí, ese discurso también está presente en la Argentina.

**En el debate que hubo en Argentina a partir de 2008, en el gobierno de Cristina, los grandes medios ¿reivindicaron hacer un periodismo independiente contra un periodismo militante? ¿Cómo recibió este debate la sociedad argentina?**

**MB:** Mira, depende qué sector de la sociedad argentina. Hay un sector de la sociedad argentina que, bueno, expresa políticamente Macri, que atendió a los argumentos de los medios más concentrados y de conductores televisivos, radiales y columnistas de los principales diarios que tienen esta ideología de tendencia –aunque obviamente es falsa, pero es su ideología. Así que hay una parte de la sociedad argentina, que es una parte muy importante, que cree en ese discurso. Otra parte de la sociedad argentina que expresa políticamente el kirchnerismo, por el contrario, descrea del discurso del periodismo independiente y, bueno, reconoce que los periodistas tienen ideología. Yo personalmente creo que el concepto de periodismo militante fue muy alentado por conductores, periodistas y columnistas kirchneristas; también cometió un grave error porque, digamos, se olvidó completamente de contrastar fuente. O sea, de permitir que en sus coberturas –o sea, hicieron exactamente la inversa de la que hacen los medios comerciales concentrados. Los medios concentrados comerciales solamente dan voz a voceros del establishment. Pues bien, los medios conductores, columnistas y periodistas kirchneristas sólo le daban voz a los kirchneristas. Entonces, de esa manera, teníamos durante el kirchnerismo dos campanas; la campana sobre todo del *Grupo Clarín y de La Nación* y la campaña de los medios kirchneristas que eran muchos en número, aunque no tenían mucha audiencia. Pero había muchos medios –incluso privados- que hacían periodismo militante del gobierno nacional. Bueno, como te digo, muchos de ellos no tenían ni siquiera audiencia, ahí había un fracaso de la emanación misma del periodismo porque no atraían, yo diría, eran muy respetuosos con la posibilidad de que el público sacara sus propias conclusiones, le daban todo deglutido. Era como el pato Donald, pero a la inversa, todo muy estereotipado, los enemigos de la presidenta son malos, la presidenta es buena. En una sociedad democrática se supone que el público debería ser tratado con más respeto para que pueda elaborar síntesis propias. Sobre todo, si tú crees que tienes razón. Si yo creo que tengo razón no tengo que andar diciendo todo el tiempo “los otros son unos idiotas”. Debería ser capaz yo de demostrar que soy mejor que ellos sin estar mostrando todo el tiempo eso. Creo que ese debate no fue productivo para la sociedad argentina, pero, si hoy, tu vienes –faltan 72 horas para que haya elecciones nacionales acá- a la Argentina y entrevistas a simpatizantes del gobierno de Macri te van a decir que el gobierno respeta al periodismo independiente, etcéteras. Y si entrevistas a militantes del Frente

de Todos te van a decir que el periodismo militante es bueno porque permitió abrir una discusión que estaba obstruida antes en el país. O sea que cada uno de ellos sigue considerando que lo que hicieron o lo que hacen –depende- está muy bien.

**E: ¿Y cómo evalúa las experiencias de comunicación contra hegemónica hechas en Argentina?**

**MB:** Yo creo que si hablamos de la comunicación –yo no le llamaría contra hegemónica porque una de las limitaciones que han tenido las organizaciones y medios de comunicación alternativos, comunitarios, democráticos, es que, entre otras cosas, por el escenario concentrado de la propiedad, y también por la mala implementación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual no han tenido acceso a grandes licencias, y por lo tanto no son contra hegemónicos en el sentido de que no han acumulado importante significación en términos de público de audiencias masivas que logren, digamos, balancear la influencia que tienen los grandes medios comerciales concentrados privados. Sin embargo, hay muy buenas experiencias, muy valiosas, muy interesantes, algunas se han sostenido en el tiempo y se siguen sosteniendo a pesar de enormes dificultades presentes y pasadas, que han sorteado en muchos casos decomisos de equipos, persecución de sus integrantes; en otros casos sin llegar a eso por supuesto. Pero bueno, algunos medios comunitarios y alternativos en la Argentina ya tienen más de 30 o 35 años de existencia, algunos de ellos en localidades pequeñas y medianas –no es el caso de las grandes ciudades- son muy importantes, en términos también de audiencia, pero hay pequeños y medianos. Sin embargo, en las grandes ciudades argentinas donde residen más del 70% de la población, las dificultades que han tenido para acceder a licencias, para tener fondos de fomento, para ser legalizados, y también por la competencia desleal que hacen los grandes medios comerciales concentrados, yo diría que esas experiencias siendo muy valiosas y oxigenando el escenario de la comunicación en nuestro país no han tenido una trascendencia como para convertirse realmente en contra hegemónicos.

**Estas experiencias ¿aún reciben fondos de la ley de medios o no más?**

**MB:** Sí, reciben. Si, el gobierno nacional –el gobierno de Macri digo- es muy, ha puesto muchas trabas. O sea, no ha sido eficiente ni eficaz ni dirigente tampoco a la hora de cumplir con ese aspecto de la ley que sigue vigente –respecto de la ley en Argentina está vigente desde los fondos de fomento- pero el gobierno retacea, pone obstáculos; sin embargo, aún con todos esos obstáculos algunos de esos fondos llegan a las organizaciones de medios comunitarios y alternativos, por lo tanto una parte de la finalidad dispuesta por la ley se cumple con muchas dificultades porque el gobierno no está por la labor de cumplir esa.

**La llegada de internet ¿ha amenazado las injusticias provenientes de la concentración, o la concentración que existe hoy en internet no permite avances?**

**MB:** Esa es una paradoja de internet la verdad en muchos países. Porque internet en teoría podría permitir –por lo menos en términos tecnológicos- que exista una gran cantidad de medios, sin embargo, el escenario de las comunicaciones masivas en internet es tan concentrado

o más aún de lo que son las comunicaciones tradicionales. Esto no significa que no haya – porque sí que hay- medios digitales que son, no sé si contra hegemónicos, pero son alternativos y tienen perspectivas editoriales muy críticas del gobierno de Macri y están muy bien elaborados, son muy interesantes. En muchos casos son de periodistas “Sub 40”, entre comillas “jóvenes”, con nuevos lenguajes, muy interesantes como experiencias. Todavía a esas experiencias no son masivas. O sea, si tú me dices, ¿disputan la atención pública a *Clarín* o *La Nación*, o a *Infobae*? La respuesta es no. La mayor parte de las audiencias digitales en la Argentina consumen medios que son medios digamos, cuya línea editorial es defensora del statu quo o incluso pertenecen a grandes grupos comerciales concentrados como es el caso de *Clarín*. Yo creo, soy, digamos, tengo una mirada sobre el funcionamiento de la información y la comunicación en internet en la Argentina que, si bien, detecto que evidentemente hay nuevas fuentes y mayores perspectivas a disposición, y que, además, las nuevas redes sociales nos permiten a los grupos de actividad que tenemos miradas críticas, compartir y potenciar esas producciones informativas y de opinión. Sin embargo, estaos hablando de un segmento de la sociedad que es un segmento politizado, no estamos hablando de la mayoría de los argentinos.

**Sí, muchas veces son un tipo de comunicación hecha por intelectuales para intelectuales.**

**MB:** Sí.

**¿Cuál es la salida para cambiar o aminorar un poco ese panorama de concentración y luchar por una democratización de la comunicación?**

**MB:** Claro, me gustaría tener la respuesta a la pregunta. Yo creo que, una respuesta muy general es que la lucha por la democratización de la comunicación es una lucha por la democratización del conjunto de la sociedad. O sea, nosotros no vamos a lograr la democratización de la comunicación ni de los medios aisladamente de la lucha por la democratización del resto de los aspectos en los que nos organizamos como sociedad. O sea, tiene que haber un trabajo más justo en todos los órdenes, tiene que haber también justicia en términos de equidad de género. O sea, se trata de la democratización de la comunicación de un eslabón que va junto con muchos otros eslabones de mejoras o de resolución de injusticias que tenemos como sociedades que somos muy injustas. Y entonces, en mi opinión, el granito de arena que uno puede sumar es, en lo que hace a mi trabajo como profesor o investigador, documentar estas injusticias, contribuir a señalar que hay caminos como el de los planes de fomento para medios comunitarios que podrían mejorar las cosas, o el de la legalización del sector comunitario –entre muchos otros posibles. Pero me parece que en cada ámbito que nosotros pensemos hay posibilidades de mejora, también en el ámbito del trabajo periodístico, de las rutinas de producción hay posibilidad de mejora, pero nada de eso se puede lograr de manera aislado, porque si no viviríamos como una esquizofrenia no podemos pensar un escenario de medios democráticos en una sociedad que es profundamente injusta en la distribución del ingreso, tiene que mejorar también la distribución del ingreso, ¿no? Se tienen que respetar los derechos humanos, todo eso tiene que ser junto.



**APÊNDICE P - Entrevista com Micaela Baldoni, pesquisadora da Faculdade de Ciências Sociais da Universidade de Buenos Aires, autora de diversos artigos sobre o jornalismo argentino**

**A entrevista foi realizada presencialmente, em Buenos Aires, em 3 de julho de 2019.**

**En un artículo de 2012 usted escribe acerca de una disputa entre periodismo independiente y periodismo que usted califica como militante, que me pareció muy interesante porque en Brasil el término periodismo independiente es asumido por la prensa contra hegemónica. Se dice prácticamente de un periodismo independiente, y aquí, por lo que entendí de su artículo, es la gran prensa la que dice que hace un periodismo independiente con base en parámetros de objetividad, imparcial. Entonces me gustaría entender esta problemática.**

**Micaela Baldoni:** ¿Querés saber la reconstrucción histórica de cómo se llega a esta idea de periodismo independiente, o más sobre la actualidad?

**Sí. La reconstrucción histórica.**

**MB:** En realidad, en Argentina, en términos generales, vos tenés una conformación histórica del sistema de medios mixta, ni estatal ni comercial del todo. Hasta la década del '80 los medios audiovisuales pertenecen, sobre todo -tanto radio como tv- a la órbita del Estado, mientras que en nuestra historia la prensa siempre aparece más vinculada a “medios independientes”; pongo comillas porque eso no quiere decir que no tengan orientaciones políticas, pero no son prensa partidaria. En general aparecen vinculadas a la gestión de ciertos grupos que pueden tener vínculos con sectores políticos, pero son grupos periodístico comerciales. Esa prensa en los años –estoy tratando de no ser muy larga porque es muy extenso- que está representada en los años '80 por Clarín, la Nación, la Prensa, que era un diario que en ese momento tenía una tirada muy importante, con la vuelta de la democracia va a pujar por la privatización. Por poder adquirir medios audiovisuales. Primero la radio, después canales de televisión, y eso estaba prohibido por ley. La ley, incluso la ley de 1980 que es la última ley que es una ley privatista, no permitía que quien era dueño de un diario pudiera acceder a un medio audiovisual. Hay una puja y un *push* privatista muy fuerte durante el gobierno de Alfonsín que no se termina de resolver, pero, en ese *push* privatista empieza a consolidarse como bandera la idea del periodismo independiente. Los medios audiovisuales, sobre todo la TV -la radio también, pero digo, están controlados por el Estado, de manera discrecional, digamos, en ciertos aspectos están más condicionados, sobre todo en los espacios, los noticieros, los espacios más periodísticos, mientras que los espacios más de entretenimiento se permite de hecho, son alquilados, rentados por productores comerciales. Eso en la década del '80. Peor hay una acusación a ese periodismo vinculado con la TV sobre todo de ser oficialista, para partidario con el partido de gobierno que era el radicalismo en ese entonces. Y estas empresas empiezan a movilizar. *Clarín* es el gran impulsor de esta campaña privatista y empieza a usarse que el



periodismo solo puede ser independiente si está al resguardo del ala estatal. Con la década del '90, las crisis económicas, bueno, casi todos los candidatos a presidente tienen dentro de su campaña ya la idea de privatizar. Privatizar los canales. Cuando asume Menem en el '90, lo primero que hace, su primera privatización es sobre los canales y anula este artículo que no permitía que los dueños de prensa adquieran medios audiovisuales. Ahí *Clarín* compra *Canal 13*, bueno, una serie de licitaciones que después ahí te pasó bibliografía que te puede servir sobre lo más estructural del sistema. Para lo que a vos te interesa, a medida que se van conformando estos grupos, -que el más grande es el *Grupo Clarín*- toman como slogan la idea de la independencia. Y uno podría decir que, en los años '90, esto si querés te lo cuento más detalladamente porque tiene que ver con otro actor que es el periodismo más que vos estudiás, el más chiquitos, más vinculado al mundo intelectual o bien más restringido, no el main stream. Pero digo, en la década del '90 hay un consenso sobre que la figura legítima del periodista es la de la independencia. Sobre todo, la independencia frente al Estado y los partidos.

### **Es un período muy neoliberal.**

**MB:** Exactamente. Es el momento de construcción del orden neoliberal que son las gobernaciones menemistas y la gobernación de la Alianza, que es una alianza ente el radicalismo [el otro gran partido] y un desprendimiento de centro izquierda del peronismo. Hay un consenso generalizado, para sintetizarlo te diría; si vos pensás el campo periodístico '80, ese campo está dividido en dos: tenés los grandes medios, la gran prensa, sobretodo porque acá. Esa es una cuestión que te puede servir mucho; acá la prensa tiene un lugar mucho más central que la televisión en los '80, históricamente, porque es un país con niveles de matrícula universitaria muy altos y toda una serie de construcción de un público donde la prensa tiene un lugar mucho más que en Brasil donde la red es más *Globo*, la televisión. Si uno piensa el campo periodístico tenías estos grandes medios de prensa que te nombraba antes, y, por otro lado, más de la centro a la centro derecha, aunque pensar en términos de derecha e izquierda acá es medio complicado pero para decirlo de algún modo más conservadores si se quiere. *Clarín* en el centro te diría, y una serie de toda una amalgama de actores, sectores progresistas que se aglutinan en torno a pequeñas publicaciones que nacen con la restitución democrática. De ahí sale *Página/12*. Bueno esas pequeñas publicaciones, revistas, el periodista de Buenos Aires, la revista *Humor*, revistas contestatarias que empiezan a desarrollar un periodismo más analítico culminan con la aparición de *Página/12*, que es este diario chiquito pero que logra cada vez más legitimarse públicamente. Ahora bien, entre esos dos polos la gran diferencia es que, dentro de estos actores, están ligados a los movimientos de los derechos humanos y a la defensa de los derechos humanos. En el campo más *main stream* la lectura sobre lo que había pasado en la dictadura es más cuidada. Digamos, asume los valores democráticos, pero tiene una lectura más crítica sobre todo el accionar de los grupos guerrilleros. En los '80 vos tenés un abismo entre estos dos lugares, hay una frontera. En los '90, producto, estos son más hipótesis de trabajo, pero de la homogenización política que hubo, el decaimiento del bipartidismo, el neoliberalismo, hay una homogeneidad de esos espacios. Entonces tanto para esta prensa como

para la otra –una prensa que uno podría decir más comprometido - si bien no era militante en el sentido de ser partidaria - en los noventa confluyen en torno a este periodismo independiente. Y para las dos, la cuestión central es la fiscalización del poder. La idea de que el rol del periodismo está en esta lógica más de un periodismo de investigación, un periodismo *watchdog*, un periodismo que rebela las tramas ocultas de los negociados y la corrupción se instaura como problemática pública. En ese marco se instaura la idea del periodismo independiente, si lo pensás históricamente.

### **Un periodismo comprometido con los hechos.**

**MB:** Claro, pero proviene también de un periodismo de opinión y analítico. Por eso digo es un poco no es el periodismo a la americana. Nosotros no tenemos un periodismo de hechos. Pero sí, aparece un periodismo que se reivindica en esa retórica de la investigación y hay algunas figuras claves, te puedo nombrar la figura de Horacio Verbitsky que justamente vienen de espacios más comprometidos militantes y que sin embargo en los 90 asumen también esta idea –no digo un periodismo aséptico- pero un periodismo comprometido con la ciudadanía, y cuyo rol es controlar a los poderes estatales y que no puede tomar posicionamiento político. En ese sentido sí es un periodismo que se auto reivindica como objetivo. Ese consenso se rompe con la llegada del kirchnerismo. Se empieza a resquebrajar, hay signos, buenos y malos trabajo específicamente sobre eso. Hay signos que se van quebrando con la llegada del kirchnerismo.

### **¿No comenzó con Néstor?**

**MB:** Empieza con Néstor. Si vos lo mirás muy detenidamente. A ver, empieza con Néstor porque si vos lo mirás a grandes, a nivel general no, porque Néstor le da las licitaciones a *Clarín*, no hay una disputa entre medios y gobiernos hasta 2006 arranca. Y los medios son más una agenda de Cristina Fernández que de Néstor Kirchner, en el sentido de una agenda de preocupación. Pero si vos empezás a mirar ciertos resquebrajamientos, un resquebrajamiento de una asociación de periodistas que se rompe en 2004, que se llama Asociación de Periodistas Independientes. Donde ya, aquello que representan grupos más *main stream*, más grandes, ahora ya conformados como grupos multi mediáticos empiezan a romper con los que pertenecen a áreas más segmentadas como es el caso del *Página/12*, por ejemplo. Esa explosión, esa ruptura de ese ideario del periodismo independiente llega con la, otra vez, una vuelta o una recuperación de la centralidad del Estado de las políticas públicas, de la palabra política, o sea, un contexto que tiene una serie de configuraciones que es muy amplio, pero que podemos sintetizar en estas ideas. En ese contexto, empieza a conformarse esto que ahora se llama “la grieta”, y que en el periodismo se tradujo en esta idea de que el periodismo independiente solo es defendido por las grandes empresas multi mediáticas, y una denuncia de parte de ese periodismo –como bien decís- de periodismo militante hacia el periodismo que empieza a tomar una actitud de apoyo sobre todo hacia el oficialismo, hacia el gobierno. Pero la historia de esa construcción, te digo que fue hegemónica durante los años ‘90 y que dominó el conjunto del campo proviene de estos años; se produce entre los ‘80 y los ‘90 y está vinculada a la transformación de la estructura

mediática a la construcción del neoliberalismo como un discurso –sobre todo con la crisis de los grandes relatos y los idearios políticos, no?- varios aspectos que si te interesa te sigo contando, pero para que tengas un panorama general, proviene de ahí; hay un momento de escisión, un momento de consenso y con el kirchnerismo se vuelve a actualizar una escisión que ahora se transforma de diferente modo. Y que va a tener como telón de fondo la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, que es lo que relata un poco el artículo. Lo que me parece que te puede ser interesante para pensarlo comparativamente es que ahí la idea de periodismo independiente se empieza a cuestionar. Por más que estos actores lo sostengan en la agenda pública, por primera vez cuestiona abiertamente que no hay ningún periodismo independiente que todo periodismo tiene algún tipo de subjetividad, algún punto de vista. Entonces eso que había sido tan hegemónico tan indiscutido empieza a ser cuestionado desde diferentes ámbitos. Te diría que son múltiples.

### **¿Incluso la opinión pública?**

**MB:** Si. El debate que se genera acá para mí es un caso casi inusitado, yo no sé, no estudié ese tema específicamente comparativamente en América Latina, pero en términos del debate que se dio en torno a la Ley de Medios me parece que sí, que fue, es como que se produjo una especie de develamiento –que hoy se vuelve a cerrar, que está en retaguarda y en retroceso, pero que en su momento fue un tema candente, era un tema que se discutía en los bares –está bien uno pertenece a un círculo más cultivado si querés pero igualmente era un tema del que se hablaba en televisión. O sea, apareció una idea de mirada crítica –te habrán hablado de “6, 7, 8”. El programa que todo el tiempo lo que mostraba es cómo se construía la noticia, cómo la noticia estaba construida desde algún ángulo, y lo que trataba de hacer todo el tiempo era romper con la idea de que existe un periodismo objetivo, sino que todo periodismo está posicionado. Y que en este caso como era un programa que se volvió cada vez más oficialista, más pro gobierno digamos, pensaba sobre todo que, ubicaba a estos grandes medios como los representantes de poderes corporativos cada vez más. Y trataba de desmontar un poco, hacer una especie de desmontaje a través del archivo, de esa construcción intencionada, orientada, políticamente orientada, comercialmente orientada. Esa es como la historia de esos dos términos que es un poco largo, pero es una historia que tiene un montón de actores que juegan ahí, pero que, a grandes rasgos, más o menos en esa etapa se condensan.

**Muy importante para mí, porque en Brasil he acompañado de lejos esta problemática y no tuve esa comprensión.**

**MB:** Estoy escribiendo la tesis. Yo trabajo desde el ‘80 hasta el 2000 cómo se construye eso digamos, que es. Acá tampoco hay tanto sobre eso. A mí me ha costado mucho trabajo porque hay trabajos más como que los medios están trabajados desde la economía política. Muchos y buenos trabajos sobre cómo se conforma la estructura mediática. Tenés trabajos que trabajan más la relación gobierno- medios, pero sobre el periodismo específicamente no hay tanto.

Martín Sivak es uno de los que también. Martín Becerra trabaja economía política, más sistema mediático, pero no trabaja sobre periodismo.

### **¿Cómo evalúa la experiencia de prensa contra hegemónica en Argentina?**

**MB:** Te pregunto antes qué considerarás como prensa contra hegemónica para saber luego qué contestarte.

**Por prensa contra hegemónica estoy pensando en los vehículos que hacen la contra narrativa al discurso de la gran prensa.**

**MB:** No necesariamente del gobierno, sino sobre toda la gran prensa.

**Por ejemplo, durante el gobierno de Cristina, algunos medios que he entrevistado como Marcha Noticias me dijeron que hacían también una contra narrativa en algunos aspectos, claro que se posicionaban más alineados con Cristina que con Macri. Pero tenían un click también en algunos aspectos.**

**MB:** Y cuando te referís a los medios contra hegemónicos, ¿más en el período kirchnerista o macrista, en la actualidad?

**Más general, vehículos que hacen una narrativa diferente que los grandes medios.**

**MB:** bien, bueno. Primero, hay una tradición de este tipo de periodismo, más que es contra hegemónico en el sentido de romper con estas líneas que marcan, sobre todo los grandes medios. Que en el caso de Argentina no conozco en profundidad a principios de siglo. Si bien en Argentina hubo algún tipo de periodismo militante partidario durante los años '60- '70, es un periodismo más amorfo que cabe más en tu visión de contra hegemonía. Y la figura ahí central que te convendría revisar es la de Rodolfo Walsh, que juega este papel entre escritor, periodista comprometido, que fue después desaparecido por la dictadura, pero cuyo mérito que se rescata es esta idea de crítica, de una visión crítica más analítica. Dentro de esa tradición después, para llegar hasta acá me parece que las grandes líneas que tenés en los años '80 estas publicaciones que yo te nombraba; *Humor* que aparece como crítica a la dictadura primero, y también a la prensa a la que trata de connivente, si te sirve, es un dato muy puntual, *Humor* saca, de hecho, un fascículo que es, no me acuerdo ahora el nombre exacto, mostrando cómo la gran prensa había sido connivente con el régimen. El caso de *Humor* es claro ahí como desde la sátira.

### **¿Como El Pasquín?**

**MB:** Exactamente. Y luego esta serie de emprendimientos emergentes que en los '80 asumen una mirada más analítica más interpretativa y también contra hegemónica en torno a los grandes. Ahí lo que te contaba, la disputa era bueno, en los grandes medios primaba la idea de la teoría de los dos demonios, acá la idea era bueno no acá hubo terrorismo de Estado –cuando todavía eso se tenía que demostrar- y toda una puja en torno a la cuestión, sobre todo, de los derechos humanos. Eso desaparece, si bien queda *Página/12*, pero *Página/12* pervive ahí en los

'90, pero esto que te decía, vuelve a aparecer a medida yo creo que el periodismo va perdiendo credibilidad. Me parece que, por ejemplo, *La Garganta Poderosa* es un ejemplo. La puja que en la disputa como consecuencia tuvo una pérdida de calidad en la producción noticiosa muy fuerte. Al mismo tiempo, cuando se empieza a debatir, cuando la idea de periodismo independiente entra en cuestión, está bien que uno puede observar eso en casi cualquier medio de prensa internacional, pero la cantidad de lectores que perdió *Clarín* durante la disputa con el kirchnerismo –más allá de que todos los medios perdieron. *Clarín* en los '90 vendía 1 millón de ejemplares, y durante el kirchnerismo pasó a vender 300 mil. Pero hubo una pérdida de lectores que yo creo que no se debe solamente a la crisis del diario papel, y que eso se tradujo en lectores online, sino en una crisis de credibilidad que amplió también y por eso me parece que hubo lugar –como pasó en los '80 con la apertura democrática- me parece que frente a esa crisis de credibilidad hubo lugar para que aparezcan nuevos actores, para que los propios lectores vayan acercándose hacia otros actores. Me parece que *La Garganta Poderosa* es un ejemplo de eso. Un periodismo que se postula periodismo villero, que reivindica aquello que esta estigmatizado por los grandes medios, y que, sin presupuesto, –esto me lo decía un periodista que yo entrevisté- sin presupuesto tiene tapas, lo tiene a Lula en la tapa, que otros medios no pueden llegar, y donde lo que prima es la calidad. También una vuelta a la búsqueda de una escritura interesante, bueno lo que hace *La Garganta Poderosa*, un poco poética, ¿no? Donde la narrativa tiene lugar, no es un periodismo de hechos ni sólo informativo. Yo te digo, ahí hay antecedentes en este periodismo de los '80 también es un periodismo que busca romper con un periodismo que está atrasado. Me parece, por lo menos en lo que yo conozco del caso argentino, esos movimientos tendieron a renovar el periodismo. En el lenguaje, sobre todo en el lenguaje. O sea, *Página/12* renueva; lo que produce en el campo *Página/12* sobre todo es una renovación del lenguaje. Una menor sacralización de la política. Creo que con la vuelta de la centralidad de la política que se dio durante el kirchnerismo, se suscitan estos espacios que en los '90 estaban como vedados. Porque estos actores contra hegemónicos toman parte. Quizás algunos se definen como militantes o relativamente posicionados en algún costal, más oficialistas en ciertos momentos, más críticos con el oficialismo en otros, pero toman posición, que era lo que estaba vedado. Entonces me parece que son ejemplos de toda una serie de publicaciones, la revista *Crisis*, más intelectuales uno puede decir, la revista *Anfibia*, que se popularizó. Que empiezan a buscar nuevos lenguajes, notas largas, contra digamos, las tendencias del periodismo a nivel mundial. Que también van a nichos más chiquitos de público, obviamente. El caso de *Revista Anfibia* es interesante porque se proponía conjugar la crónica periodística, el periodismo y el ámbito académico, termino siendo una revista que se convirtió en masiva. Que cada vez hace notas más cortas porque la leen muchos lectores que se quejan de lo extensas que son las notas. Entonces me parece que ahí se abrió un espacio, un espacio de posibilidad de posicionamientos, pero también de puesta para poner a pensar el periodismo como una vocación, no solamente desde un costado profesional.

**Con relación a la cuestión financiera, las formas de sustentación financiera. Creo que he hablado con esas personas de los medios, ellos pasan por los mismos problemas en Brasil,**

**de mantener los medios sin sustentación financiera que algunos tienen publicidad, pero otros no tienen y cuentan con colaboradores o suscriptores. Al mismo tiempo la gran prensa también pasa por una crisis financiera. ¿Cómo analiza este escenario para el periodismo?**

**MB:** Para mí, me parece que es uno de los ejes del problema, si uno piensa en términos de la producción periodística, de los propios periodistas, de su vínculo con la profesión. Me parece que en el caso de los grandes medios –que es lo que conozco un poco más de la cuestión financiera- han empezado, se convirtieron en la pata política de grandes grupos, con lo cual, ya no importa tanto si son redituables o no, porque los grupos son redituables con otros negocios como es el caso del cable, señales satelitales, toda una serie de negocios vinculados a la telefonía, al sector audiovisual, que hacen posible que no necesariamente el diario tenga que rendir como si tuviese que auto sustentarse. Ahí aparecen cuestiones que son bastante criticadas por los periodistas más antiguos. Esto que *La Nación* saca su tarjeta de promociones, *Clarín* hace lo mismo, como la captación del interés por medio de una tarjeta que te permite ir a un restaurant, que no tiene nada que ver con el periodismo. Me parece que eso genera, no eso directamente, me parece que la situación financiera que atraviesa a los grandes medios y la flexibilización laboral que eso genera sobre todo en los medios que empiezan a digitalizarse. No te sabría bien decir específicamente, pero como por eso pueden empezar a saltarse ciertos convenios, bueno la prensa acá no tiene un sindicato fuerte. Pero son los más explotados los que trabajan en espacios digitales, sobre todo, incluso cuando estén trabajando a dos pasos. Entonces eso me parece que genera un gran problema de precarización laboral muy grande, que con la crisis actual está mostrando sus facetas más crueles. Porque con despidos de muy fuertes, en términos numéricos también simbólicos, la cantidad de despidos se asienta como una idea de incertidumbre para los periodistas en términos de carrera, de inversión. Una de las cuestiones que pasa es que un periodista para sobrevivir hoy en día tiene que hacer doscientas mil cosas, que eso no era así. No hay un periodista de un medio, sino que tiene que trabajar en la radio, en la televisión, escribir alguna nota como freelancer para algún medio, colaborar, se pagan mal las notas. Conozco menos, sinceramente, de cómo se financian los actores más pequeños, digamos, me parece sí que ahí hubo, o sea, Argentina tuvo un, con la implementación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual consideraba a este sector necesitado de financierización y ahí se abrieron una serie de financiaciones que no se pudieron dar vuelta del todo. Esos actores todavía negocian en la mesa, entonces llegaron a algún tipo–alguno de estos actores que no necesariamente son todos contra hegemónicos, digo son actores chicos, vinculados al sector de la sociedad civil, que no conforman grandes holdings y que- tuvieron algún tipo de acceso financiero a partir de la implementación de la ley, no te sabría decir hasta dónde.

**Hoy con Macri ese pago paró. Yo hice una entrevista con Néstor Busso de la Farco, red de radios comunitarias, y dijo que el pago propiciado por la ley, con Macri está parado.**

**MB:** Sí, seguramente, es muy probable. A parte, al haberse disuelto el organismo de control, es muy difícil acceder a esa información pública, con lo cual todo lo que circula es más dentro de una nebulosa, y hay Martín Becerra, o Santiago Marino que trabajan estos temas conocen específicamente lo que está pasando a través de la reglamentación del Boletín oficial, y que hay una reducción en todos los espacios culturales y científicos a un recorte abrupto del presupuesto. Yo creo que esto puede... yo las veo con mucha vitalidad igualmente, las crisis también generan una vitalidad porque aparece un público que se acerca. Ahora, la capacidad de subsistir de esos emprendimientos claramente es muy vulnerable en términos de la ayuda que pueda dar el gobierno, sobre todo porque el gobierno –es algo que acá se discute poco-, el Estado hace un gran aporte a los grandes medios. Los grandes medios subsisten también por la publicidad oficial, y sobre todo en un país donde eso no está reglamentado y ese uso es discrecional. Yo creo que es una de las grandes deudas que no se pudo saldar, la Ley de Medios dijo muchas deudas porque no se pudo aplicar. Otra de las grandes deudas es no tener ningún tipo de regulación sobre la publicidad oficial. No sólo los grandes medios sino a través de los programas televisivos, las páginas de internet. Hay un uso discrecional, absolutamente discrecional a través de la pauta publicitaria del gobierno.

**¿No hay nada sobre esto en la ley de medios?**

**MB:** No, no se reguló, lamentablemente no. Y es un gran problema porque efectivamente –no podría decirte hoy los porcentajes- hay un criterio de audiencias, de cantidad de audiencias, que no es muy legítimo porque las mediciones son en capital federal no en todo el país, con lo cual pensando en un Estado federal es muy relativo porque las mediciones de rating se hacen en Buenos Aires, conurbano y algunas ciudades del interior entonces las mediciones no tienen el mismo nivel de cobertura. Entonces que el Estado decida la cantidad o el porcentaje de publicidad oficial que va a destinar a los medios en función del rating, ya es un criterio bastante discutible, y es un gran problema para los actores chicos.

**En Brasil hay una crítica acerca del trabajo de algunos medios contra hegemónicos, que muchas iniciativas son hechas por intelectuales o por periodistas de clase media, clase media alta, que no tienen contacto de hecho con la población más pobre, y este es un análisis de por qué la población mayoritaria no enarbola las banderas que el periodismo contra hegemónica habla. Acá en Argentina, por ejemplo, la *Garganta Poderosa* es un medio popular, de hecho. Los contenidos son producidos por la gente que vive en la villa. Acá ¿cómo es el escenario?**

**MB:** a mí me suena que en ese punto es bastante parecido, no sé si el caso de *la Garganta Poderosa* se repite en muchos casos, sobre todo porque *la Garganta* tiene una organización territorial detrás. Si yo pienso, no sé a cuáles considerás medios contra hegemónicos acá, pero si pienso en lo que nosotros llamamos medios más independientes, peor en el sentido de que son independientes porque son chiquitos, todos tienen, digamos, esta vertiente intelectual. Lo que pasa es que acá es un mundo más “clase medista”, en el sentido de que todo el mundo se

considera parte de la clase media, digo, el espectro de la clase media entiendo que es mucho más amplio que el espectro de Brasil.

**Sí, la desigualdad social en Brasil es grande.**

**MB:** Si vos estás pensando en términos de llegada al público, sobre todo.

**Página/12 es leído por la población más pobre?**

**MB:** Sí y no. A ver, por qué. Hoy en día me es más complicado pensarlo porque son más apreciaciones que yo tengo, que realmente estudios, porque no estudio el fenómeno contemporáneo de *Página/12*, pero, hay digamos, históricamente Argentina tiene un acceso, gracias al sistema universal público, un nivel cultural medio –para decirlo- bastante alto en comparación con otros países de Latinoamérica, que permite que, quizás, sectores populares pero que tienen o que tuvieron en algún momento un acceso, capital cultural, puedan acceder a este tipo de medios. Eso es muy relativo. Eso no quiere decir que todas las capas obreras o populares como las llamemos tengan el acceso. *Página/12* es un caso interesante porque empieza a ser un diario dirigido a un sector progresista y culto, urbano siempre, medios independientes, culto, que, sin embargo, en algún momento se masifica, pero se masifica en lo que te contaba, en la década del '90, con los escándalos de corrupción, y entonces me parece que se puede masificar, puede llegar a sectores más amplios. Pero si pensás en un diario que llega a sectores más amplios es *Clarín*. Y hoy en día yo te diría que son más los portales digitales; *Infobae*, ahí tenés que mirar muy puntillosamente el caso de la *Garganta Poderosa* si no es un caso excepcional, más que la regla. Porque si yo pienso en *Crisis*, *Anfibia*, *Letra P*, *el Cohete a la Luna* que es el sitio de *Verbitsky*, hay un montón; llegan a sectores reducidos digamos, muy urbanos, muy de Buenos Aires, ahí me parece que, no sé si difiere tanto. Lo que pasa que, me parece que –esta es una apreciación muy mía- capaz que la clase intelectual de Brasil, en estos años debe haber cambiado mucho tras el lulismo, pero, si pensamos para atrás, es mucho más aristocrática que la clase intelectual argentinas. Me parece que esas comparaciones, aunque pueda decir así brutalmente, no es un análisis, pero hay que considerarlas para pensar esa comparación. Qué significa decir clase media en Brasil, blanco, todo eso que vos nombras, acá quizás eso es alguien más de clase media alta, que va a una universidad privada, acá la idea de clase media que está más cercana a los sectores populares. Entonces me parece que lo relativizaría un poco. Entonces si bien no los consideraría medios de elite, sí te diría que tienen, son medios intelectuales.

**En Brasil hay un profesor de la Universidad de São Paulo llamado Dennis de Olivera que tiene un concepto que se llama “periodismo emancipatorio”, y yo creo mucho en esa definición. Esa clasificación dice que el periodismo contra hegemónico tiene que ir más allá de hacer una narrativa contraria a los grandes medios, necesita incluir a los sectores en la parte de proceso de producción de contenidos, para ser emancipatorio; de hecho, movilizar a las personas a hacer los cambios que es necesario. Entonces, claro que hay**



**muchas diferencias, pero cuando converso con Fidel Ruiz [de la *Garganta Poderosa*], siento un periodismo más emancipatorio en este sentido.**

**MB:** Sí, yo ahí te diría que el periodismo comunitario cumple más ese rol que lo que uno piensa más acá como periodismo contra hegemónico. Por eso me parece que la *Garganta Poderosa*, la *Izquierda Diario*, están más vinculados porque tienen práctica territorial. Son casos interesantes para mirar, pero después tenés todo un mundo de periodismo comunitario que quizás no es tan conocido, que también tiene mucho anclaje en las provincias.

**APÊNDICE Q - Depoimento de Ramiro Blanco, mestre em Linguística pela Universidade de São Paulo (USP), responsável pelo site *Argentina Traduzida* (que compila e traduz para o português notícias veiculadas pela mídia contra-hegemônica de seu país)**

**Depoimento concedido para esta pesquisa via arquivo de áudio no *WhatsApp*. Ramiro conta sobre sua experiência, no período da ditadura, em pequenos jornais de resistência feitos com a comunidade de estudantes.**

Havia muitas iniciativas de comunicação contra-hegemônica na Argentina nesse período. A principal, sem dúvida, foi a agência *Ancla* [Agencia de Noticias Clandestina], de Rodolfo Walsh, que acabou quando ele lança aquela Carta Aberta, no qual ele denunciou tudo o que o regime militar estava fazendo, e acabou sendo assassinado. Mas é importante destacar que surgiram muitas iniciativas no meio estudantil, muitas feitas em mimeógrafo. Cada um fazia a revista que podia. Produzíamos e distribuíamos. Eu mesmo participei de duas. Um dos impressos se chamava *Alternativa*. Conseguimos fazer três ou quatro números dessa revista. Na época, quando fazíamos essas revistas, não falávamos que eram publicações de política, mas de cultura, e principalmente contracultura. Era a forma possível de resistir. A revista *Humor* foi um ícone nesse sentido. Ao falar de humor e cultura, ela envolvia a política de forma muito inteligente e atrativa. Outra revista excelente de contracultura foi *El Expreso Imaginario*. Essas publicações, por intermédio da cultura, confrontavam o sistema.

## **APÊNDICE R - Entrevista com Altamiro Borges, coordenador do Centro de Mídia Alternativa Barão de Itararé**

**A entrevista foi realizada presencialmente em 17 de julho de 2017, na sede do centro.**

### **Na sua visão, o que seria a mídia contra-hegemônica? Como podemos defini-la?**

**Altamiro Borges:** Bom, vamos começar falando do que seria a mídia hegemônica. Há empresas que desde o seu início foram montando grupos de grupos de comunicação. Você pega o *Estadão*, por exemplo. O *Estadão* nasceu no século XIX, foram 27 fazendeiros que criaram o jornal Província de São Paulo, que era para defender o ponto de vista dos fazendeiros. Então esses grupos empresariais, viram que era importante ter esses meios de comunicação para poder defender seus interesses econômicos e políticos. Com o passar do tempo, o processo natural do capitalismo é de monopolização, os pequenos vão morrendo, os grandes vão engolindo os pequenos e é um processo de monopolização. Aquela pulverização que tinha no início do jornal, do rádio, foi acabando. Isso foi se concentrando e hoje o que nós temos no Brasil são basicamente 7 famílias que dominam os meios de comunicação. Tem grupos regionais, Sirotsky, no Sul, Collor, em Alagoas, Eunício, no Ceará, Tasso, no Ceará. São grupos regionais que retransmitem essas sete grandes empresas de comunicação. Com o tempo vai ficando inclusive mais complexo, quer dizer, deixa de ser um problema de imprensa impressa, jornal ou revista, passa a ser rádio, na sequência passa a ser TV, na sequência passa a ser cinema, passa a ser internet. Porque esses grupos vão monopolizando tudo, né. São grupos poderosíssimos que vão agendar a sociedade brasileira, eles informam e desinformam, formam e deformam, né. A partir dos seus interesses políticos e econômicos, como diz o professor Dênis de Moraes. E desde a origem diante dessas empresas de comunicação, que defendem os interesses privados você tem formas de imprensa alternativa. Os anarquistas rapidamente perceberam que ao investir na sua própria imprensa teriam como difundir suas ideias e contrapor a imprensa que vivia os demonizando; os comunistas a mesma coisa, o movimento sindical... Porque quando eu penso imprensa contra-hegemônica, eu penso não só em blogs, revistas, mas na imprensa sindical, imprensa comunitária, imprensa dos movimentos, dos movimentos de mulheres, movimentos de negros, movimentos de LGBTs. Quer dizer, vão se constituindo exatamente para fazer, para defender suas causas e causas essas que na mídia hegemônica são demonizadas. Então pra mim a mídia contra-hegemônica é exatamente procurar uma outra versão a partir dos movimentos sociais e de movimentos de grupos específicos. Ela se contrapõe a uma mídia monopolizada que defende interesses muito particulares, econômicos e políticos.

### **O que mudou no posicionamento da mídia contra-hegemônica, nesse momento pós-golpe [ de 2016] no Brasil? O que mudou em termos de estratégias, na sua visão?**

**AB:** Eu acho que no período dos governos Lula e Dilma, até por terem vindo dos movimentos sociais, de demandas populares, você tinha da parte dessa imprensa e dessa mídia alternativa contra-hegemônica uma atitude de respeito, mas de autonomia e crítica. Se faziam muitas críticas, principalmente na política macroeconômica, de juros, de câmbio, na política fiscal. Cobrava-se o fato de o governo não ter avançado em reformas mais estruturais e se fazia muita crítica, inclusive, na relação com a mídia que esses governos estabeleciam. A mídia hegemônica, ao contrário, o que fazia? Só demonizava esses governos. Eram governos que não estavam na agenda, na pauta política econômica desses grupos hegemônicos. Então a mídia o

tempo inteiro não deu paz. Não teve momentos de tréguas com o governo Lula ou com o governo Dilma, por mais que o governo Lula e Dilma não tenham confrontado essa mídia. Essa mídia privada e hegemônica foi hostil. Quem melhor definiu isso foi uma figura chamada Judith Brito, ela foi a mais sincera. Judith é executiva do Grupo *Folha*, era presidente da Associação Nacional dos Jornais (ANJ). Ela falou: "como a oposição tá muito fraca, a posição oposicionista compete à imprensa". Disse isso escancaradamente! Como agora na Argentina, um editor do *Clarín* falou a mesma coisa. Disse: "durante os governos Néstor e Cristina nós precisamos realizar um jornalismo de guerra". Essa foi a expressão dele. Então, enquanto a mídia hegemônica, essa mídia privada – e eu brinco que é privada nos dois sentidos da palavra [risos] –, era super dócil com o Fernando Henrique Cardoso, com os governos do PT ela era uma crítica contumaz. A mídia nunca falou nada mais incisivo, mais duro do Fernando Henrique. Ao contrário escondeu inclusive alguns casos, sejam casos econômicos, sejam casos amorosos... Fez a campanha de Fernando Henrique Cardoso na primeira eleição e na segunda eleição. Já a mídia contra-hegemônica era crítica de Fernando Henrique Cardoso. Quando entrou o Lula, a mídia hegemônica passou a ter uma posição oposicionista, frontal, jornalismo de guerra e já a mídia alternativa teve que tomar cuidado, porque ela concordava com algumas bandeiras desses governos, mas, ao mesmo tempo, tinha críticas. Então ela manteve uma atitude de apoio crítico, né. Às vezes até apontando mais erros do que acertos. Qual é a diferença agora? Agora, é que esse governo, é um governo totalmente ilegítimo, esse governo não saiu das urnas, esse governo saiu de um golpe. Um golpe que muitos caracterizam como um golpe judicial-parlamentar-midiático. Que já tinha sido experimentado em Honduras, em 2009, na Queda de Zelaya [José Manuel Zelaya Rosales, foi presidente da República de Honduras de 27 de janeiro de 2006 a 28 de junho de 2009], já tinha sido experimentado no Paraguai na queda do Lugo [Fernando Armindo Lugo de Méndez foi presidente do Paraguai de 2008 até 2012]. E que agora foi experimentado no Brasil. Eu acho essa definição de golpe judicial parlamentar midiático boa. Eu só tenho um reparo a ela. É que eu acho que nesse trio o mais importante é a mídia, eu acho que o protagonista do golpe é a mídia. Eu costumo brincar o seguinte, se não fosse a mídia, o Sérgio Moro seria um juiz em primeira instância numa cidade do interior, no Paraná... Seria um juizeco. Quem projetou o Sérgio Moro, dando capas de *Veja*, dando prêmios da *Globo*? Quem o transformou no herói, inclusive sem levar em conta observações críticas que juristas faziam aos métodos aplicados por Sérgio Moro? Foi a mídia! Agora uma parte da mídia começa a crítica o Sérgio Moro, porque o Sérgio Moro tá chegando em áreas que ela não gostaria que chegasse...Então agora eu me divirto lendo Reinaldo Azevedo, da *Veja*. Antes ele era só Moro... O Moro agora como está chegando perto de alguns amigos de plumagem do Reinaldo Azevedo, amigos tucanos de alta plumagem, ele mudou de posição. O Reinaldo Azevedo tá bravo com o Sérgio Moro. Então ele é um golpe judicial, evidente, porque o papel da Lava-Jato foi decisivo na desestabilização do governo, na própria economia, mas, sem a mídia não existiria esse papel, os métodos judiciais seriam questionados. Como também é a mesma coisa o parlamento. Sem a mídia, nós não teríamos o parlamento que nós temos no Brasil. O parlamento no Brasil é totalmente refém da mídia, dessa mídia hegemônica. E não é só refém, quem elege esse parlamento é a mídia, você só entende porque a bancada da bala triplicou e por que que a bancada dos evangélicos pulou para 90 deputados, se perceber o que a televisão no Brasil com seus problemas policialescos e com as suas 5 horas de programação religiosa diária faz. Eu só entendo porque que se elege tanto mercador de almas, se eu observar a mídia. E eu não estou discutindo religião, estou discutindo mercadores, aqueles que são negociistas da religião. Por que o Brasil elege tanto mercador de almas e por que que elege tantas pessoas que pregam a morte, a violência? Precisa ter uma explicação, e ela está na mídia. A mídia hoje está tendo uma atitude condescendente, de apoio e estímulo ao governo Temer, nós estamos tendo situações cômicas. No governo Dilma qualquer dado econômico positivo sempre vinha com uma ressalva. No governo Temer tudo é exaltado. Isso porque a mídia, por interesse econômico e

político, apoia a pauta do governo na área econômica. Pode não estar gostando do Temer, mas apoia a sua pauta, apoia a reforma trabalhista, apoia a reforma previdenciária, apoia a entrega do pré-sal, apoia a entrega das terras aos estrangeiros. Como ela apoia, agora ela faz o inverso. Os dados econômicos vêm assim: “Tá ruim, mas vai melhorar”. Impressionante ver os comentários, seja de Miriam Leitão, seja do [Carlos Alberto] Sardenberg. Miriam Leitão por concepção, Sardenberg por interesses. O irmão dele, inclusive, é da Febraban [Federação Brasileira de Bancos]. O comportamento se diferencia muito da época dos governos Lula e Dilma.

### **Considera que a mídia atua hoje como um partido político?**

**AB:** Com certeza! A *Globo* é o grande partido da elite brasileira, no meu entender. No início do século XX o grande filósofo Antonio Gramsci já chegava à conclusão que, quando os partidos da classe dominante entrassem em crise de representação, a imprensa ocuparia o papel de grande partido do capital. Isso que ele escreveu no Cárcere, na década de 20, hoje está mais atual do que nunca. Então, a mídia se transformou num grande partido do capital, e no meu entender a *Globo* é a vanguarda desse partido capital. A *Globo* percebeu que o Temer colocava em risco o projeto. Percebeu porque os índices de popularidade dela estava indo para o chão, mais uma pesquisa ela ia ficar devendo popularidade, percebeu que as reformas começavam a travar, principalmente a previdenciária que interessa muito o capital financeiro. Percebeu que, por mais que eles ficassem falando que a economia estava se recuperando, a vida estava demonstrando que a economia estava indo para o buraco. Eles prometeram que bastava tirar a Dilma e colocar o Temer para voltar a confiança do mercado e voltar os investimentos. E a vida mostrou que isso era para enganar bobinho, então isso vai caindo, vai voltando para a população. O Temer se desgasta, as reformas começam a emperrar, as brigas entre eles começam a aumentar e o pior de tudo isso é que o golpe fica incompleto, porque se o Temer estivesse muito forte o Lula estava morto, mas como o Temer está muito fraco está acontecendo o que disse o jornal *Valor*: "começou a ocorrer um efeito saudade". A população começou a pensar: “Puxa! Meteram o pau naquele cara, mas naquela época estava melhor”. E isso é extremamente perigoso, porque aí o golpe fica incompleto, ou seja, eu tiro uma presidenta, implanto um projeto que não ganha nas urnas, mas eu preciso evitar que o antigo projeto volte rápido, esse projeto tem uma figura que personifica, que é o Lula. Temer está indo muito mal, a popularidade dele é um lixo, as reformas emperrando, a economia empacando... Esse sujeito [Lula] ascende nas pesquisas e em todas as pesquisas. Então tira logo esse cara, pra ver se dá uma arrumação de casa. É mais ou menos o que a *Globo* fez com o Collor. A *Globo* elegeu o Collor, mas como ele começou a se desgastar muito rapidamente. A mesma *Globo* que o elegeu ajudou a tirá-lo.

**Falando agora um pouco do impacto da mídia contra-hegemônica... no dia 28 de abril de 2017 a gente teve a greve geral contra a reforma trabalhista. O comportamento da mídia foi aquele esperado inicialmente de querer dizer que o movimento foi fraco, insignificante. A mídia contra-hegemônica denunciou que os grandes meios de comunicação não estavam cobrindo os atos com o mesmo empenho como cobriram as manifestações em favor do *impeachment* da Dilma. No dia seguinte a *Globo* tentou mostrar de todas as formas que estava cobrindo os protestos, até se esforçando para provar que fez uma cobertura adequada. Depois teve aquele artigo da *ombudsman* da *Folha*, reconhecendo que a cobertura do jornal foi pífia. Então a gente percebe em alguns momentos essa tentativa da grande imprensa de tentar se justificar em cima das críticas que recebe da mídia**

**alternativa e dos movimentos populares. Você acredita que a mídia alternativa tem conseguido em alguns momentos ameaçar o poder desses grandes veículos?**

**AB:** Eu acho que sim, mas eu relativizo. Por exemplo: a *Globo* só foi fazer a autocrítica da sua participação do bloco do golpe de 1964 muitos anos depois. Foram mais de 30 anos e agora ela tenta fazer autocrítica rapidinho? Eu acho que isso tem a ver com a internet, tem a ver com essa brecha tecnológica, que faz com que você tenha contrapontos muito mais rapidamente, que isso se dissemine bastante. Então eu acho que isso afeta. Por isso que a *ombudsman* tem que se explicar, porque realmente a cobertura da *Folha* foi lastimável. É só a gente lembrar como que a *Folha* cobriu as manifestações pelo impeachment da Dilma, que era quase fazendo um roteiro. Era um guia!! A *Globo*, então, fazia um processo de “esquenta” para as manifestações contra a Dilma. Durante toda semana ela ia falando, puxando as pessoas para os atos e, no dia dos atos, parecia jogo combinado. Eu tenho certeza de que era jogo combinado! Eles pegavam os estados menores de manhã para ir criando clima para as manifestações maiores em São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, que aconteciam à tarde. Era um esquenta! Chegaram a mexer com a programação, com grade de futebol. O Fausto Silva virou um agitador. Então realmente é um tratamento muito diferente do que foi dado à greve contra a reforma trabalhista. Então a mídia contra-hegemônica faz o contraponto e eles são obrigados a responder. Mas eu ainda relativizo. A mídia contra-hegemônica ainda é muito pequena diante do poderio desses grandes grupos midiáticos. Refiro para chegar na população, pra disputar narrativa na população. Ela cresceu, ela incomoda, ela obriga a *Globo*, a *Folha*, a ficarem se desculpando, a ficarem se justificando, mas ainda não consegue atingir o grosso da população brasileira. É como se fosse uma guerrilha diante de um exército regular. O outro lado é muito poderoso pra fazer cabeças.

**A mídia contra-hegemônica ainda está muito restrita aos ativistas e militantes? Como seria possível quebrar essa barreira, para chegar na população que não tem posicionamento ideológico – vamos dizer assim?**

**AB:** A mídia contra-hegemônica tem esse papel de contraponto fundamental, mas não é suficiente. Pra você pode falar, pra você instigar mais o senso crítico na sociedade brasileira, você tem que, além de fortalecer essa mídia alternativa - que significa inclusive colocar dinheiro nela, porque produção de conteúdo exige dinheiro- , quebrar o monopólio do outro lado. Pra você ter uma comunicação mais saudável no Brasil, não basta fortalecer a mídia alternativa, é preciso quebrar o monopólio do lado da mídia hegemônica. E é possível fazer isso aplicando coisas que estão na lei, que estão na Constituição Brasileira. Não estou nem propondo a ousadia que a Cristina [Fernández de Kirchner] teve com a Ley de Medios, que é muito mais avançado que a Constituição, mas a pura e simples aplicação da Constituição Brasileira. Está lá nos artigos 220, 221, 222 e 223. É proibido monopólio e o oligopólio na comunicação. Aplique-se essa lei. Simples assim! Regulamentar é isso. Não precisa usar o exemplo da Venezuela, do Equador, da Bolívia ou da Argentina. Pode ir nos EUA, que é símbolo do capitalismo no mundo. A lei nos EUA diz que é proibido monopólio e oligopólio e criou uma regulamentação que proíbe mesmo. No EUA as empresas não podem ter ao mesmo tempo TV aberta, TV fechada, rádio AM, rádio FM, internet, jornal, revista. Isso é proibido lá. E sabe por que proíbem? Porque isso faz mal à democracia, isso é o que se chama de propriedade cruzada. É o que nós temos no Brasil. Aplique-se a lei que está em Portugal. Lá TV e rádio são concessões públicas e os movimentos sociais têm o chamado “direito de antena”. Eles têm aquele espaço, na televisão em horário nobre. Então na véspera no 1 de maio, a Central Sindical Portuguesa (CGTP ou a OGT) vai para a televisão convocar um ato, porque é concessão pública. Aplique-se isso. Aplique-se o que tem na Europa toda. Você tem conselhos de comunicação, que não só discutem a questão econômica de monopólio, oligopólio, mas o conteúdo que os veículos

divulgam. A mídia brasileira fez um grande escarcéu quando o [Hugo] Chávez caçou a outorga da RCTV [Radio Caracas Televisión]. A FCC [Federal Communications Commission], que é o órgão de fiscalização do EUA, já cassou mais de 100 outorgas! No Reino Unido tem isso e eles vão mais além. Porque lá já não está mais só em concessões públicas. Diante do abuso do jornalismo sensacionalista, pautado em escândalos, eles aprovaram recentemente uma lei duríssima contra imprensa impressa, que não é concessão pública. E não me consta que a rainha Elizabeth seja comunista, nem bolivariana [risos]. Um jornal não pode fazer como a *Folha de São Paulo*, que colocou uma ficha policial falsa da Dilma na capa. Isso no Reino Unido hoje dá uma multa milionária, não é merreca não... E te obriga a dar o mesmo destaque, o mesmo espaço para resposta, imediatamente.

**Mas aí a gente fica até meio desanimado, porque lembramos que os governos do PT não tiveram uma postura firme com relação à regulamentação da mídia. O campo progressista esperava que finalmente isso fosse acontecer com o PT no governo...**

**AB:** O Boaventura Santos [sociólogo e filósofo] tem um raciocínio que eu acho belíssimo. Ele diz o seguinte: “Nós estamos num estágio da humanidade em que o poder dos monopólios é tão grande, que não basta mais eleger os governantes. Você tem que manter pressão permanente sobre eles. É quase como co-governar”. Porque você elege, derrota o capital financeiro, derrota essa ditadura midiática, mas depois o poder do capital financeiro e midiático é tão violento que quem se elegeu falando contra acaba se submetendo. Então, Boaventura fala que isso é um “novo tipo de fascismo, é um fascismo societário”. Então ou você mantém pressão permanente ou nenhum governo vai fazer mudança. Porque o poder desses grupos é muito grande. Na minha opinião, o Lula quando se elegeu em 2002 fez dois pactos explícitos, que ele não escondeu de ninguém, e um pacto implícito, ou seja, que ele fez escondidinho. O pacto explícito foi com o capital financeiro. Foi a primeira vez que um peão chegou à Presidência da República, só com o partido de esquerda, sem a maioria no Congresso. Ele pensou: “vou apanhar pra caramba”. Então eu não vou comprar briga com o capital financeiro, porque esses caras desestabilizam a economia e eu morro no dia seguinte. Então ele fez um pacto, que foi aquela famosa Carta ao Povo Brasileiro, que alguns mais maldosos, eu me incluo, chamam de Carta aos Banqueiros. Ali foi uma carta que dizia aos banqueiros: “fiquem tranquilos, pois eu não vou mexer em contratos”. Ele fez um outro acordo explícito com o agronegócio. Ele pesou o seguinte: “o agronegócio hoje é fundamental na balança comercial brasileira, eu não vou mexer com esses caras, porque se esses caras resolverem sabotar a economia, a economia brasileira vai pro buraco!” E ele fez um pacto escondidinho, que foi um pacto com os meios de comunicação, em especial com a *Globo*. Tanto é que veja só como é o poder da *Globo*. A última redação da Carta ao Povo Brasileiro quem deu foi o João Roberto Marinho. Isso quem está falando não sou eu. Quem fala isso é o [Antonio] Palocci no livro autobiográfico dele [“Formigas e Cigarras”, de 2007]. A última versão do texto ele mandou para o João Roberto Marinho e o João Roberto inclusive insistiu para ele reafirmar a questão de não mexer nos contratos, pra enfatizar mais. E Palocci acatou. Então ali teve um pacto. O Lula fez um cálculo, um cálculo que se a gente for ver na política real até deu certo. Porque ele conseguiu governar, conseguiu criar uma outra marca no país, política sociais, integração latino-americana, BRICS, uma relação democrática. Então se a gente for ver nesse ponto de vista, o cálculo do Lula até deu certo, porque viabilizou 13 anos de governo. Do nosso ponto de vista, foi insuficiente, porque não quebrou, por exemplo, o monopólio das comunicações. A *Globo* estava quebrada. A *Globo* tinha feito três erros de cálculos impressionantes. A primeira foi acreditar na lorota do Fernando Henrique Cardoso, da paridade do dólar com o real. A *Globo* se endividou em dólar. Quando ficou visível que isso era um estelionato eleitoral, que só foi feito para ganhar eleição, a *Globo* se arreventou, a dívida que era 1 passou a ser 4, então foi um grande erro de cálculo. O segundo grande erro de cálculo

é que a *Globo* achava que a economia ia bombar e que a TV a cabo ia bombar. A *Globo* investiu muito em TV a cabo. Foi aí que ela se endividou muito! E aí ela se arrebitou, porque a TV a cabo não bombou. A TV a cabo só vai bombar no governo Dilma. E um terceiro erro de cálculo foi tentar uma expansão internacional, que foi a TV Monte Carlo, na Europa. A *Globo* tentou se transformar numa multinacional de comunicação, só que aí ela bateu de frente com um sujeito chamado Berlusconi [Sílvio Berlusconi, político conservador italiano, é acionista controlador da *Mediaset*]. Essas três coisas fizeram a *Globo* ficar falida. A *Globo* ia entrar em parafuso e o governo, pra não gerar uma quebradeira, fez um acordo com a emissora. Rolou muita grana e ninguém sabe direito quanto. Então no primeiro governo Lula cedeu a muita coisa. Por exemplo, na aprovação do modelo japonês de TV Digital, que era o que a *Globo* e as outras grandes emissoras queriam.

Cedeu também no Conselho de Comunicação, que era uma proposta da Federação Nacional dos Jornalistas e em muitas outras coisas.

**Apesar de toda essa permissividade, na primeira bobeadada que o governo deu, no primeiro flanco que apareceu, que foi o Mensalão, a mídia veio com tudo pra cima...**

**AB:** Sim. Eu acho que aí o Lula percebeu que não dava pra fazer acordo com escorpião. Escorpião na primeira oportunidade te bica. Eu acho que no segundo mandato ele mudou de comportamento. Claro que não foi o que quem discute comunicação gostaria, mas, no meu entender, ocorreram alguns importantes avanços, por exemplo, a constituição da Empresa Brasil de Comunicação [EBC], que é uma coisa que tá na Constituição, complementaridade do sistema público privado estatal, e isso nunca existiu. Teve o Plano Nacional de Banda Larga. O peão percebeu que a internet ia bombar e resolveu investir em internet. Isso foi uma grande coisa! No que se refere a anúncio publicitário, houve uma mudança de postura, uma regionalização dos anúncios publicitários, foi um negócio importante. Tudo bem, a *Globo* ficava com 67% da verba de publicidade federal, terminou o governo Lula com 49%. É muito, mas já é alguma coisa. Isso aqui nós estamos falando de bilhões. Teve também a convocação da Conferência Nacional de Comunicação. Foi a primeira vez na história desse país [risos] que se discutiu comunicação na sociedade, por conferência de um Brasil inteiro. Então acho que o segundo mandato do Lula foi criando clima para elaboração de um projeto, porque a conferência de 2009 deu elementos... Aquele Seminário Internacional organizado pelo Franklin Martins, em 2010, onde de uma inteligência, de um brilhantismo impressionante. Ele não trouxe Venezuela, ele não trouxe Bolívia, ele trouxe EUA, Portugal, Reino Unido para falar. E os caras chegaram aqui. Ministros e autoridades de países e governos conservadores. Os caras chegaram aqui e falaram: “mas, bicho, como assim não tem regulação de comunicação no Brasil?” A conferência e o Seminário Internacional possibilitaram a elaboração de um projeto, um projeto muito interessante, que não foi tornado público para a sociedade brasileira, mas algumas coisas vazaram. Era um projeto que iria mexer em coisas fundamentais que era para o governo Dilma implementar.

**E não aconteceu, né?**

**AB:** Pois é. Vieram pra cima da Dilma. Aí que entra aquilo que eu disse da necessidade de pressão de movimento social. Se nós tivéssemos tido o que teve na Argentina... A elaboração de Ley de Medios não começa no governo. Começa na universidade! A universidade tem um papel decisivo. Infelizmente no Brasil, a universidade é ausente. O início da Ley de Medios não foi nem no movimento social, foi na academia. Lógico que a Argentina tem outra realidade, o



papel do *Clarín* é impressionante, é muito mais explícito. Mas a Ley de Medios começou a ser construída na academia e da academia foi para os movimentos sociais, que a incorporaram. O Néstor não estava afim da Ley de Medios, porque também era comprar briga com o *Clarín*. O Néstor era um governo bonzinho com a mídia. O *Clarín* se deu bem com ele. Ele não comprou briga com o jornal. Já no finalzinho comprou, e a Cristina que vai enfrentar a barra. A Cristina percebe que ou ela mexe nessa questão de Medios ou não vai conseguir governar, e ela percebe isso só na crise do campo, quando os fazendeiros bloqueiam tudo, né? E aí ela agarra na Ley de Medios. Aqui, na nossa academia, você tem pessoas brilhantes que contribuem muito, como o professor Venício Lima, mas não é uma coisa que ganhou as universidades como um todo.

**Sobre a América Latina, você citou alguns países em que a grande mídia atua de forma semelhante à que vemos nos veículos brasileiros. De que forma esse quadro que se repete em outras nações da região prejudica a ideia de integração latino-americana, e o que poderia ser feito em termos de mídia alternativa, pra poder fazer frente a essa situação?**

**AB:** Acho que você teve algumas iniciativas que foram muito positivas. E há algumas que infelizmente os governos compraram e outras que não. Por exemplo, a iniciativa da Venezuela na criação da *Telesur* foi muito positiva. Você ter uma televisão do sul para o norte, não do norte para o sul. Infelizmente o governo brasileiro, não comprou essa TV. O Equador comprou, a Bolívia comprou, viraram sócias da *Telesur*. O governo brasileiro não virou sócio e eu acho que foi um grande erro. Porque era exatamente no sentido de construir um discurso contra-hegemônico do sul. “Ah, mas tinha crítica da *Telesur*”. Bicho, eu só acredito em crítica de quem participa, quem não participa não tem nem direito de crítica. Então eu via muita gente falar que a *Telesur* era ruim, sem conhecer. Eu acho que foi um grande erro do governo, devia ter apostado as fichas na *Telesur*, ter entrado com uma acionista, porque isso inclusive faria com que disputasse a linha editorial da *Telesur*. Só que o governo brasileiro virou a cara para eles. Na última fase, na Celac [Comunidade de Estados Latino-Americanos e Caribenhos - um organismo internacional composto por 33 países, sem a presença dos Estados Unidos], estavam começando discussões interessantes sobre a constituição de mecanismos de comunicação de integração regional, criação de agência, de sinergia entre as várias áreas de governo pra se contrapor ao que a mídia, principalmente a mídia orientada pelo EUA, tem tentado falar sobre América do Sul. Mas isso ficou parado, agora está inviabilizado com esses governos, tanto da Argentina quanto do Brasil. Eu acho que teria que ter avançado mais nesse terreno.

**Os governos de direita costumam ter uma postura contra a integração latino-americana e muitas vezes enxergam o Brasil como um ator que teria que ter mais privilégios na América Latina, então eles justamente se posicionam contra integrar, porque acham que sairíamos perdendo. E outra coisa que acontece também, com o apoio da nossa grande mídia, é a imagem de atraso que é vendida em relação a tudo o que é feito aqui no continente. Então se busca muito inspiração em modelos europeus e norte-americanos e pouca inspiração no que é feito aqui. O que você acha que devia ser feito para tentar diminuir isso?**

**AB:** A elite empresarial brasileira tem complexo de vira-lata. Nelson Rodrigues definiu isso para o futebol, mas serve pra tudo. Ela é uma elite que foi subalterna durante muito tempo à Europa. Só ver as constituições das universidades aqui e o tipo do padrão de cultura, só ver o que foi a Semana de Arte Moderna que se contrapôs exatamente a isso. E na sequência essa elite submeteu-se aos EUA. Então a elite brasileira é muito dependente do EUA, ela não tem um sentimento de pertencimento à América Latina. Isso acontece via mídia no seu sentido mais

amplo, incluindo cultura, entretenimento. Isso está no meio do povo. O povo também não tem sentimento. O povo é capaz de se sentir mais estadunidense, sem falar inglês, do que latino-americano. É mais fácil falar espanhol do que inglês. Então, para a elite brasileira, ligar-se a países da América Latina é se unir a países frágeis. É uma visão que nesses anos de governo Lula mudou um pouco. Se teve uma coisa que foi, na minha opinião, muito avançada no governo Lula foi a mudança dessa visão. Além das políticas sociais, a marca dele [Lula] foi essa política externa que o Celso Amorim, que era ministro das Relações Exteriores, chamou de “política externa ativa e ativa”. Porque foi uma grande transformação. Se o Brasil tivesse topado a Alca, a área de Livre Comércio das Américas que, na verdade, era um tratado neocolonial dos EUA, a América Latina toda ia embora. E isso não aconteceu, por causa do peso econômico, da postura que o governo brasileiro teve. Foi muito habilidoso contrapor-se à Alca e, em contrapartida, fortalecer o Mercosul. Criar outros instrumentos de integração latino-americana, como o Celac, foi o que levou à morte da Alca. A Venezuela pode ter, do ponto de vista discursivo, combatido a Alca. Foi importantíssimo o papel do Chávez. Mas do ponto de vista material e econômico quem implodiu a Alca foi o Brasil. Se o Brasil tivesse topado a Alca, o resto da América Latina iria seguir. Então a política externa brasileira no governo Lula foi uma coisa impressionante. Eu acho que é uma das coisas mais bonitas desse período. E ela foi criando um sentimento contra essa visão da elite. Esse complexo de vira-lata diante dos EUA. Essa política externa foi criando um sentimento de pertencimento à América Latina. É um barato como se expandiram até os cursos de espanhol naquele momento. Essa é uma das razões, inclusive, que explica o golpe. Porque, para os EUA, isso não era legal. A gente sempre lembra daquela frase de um teórico estadunidense que diz que “a América Latina é um quintal dos EUA”. Eu prefiro uma outra frase que é de um assessor de um ex-presidente dos EUA. Ela é assim: “A América do Sul parece um pernil e o tio Sam tem muita fome”. Então essa política externa desagradou profundamente o império. E ela vai exatamente na contramão dessa visão da elite de que a integração não interessa. Ao contrário! O Chávez tem uma frase bonita que diz: “Ou a América do Sul e a América Latina se integram ou ela se desintegra”. E é a mais pura verdade, porque são pequenos países, com economia mais frágeis e que o império domina. Então a única forma de ter força é por intermédio da integração.