

UNESP – UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA FAAC – FACULDADE DE
ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO DCSO – DEPARTAMENTO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL COMUNICAÇÃO SOCIAL – JORNALISMO

MARIANA DE SOUSA CAIRES

JORNALISMOS EM CONSTRUÇÃO

Mídia como meio, processo e produto em modelos para além da academia

Bauru, São Paulo.

2017

MARIANA DE SOUSA CAIRES

Jornalismos em construção

Mídia como meio, processo e produto em modelos para além da academia

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado em cumprimento às exigências do Curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo.

Áreas de concentração: Comunicação, Social – Jornalismo e Educomunicação.

Orientador: Prof. Dr. Juarez Tadeu de Paula Xavier.

Bauru, São Paulo.

2017

MARIANA DE SOUSA CAIRES

Jornalismos em construção

Mídia como meio, processo e produto em modelos para além da academia

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado em cumprimento às exigências do Curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo.

Áreas de concentração: Comunicação, Social – Jornalismo e Educomunicação.

Orientador: Prof. Dr. Juarez Tadeu de Paula Xavier.

Banca Examinadora

Prof. Dr. Juarez Tadeu de Paula Xavier – FAAC/Unesp Bauru – Orientador.

Tony Marlon – Jonalista e Educomunicador – UNISA – São Paulo

Prof. Ângelo Sottovia Aranha – FAAC/Unesp Bauru

Bauru, São Paulo.

2017

*Esse trabalho só faz sentido se, depois da banca examinadora, ele percorrer comigo outros ares.
Salas de universidade e primeiro grau, reuniões de grupos de mídia-livre, mensagens entre amigos.
E chegar - cheio de rabiscos - para mais uma boa conversa na cozinha da minha tia Dauza.
E daí, ganhar energia para novos vôos.*

Agradecimentos

Acordo todos os dias diante da frase “cada criatura é um rascunho a ser retocado sem cessar”, de Guimarães Rosa. Agora é hora de agradecer às pessoas, aos espaços e criaturas.

Desde a primeira experiência com educomunicação lá na TV USP em 2012, esse trabalho floresce. As sementes plantadas nas aulas de jornalismo ainda na escola, cresceram nos anos de UNESP, na companhia de amigos e de familiares que sempre foram presentes em todos os sentidos. O trabalho que agora apresento floresce da Mariana que conheceu o jornalismo como uma atividade que todos poderiam fazer, e da que hoje trabalha para que isso não deixe de ser. E enfim, ele pôde brotar quando reconheceu que ali mais longe, já havia outros jardins com conhecimentos a compartilhar e trocar. Olhando ao redor, essa flor viu que é assim que se compreende a que veio e todos os dias encontra novas formas para brilhar.

Retoco esse TCC há mais de um ano com a ajuda de muitas outras criaturas. Obrigada a todas as pessoas que me ajudaram nesse meio tempo. A minha mãe Vicença, meu pai Ricardo, irmã Flávia, obrigada por sempre me mostrarem qual é a nossa realidade, por me acolherem e me ensinarem que tudo fica melhor depois de uma conversa. Vocês me ensinam a cada dia. Tia Dauza, tio Beca, Felipe e todos que são da família da casa e do coração, sintam-se abraçados e parte disso. E obrigada Thais, Rodrigo, Mari, Paty, Carol e Guto pela sintonia de sempre, pelo amor de irmãos que vai e volta cada vez maior.

Obrigada às minhas irmãs de Bauru. Gabi e Laurinha, é lindo saber que existe um lar pra cada uma de nós bem aqui nos nossos corações. Keyty, Moia, Will, Fini, Esther, Camis, Bibi, Nala, Amanda, Lívia, vocês também são parte disso e amo cada momento que essa escolha pelo jornalismo nos proporcionou. Obrigada todo o QG, Zás, Gal, Fofa, Camis, Mandi, Mari e Lori, vocês são amor. Obrigada às minas do futetas pelos dibres lindos que a gente deu e dá. Obrigada também aos Neocriativos por todas as leituras e criações. Sintam-se parte dessas páginas sim.

Obrigada aos irmãos e irmãs de Brasília que estiveram comigo nesse fim de faculdade e me encorajaram sempre. Gabs, Rolo, Nati, Minas, Xão, Raila, Vanbasten, Ronny, Taya e Lua, é lindo estar com vocês.

Aos parceiros de trabalho que me fazem acreditar no papel do jornalismo: Thiago, Aline, Ana e cada um dos jovens que dividiram momentos no Repórter da Quebrada. Tamo junto!

Esse papel tem nomes sagrados na minha vida e muitos outros estão pelas entrelinhas.

Se eu sou a flor que sou, é culpa do regar de vocês.

CAIRES, Mariana. **Jornalismos em construção**. Mídia como meio, processo e produto em modelos para além da academia. 2017. Bauru, São Paulo.

Resumo

O Trabalho de Conclusão de Curso “**Jornalismos em construção**”. Mídia como meio, processo e produto em modelos para além da academia” investiga a educomunicação como instrumento capaz de fortalecer a conscientização sobre Direitos Humanos na sociedade e democratização da mídia. Para tanto, de início, reúne informações sobre a estruturação da mídia hegemônica no país e a relação do público com esse conteúdo. Em um segundo momento, apresenta jornalismos contra-hegemônicos, também caracterizados como Mídia Radical, e avalia a capacidade que eles têm de causar mudanças sociais dentro do panorama da falta de democratização da mídia no país. A partir das duas perspectivas de produção de jornalismo, a pesquisa discute o papel da mídia na promoção dos Direitos Humanos para a sociedade, e então, reúne modelos de educomunicação como possibilidades para a criação de uma nova realidade midiática e social. Tendo como objeto de estudo final o curso Repórter da Quebrada promovido pelo Coletivo Periferia em Movimento, pesquisa-se a capacidade da educomunicação de levar ao público a crítica de mídia e possibilidade de criação e compartilhamento de conteúdo.

Palavras chave: Jornalismo. Educomunicação. Mídia Radical. Mídia Hegemônica. Democratização de Mídia. Direitos Humanos.

Abstract

The current undergraduate thesis “*Journalisms under construction: media as a vehicle, process and product in models beyond the academy*” aims to investigate the ‘eduecommunication’ as a tool able to strengthen the awareness about Human Rights in the Brazilian society and the media’s democratization. In order to do so, from the beginning, it gathers informations about the hegemonic media structuring in the country and it studies the public relation with this subject. On a second moment, it presents the counter-hegemonic journalisms, also called by Radical Midia, and evaluates the ability of those counter-hegemonic journalisms to impact social changes within the context of lack of midia democratization in the country. Onwards those two perspectives of journalism production, the research debates the midia role in the promotion of Human Rights to society, therefore, it also gathers models of edu-communication as possibilities to the creation of a new social and mediatic reality. The object of this current research is to study the course “Repórter da Quebrada”, promoted by the social group “Periferia em Movimento” and the ability of the eduecommunication to awaken a public awareness about the criticism review of the media and possibility to creat and share experiences.

Key Words: Journalism. Educommunication. Radical Media. Human Rights.

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO	7
1.1 Objetivos	8
1.2 Metodologia	8
2. DESENVOLVIMENTO - Crítica sobre o modelo de mídia hegemônico e corporativo	10
2.1 Mídia pra quem? Quem somos os 200 milhões de brasileiros?	10
2.2 Breve panorama dos meios de comunicação corporativos no Brasil	13
2.3 O conceito de Hegemonia – Como Grupos e Redes se organizam	19
a. Hegemonias, ideologias e a construção de simulacros do jornalismo hegemônico	22
b. Construção de Hegemonias Sociais	23
c. Como as classes hegemônicas trazem ideologias às massas?	28
d. Como a mídia corporativa discursa uma ideologia?	30
2.4 As fases do jornalismo e a construção das objetividades	33
2.5 A Construção do Consenso nas sociedades capitalistas	38
2.6 Invisibilidade dos problemas sociais brasileiros no discurso da mídia	39
2.7 Representação Social e Impactos das hegemonias de mídia no Brasil	46
2.8 Qual o papel do público e da Sociedade Civil?	50
3. As vozes das ruas ecoam em seus próprios jornais	52
3.1 O Setor de Comunicação do MST	52
3.2. Mídia sobre os Direitos das Mulheres.	54
a. Coletivo Fala, Guerreira!	57
3.3 Periferia em Movimento	58
a. Da prática à Teoria – Pesquisas sobre o Periferia em Movimento	59
3.4. Mídia Radical	63
3.5 Mídia Radical – Jornalismo por uma outra Globalização	69
3.6. Jornalismo e Direitos Humanos	70
a. O Papel da Comunicação no contexto dos Direitos Humanos	71
b. Programa Mundial para Educação em Direitos Humanos da ONU	75
4. Educação, Comunicação, Educomunicação	78
4.1 Educação através da/para a Comunicação	78
4.2 Educomunicar para construir mídia radical	82
4.3 Repórter da Quebrada – Experiência de Curso de Formação em Jornalismo	83
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	98
5.1 Mídia Corporativa: Ignorá-la, contestá-la ou pautá-la?	99

Referências Bibliográficas

Apêndices

1. APRESENTAÇÃO

A presente monografia é resultado dos cinco anos de estudo de Jornalismo na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação Social da Unesp de Bauru e de vivências na área da Comunicação que vem de fora da universidade. A pesquisa “Jornalismos em construção - Mídia como meio, processo e produto em modelos para além da academia” trabalha com a hipótese de que a **educomunicação, se usada como instrumento para a produção da mídia radical, é capaz de fortalecer a criação de novos jornalismos e a conscientização sobre os Direitos Humanos na sociedade.**

Busca-se, com a pesquisa, investigar os formatos corporativos de jornalismo e seu impacto sob os contextos sociais. Os críticos sugerem que este modelo hegemônico no Brasil seja predominantemente unilateral, racista, heteronormativo, cisgênero, rico e machista. Além de analisar o modelo corporativo, a pesquisa se aprofunda em jornalismos criados em contra corrente. Também preocupa-se em trazer à tona as críticas que Programas e Agências da Organização das Nações Unidas no Brasil tem quanto à forma como o discurso da mídia influencia a situação social dos Direitos Humanos na sociedade.

Na segunda etapa do trabalho, são conhecidas as vozes que se organizam a partir de movimentos sociais. A pesquisa relata o surgimento e fortalecimento de mídias das periferias, que não esperam por pontes para ecoarem sua voz entre seu próprio povo. Além de criarem seus próprios canais de mídia, alguns grupos praticam a democratização da comunicação por si só no momento em que criam modelos de comunicação colaborativos, capazes de se sustentar e fluídos.

O terceiro momento da pesquisa apresenta cursos de educomunicação e direitos humanos como possibilidades autênticas de construções de jornalismo. Sejam os cursos do *Periferia em Movimento*, desempenhados nas periferias brasileiras, ou os desenvolvidos no mundo pela jornalista norte-americana Alissa Richardson, professora da Universidade de Maryland, todos eles desempenham um papel social que une a informação à educação dos direitos humanos e de mídia. Tais cursos praticam o jornalismo como meio, processo e produto, e têm impacto direto na vida de seus participantes. Neste ponto, a pesquisa estuda como a educomunicação utiliza a mídia como ponto de partida para falar sobre direitos (das mulheres relacionados à cidade, à saúde, à vida, à identidade de gênero, ao transporte, à alimentação e etc.).

Quem pode fazer jornalismo? Neste trabalho, procura-se aprofundar o debate através de experiências de construções de jornalismos. Criar conteúdo a partir da crítica de jornalismo foi um de seus por quês. Portanto, como última etapa, discorre-se sobre como a relação de trocas de conhecimento combinadas a técnicas diferenciadas podem levar a comunicação adiante. Existiria um modelo ideal para um curso de formação em jornalismo? Já parte-se do ponto de vista que não, que cada público tem suas especificidades, e mesmo se for escolhida apenas a questão de gênero para o debate das formações, essa pode acontecer de diversas formas.

1.1 Objetivos

a. Objetivo Geral

O Objetivo Geral da presente monografia é contribuir para o debate sobre a unilateralidade da mídia brasileira e sobre o potencial da educomunicação e da mídia radical. Utiliza-se como base, além da análise das mídias hegemônicas, o estudo dos fenômenos de mídia radical e da aplicação da crítica de mídia em cursos de formação de jornalismo e direitos humanos fora das universidades. De tal forma, a pesquisa objetiva ser um material de referência para pessoas que desejarem levar a democratização do jornalismo adiante e, num panorama macroambiental, contribuir para a ampliação dos direitos humanos na sociedade.

b. Objetivos Específicos

- Destacar dados sobre o jornalismo no Brasil e o discurso hegemônico dos meios de comunicação através da seleção informações divulgadas em pesquisas.
- Mostrar como a formação de simulacros no jornalismo corresponde aos interesses dos grupos de comunicação.
- Mostrar a Mídia Radical como exemplo de discursos que chegam em contra-corrente à mídia corporativa.
- Apresentar projetos de educomunicação como práticas de fortalecimento social e como potencializadora de novos jornanismos. Reunir exemplos de experiências com cursos de jornalismo e direitos humanos (mostrar práticas que a academia não costuma reconhecer como jornalismo. Porquê?) Conhecer o impacto dos cursos de formação na trajetória das pessoas.
- Sugerir abordagens para Formações em Jornalismo.
- Responder como o jornalismo pode auxiliar na manutenção dos direitos humanos.

1.2 Metodologia

Não se deve combater a ideologia somente através das ideias, mas sim a partir dos elementos concretos de resistência popular. Portanto, toda luta contra a ideologia ou as ideologias dominantes deve basear-se na resistência levantada pelas classes populares e, a partir daí, elaborar ideologias que se oponham à ideologia ou às ideologias dominantes. E não o contrário. (Freire; Faúndez. 1985, p. 37)

A metodologia adotada para a produção da pesquisa segue o fluxo indicado por Freire (1985) das experiências à academia, com retorno em experimentações sociais. O contato com a educomunicação antes mesmo de ingressar na faculdade de jornalismo, a percepção dessa área como um importante meio de mudança de paradigmas sociais e a realização de projetos no campo durante a universidade foram cruciais para a escolha do tema de pesquisa. A partir da hipótese inicial de que a educomunicação seria um instrumento para a democratização do jornalismo e para o fortalecimento da conscientização sobre os direitos humanos no Brasil, definiu-se pela pesquisa teórica sobre meios de comunicação corporativos e hegemônicos no Brasil/Mídias Radicais/ Educomunicação.

Após o aprofundamento teórico nos três temas, a hipótese que mais se adaptou à pesquisa foi a destacada no início da apresentação. A educomunicação não necessariamente contribui para a quebra da hegemonia dos meios corporativos, e nem procura criar mídias capazes de substituí-los. A hipótese trabalhada é a de que ela é enfrentamento ao jornalismo corporativo. É um instrumento para que se possa levar conscientização sobre a mídia corporativa às pessoas e a oportunidade de criar mídias radicais. Se fizesse parte do currículo escolar, poderia fazer a diferença na forma como as pessoas leem a mídia, a depender dos professores que lecionariam a disciplina e da padronização ou não do conteúdo. Quando facilitada por coletivos de comunicação/movimentos sociais (como nos casos apresentados a seguir) no intuito de fortalecer o direito à comunicação, ela pode trazer conscientização sobre os direitos humanos no Brasil e fortalecer sua implementação em níveis micro e macro.

Para a pesquisa teórica, buscou-se alinhar as obras de Lins da Silva, Genro Filho, Muniz Sodré, Marilena Chauí, Ciro Marcondes Filho no tocante à comunicação corporativa, à ideologia e hegemonias no Brasil. Também em Downing sobre a produção de Mídia Radical, as obras de Jessé de Souza sobre a sociedade brasileira e suas desigualdades e Paulo Freire e Oliveira Soares, sobre educação e educomunicação. Em conjunto, foram resgatados materiais de cursos realizados durante a universidade, como o Curso de Mídia e Educação em Direitos Humanos do Coletivo Intervenções de Comunicação. Junto também, à experiência de um estágio dentro do Programa Conjunto de Prevenção ao HIV das Nações Unidas, que propiciou o contato com cursos da ONU sobre comunicação e direitos humanos. Por fim, à prática de Mídia Radical/ Cidadã/ de Quebrada no Coletivo Periferia em Movimento, espaço em que também foi desenvolvido o projeto Repórter da Quebrada, de educomunicação.

Portanto, se a pesquisa aqui apresentada não começou nessas páginas, muito frustrante seria se por aqui também terminasse. Que as seguintes páginas se renovem em diversos jornanismos.

2. DESENVOLVIMENTO - Crítica sobre o modelo de mídia hegemônico e corporativo

2.1 Mídia pra quem? Quem somos os 200 milhões de brasileiros?

Para tratar de comunicação e direitos humanos¹ no Brasil, o primeiro passo do presente estudo é apresentar através de quesitos sócioeconômicos quem constitui a população brasileira e o panorama do acesso à informação no país. A partir de então, mostra-se como estão organizados os oligopólios de comunicação, qual o caráter da informação veiculada e como pode se estabelecer uma crítica acerca da relação do conteúdo noticiado com a noção que o público tem dos seus direitos.

A população brasileira chegou em 2015 a mais de 202 milhões de pessoas. Destas, 51,6% eram mulheres e 48,4% eram homens (Síntese da População Brasileira - IBGE, 2015). Também em 2014, 53,6% dos brasileiros se declararam como de cor ou raça preta ou parda, frente a 45,5% de brancos. Foi a maior auto-declaração como negros da história no Brasil, que por si reflete uma mudança social que no segundo capítulo será contextualizada dentro do mito da democracia racial.

Também em 2015, o Brasil apresentou 60,8% de taxa de conclusão do ensino médio, (54,9% entre os homens, e 66,9% entre as mulheres). Mesmo com um aumento significativo nos índices de educação, 8,3% dos brasileiros acima dos 15 anos ainda são analfabeto, sendo que dos jovens de 15 a 17 anos, 84,3% frequentavam a escola.

Segundo o Mapa da Fome 2014, da Organização das Nações Unidas, o Brasil reduziu a Fome em 82,1% entre 2002 e 2014. Em 2013, o Banco Mundial da ONU registrou que 4,9% da população brasileira ainda vive em situação de pobreza extrema em 2013, com menos de US\$ 1,90 (cerca de R\$ 7,32) por dia. O índice teve queda de 64% entre 2001 e 2013. Mas a expectativa para os próximos anos é negativa, tendo em vista que na crise atual e o aumento do desemprego, a queda diminua.

Em 2015, entre os 161,8 milhões de brasileiros em idade ativa (15 anos ou mais), 64,8% estavam economicamente ativos (aptos para trabalhar), mas o número da população ocupada era de 58,6% dos em idade ativa, 3 pontos percentuais a menos que no ano anterior, o menor nos últimos 12 anos e bem distante de 2008, quando foi registrado o índice máximo (63,7%). A maioria dos ocupados trabalha na área de serviços, 46,3%, seguidos por comércio e reparação (17,22%), área agrícola (13,17%), indústria (11,19%) e construção (8,53%).

A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios ([PNAD](#)) de 2015 também mostrou que 96% dos domicílios brasileiros estavam em áreas urbanas e 97,2% deles possuem aparelhos de Televisão. A porcentagem de acesso à televisão é maior que o acesso à telefonia fixa e móvel (93,3%, 63,5

¹ O termo “direitos humanos” será utilizado no presente trabalho sempre com base no conteúdo da Declaração Universal dos Direitos Humanos das Nações Unidas, da qual o Brasil é signatário..

milhões), maior que o acesso ao abastecimento de água (85,4%, 58,1 milhões) e à rede coletora de esgoto (65,3%, 44,5 milhões). São 63,3 milhões de domicílios, ou 208,9 milhões de pessoas (segundo a média de 3.3 pessoas por domicílio) que possuem o meio de comunicação mais acessado no país.

Mais da metade dos brasileiros (57,5%) têm acesso à internet. Apesar do número de computadores em domicílios ter diminuído no último ano (40,5% dos brasileiros), o contato com as redes vêm aumentando pelo celular, por computadores da escola e em espaços públicos “Isso se deve ao crescimento do acesso por meio de outros equipamentos e em outros locais que não o domicílio” (IBGE, 2105). Os jovens são a maioria dos que acessam a internet, aproximadamente 82% entre as faixas de 15 a 19 anos. (*gráfico – acesso à internet 2008 a 2015*)

O acesso à TV, à escola e à internet configuram importante cenário para que o brasileiro esteja sempre buscando por informação. A Pesquisa de Opinião Pública Democratização da Mídia (2013), da Fundação Perseu Abramo, revelou que 94% dos brasileiros, se informam prioritariamente pela televisão, e 4 em cada 5 deles (82%) assistem televisão diariamente.²

O segundo meio de comunicação que o brasileiro mais utiliza para se informar é o rádio (79%). A internet e os jornais impressos aparecem juntos em terceiro lugar, com 43%. Em quinto lugar, com 37%, está a televisão por assinatura e em sexto, 24% ficam as revistas impressas (metade destas, ou 1 em cada 8 brasileiros, citou a Revista Veja como a principal fonte de informação).

A Pesquisa Brasileira de Mídia de 2014 - *Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira* divulgada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República revelou que “o meio de comunicação preferido pelos brasileiros é a TV (76,4%), seguido pela internet (13,1%), pelo rádio (7,9%), pelos jornais impressos (1,5%) e pelas revistas (0,3%).

Segundo o Relatório *Hábitos de Mídia*, da Fundação Perseu Abramo, 35% da população concorda com a afirmação que “os meios de comunicação no Brasil costumam defender os interesses sobretudo dos seus próprios donos”.³ Para 32% dos entrevistados, a mídia defende os interesses de quem tem mais dinheiro. Já 21% acreditam que os meios defendem prioritariamente os políticos e apenas 8% acreditam que defendem mais os interesses da maioria da população. Apenas 22 % da população afirmam que os meios de comunicação costumam ser neutros e imparciais.

Em relação aos conteúdos publicados pelos meios de comunicação, o público brasileiro

² O gráfico sobre Hábitos de Mídia da Pesquisa citada está nos apêndices como “FIGURA 1: Hábitos de Mídia, Fundação Perseu Abramo, 2014”.

³ A informação pode ser encontrada em “FIGURA 2: O que é divulgado nos meios de comunicação, Fundação Perseu Abramo, 2014”.

preferiria que a televisão não veiculasse palavrões (66%), não expusesse o corpo da mulher gratuitamente (61%), não mostrasse cadáveres (60%), não mostrasse cenas de crueldade com animais (58%), cenas de sexo e nudez (53%), de violência e morte (52%) e de uso de drogas (51%). Para 32% do público, essas cenas poderiam ser veiculadas se tivessem indicação de idade e controle de horário. A maioria da população também gostaria de uma televisão sem conteúdos de violência e humilhação racistas (54%), lgbtfóbicas (54%) e machistas (53%), mas em média 40% admitem esse conteúdo se tiver classificação etária em horários diferentes. Sobre a abordagem que a mídia tem em relação às mulheres, 47% acreditam ser às vezes desrespeitosa, para 44%, às vezes acontece de desrespeitar os nordestinos. E 49% acreditam que a população negra é às vezes desrespeitada na televisão. 52% acreditam que essa população está sendo menos retratada do que deveria.

Quase metade, ou 43% dos brasileiros não costumam se reconhecer na Televisão, 32% se veem retratados de maneira positiva e 25% de maneira negativa. 52% se identificam com o modo de pensar das pessoas que aparecem na Televisão só de vez em quando, enquanto 28% nunca se identificam. 24% avaliam que a TV nunca abre espaço para a diversidade de opiniões. 55% vê seus interesses serem defendidos de vez em quando, enquanto 29% não veem seus interesses serem defendidos na TV.

Para 46% da população, deveria haver regras para a veiculação de críticas ao governo, e 41% acreditam que devem ser exibidas sem regra.⁴

Para a maioria da população, os problemas do Brasil aparecem na televisão brasileira menos do que deveriam (57%). Para 54%, a televisão mostra a variedade do povo brasileiro mas não muita, para 51%, mostra a realidade apenas em parte, para 22%, não mostra e para 23%, costuma esconder. A maioria, 61%, afirma que a TV dá mais espaço para os empresários. 44% consideram que o noticiário se restringe ao eixo Rio-SP. 38% acreditam que a programação feita para crianças e adolescentes é negativa para a sua educação (27% acreditam ser positiva).⁵

Os relatórios apresentados dão o diagnóstico primário de uma sociedade que possui mais acesso a um meio de comunicação (televisão) que a direitos fundamentais como tratamento de esgoto. Mostram que a população brasileira acredita no potencial da televisão como um mecanismo de educação social e se preocupa com o tipo de conteúdo que é apresentado por ela, com críticas a discursos que perpetuam violências de gênero, racismo, xenofobias e liberdades de orientação sexual. O fato de o brasileiro ter grande acesso a aparelhos de televisão e um alto índice de acesso à internet

⁴ Ver nos apêndices: FIGURA 3 e 4 sobre Regras para Conteúdo na TV, Fundação Perseu Abramo, 2014.

⁵ Ver nos apêndices FIGURA 5 e 6 sobre Avaliação do conteúdo de TV, Fundação Perseu Abramo, 2014.

não confere por si só a efetividade do direito à comunicação, garantido por lei.

2.2 Breve panorama dos meios de comunicação corporativos no Brasil

O Direito à Comunicação e Liberdade de Expressão está assegurado na Constituição Federal brasileira de 1988, escrita no contexto de redemocratização do país. Em seu artigo 5º⁶, o Brasil incorpora em seu direito interno as normas decorrentes de tratados internacionais como a Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948). Esta assegura, no artigo 19, a liberdade de opinião e expressão: “Todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; esse direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras.” (ONU, 1948).

Além do assegurado no artigo 5º, há na constituição todo um capítulo destinado à comunicação social dentro do Título VIII (Da Ordem Social). Este declara como direito a manifestação do pensamento, a liberdade de expressão e informação jornalística, veda a censura, proíbe oligopólios, como pode ser visto a seguir:

Título VIII – Da Ordem Social.

CAPÍTULO V

Da Comunicação Social

Art.220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1.º Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5.º, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2.º É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3.º Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao poder público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4.º A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5.º Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6.º A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais

⁶ Art. 5º - Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes (Constituição Federal do Brasil, 1988)

estabelecidos em lei;

IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

Art. 222. (*) A propriedade de empresa jornalística e de radiodifusão sonora e de sons e imagens é privativa de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, aos quais caberá a responsabilidade por sua administração e orientação intelectual.

§ 1.º É vedada a participação de pessoa jurídica no capital social de empresa jornalística ou de radiodifusão, exceto a de partido político e de sociedades cujo capital pertença exclusiva e nominalmente a brasileiros.

§ 2.º A participação referida no parágrafo anterior só se efetuará através de capital sem direito a voto e não poderá exceder a trinta por cento do capital social.

(*) Emenda Constitucional Nº 36, de 2002

Art. 223. Compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal.

§ 1.º O Congresso Nacional apreciará o ato no prazo do art. 64, §§ 2.º e 4.º, a contar do recebimento da mensagem.

§ 2.º A não-renovação da concessão ou permissão dependerá de aprovação de, no mínimo, dois quintos do Congresso Nacional, em votação nominal.

§ 3.º O ato de outorga ou renovação somente produzirá efeitos legais após deliberação do Congresso Nacional, na forma dos parágrafos anteriores.

§ 4.º O cancelamento da concessão ou permissão, antes de vencido o prazo, depende de decisão judicial.

§ 5.º O prazo da concessão ou permissão será de dez anos para as emissoras de rádio e de quinze para as de televisão.

Art. 224. Para os efeitos do disposto neste Capítulo, o Congresso Nacional instituirá, como órgão auxiliar, o Conselho de Comunicação Social, na forma da lei.

(Título VIII, Capítulo V da Constituição Federal Brasileira de 1988)

Apesar de a Lei proibir oligopólios, determinar necessidade de outorga para o funcionamento de meios de comunicação e exigir o respeito a valores étnicos, não é o que de fato acontece no Brasil.

Já na década de 1980, época da instalação da Constituição, o Brasil tinha uma rede de oligopólios de comunicação consolidada. Em “Muito Além do Jardim Botânico”, Lins da Silva (1985) mostra que em 1982, mais de 71 milhões entre os 120 milhões de brasileiros tinham aparelhos de televisão em seus domicílios. Estes acompanhavam prioritariamente as programações da Rede Globo (72% de audiência em horário nobre), que possuía um total de 41 estações afiliadas e cobria 95% dos domicílios brasileiros que tinham aparelhos de televisão. Depois dela, seguia o SBT, a Rede Bandeirantes, entre outras que ainda existem e que foram substituídas por novas. A indústria cultural brasileira possui características que se originam “na importação de técnicas de produção de bens culturais em larga escala no momento em que apenas começava a formar-se um mercado para consumi-los” (Lins da Silva, 1985. P. 25). Importar um meio de comunicação no momento de crescimento de indústria e capital foi fundamental para o que se visualiza do Brasil até hoje.

No caso específico da televisão (...) o vertiginoso crescimento da TV no País era condição essencial para o sucesso do modelo econômico adotado a partir de 1964. O Estado jogou alto para que o número de aparelhos de TV se disseminasse pelo Brasil. (...) E os objetivos a serem atingidos com esse processo não eram apenas de ordem ideológica como os mais ingênuos acreditam. A televisão teve como função a partir de 64 a operação de acelerar o processo de circulação do capital para viabilizar a forma de acumulação monopolista adotada desde então. (Lins da Silva, 1985, p. 27)

Na época, enquanto a televisão se consagrava como o meio de comunicação favorito dos brasileiros, os jornais impressos diminuía suas tiragens sem perder rentabilidade. Isso porque a renda faturada com anúncios publicitários ultrapassava a verba das vendas, cenário que hoje em dia se observa em todos os meios de comunicação e se adaptou para os veículos da internet. Segundo Lins da Silva, mesmo que o rádio ainda fosse em 1985 o meio de comunicação com maior penetração, a televisão era o mais influente no quesito informação. Antes disso, no cenário da ditadura militar, “mais do que os demais meios, é sobre a televisão que o Estado irá, então, desempenhar seu papel de fiscalizador e interventor” (Ibidem, p. 35). Só operariam com televisão as empresas que o Estado selecionasse, sendo que sob censura prévia e posterior “O Estado influencia e intimida a ação da televisão no Brasil de forma decisiva” (Ibidem, p.36).

Desde os primeiros jornais impressos, transmissões radiofônicas e televisivas, os veículos com maior impacto na sociedade brasileira eram prioritariamente produzidos por elites e responsáveis, portanto, por disseminar suas ideologias. A concentração da mídia é característica das sociedades capitalistas.

A comunicação é uma dimensão humana fundamental, tendo a humanidade desenvolvido, ao longo da sua história, os meios pelos quais as sociedades se comunicam. A apropriação desses meios, porém, se dá de modo desigual e, atualmente, sociedades capitalistas, como a brasileira, são caracterizadas por um alto grau de concentração da mídia, sob a forma da propriedade privada de emissoras de rádio e televisão. O Estado democrático de direito prevê que para o exercício da democracia, porém, os cidadãos e cidadãs precisam ter garantidas certas condições, que vão de encontro à forma oligopolista comercial que tem dominado a comunicação brasileira. (Marioni, 2015, p. 4)

O direito à comunicação relaciona-se de forma interdependente a outros direitos, pois com uso dele, é possível informar e reivindicar qualquer outro direito fundamental e humano. Na década de 1980, sete grandes corporações globais concentravam as comunicações: Time Warner, Sony, News Corporation, Viacom, Vivendi-Universal e Bertelsmann. Havia 70 empresas de mídia com satélites que estão relacionadas com estes sete conglomerados. A única brasileira entre elas é a Rede Globo, que se favoreceu da época da Ditadura Militar. É o que aponta Marioni, ao dizer que o projeto de modernização conservadora operou um filtro ideológico,

Que selecionou os indivíduos e grupos mais afinados com o projeto desenvolvimentista autoritário e expeliu dissidentes, como aconteceu, por exemplo, com o grupo janguista da TV Excelsior, e agentes menos confiáveis aos olhos da aliança de classes no poder, como foi o caso do Condomínio Associado. Prova disto, a Ditadura favoreceu o grupo Globo ao não puni-lo por ter contrariado a Constituição e se associado ao capital estrangeiro do grupo Time-Life, enquanto seus concorrentes menos alinhados se afundavam em dívidas. (...) Além da Globo, os poucos indivíduos e grupos selecionados pela Ditadura, ou que já existiam e passaram pelo

filtro da ideologia da Segurança Nacional, conformaram basicamente a burguesia radiodifusora que domina o setor até hoje. Esse grupo só vai se ver desafiado, recentemente, pela invasão do capital estrangeiro no setor de TV paga e de internet, dada a convergência dos mercados, e pelo fortalecimento das igrejas cristãs na radiodifusão. (...) Além do processo de distribuição de outorgas fundado em um projeto de desenvolvimento conservador, o sistema brasileiro é marcado também pelo patrimonialismo. José Sarney (MA), Antônio Carlos Magalhães (BA) e Tasso Jereissati (CE) são considerados, com frequência, exemplos extremos de como, em alguns casos, a posição no interior do Estado (política) foi decisiva para a inserção no sistema nacional de comunicação. (Ibidem, p. 15)

O Ranking anual do International Media Corporations (beta) de 2015 ⁷ elenca como as dez maiores empresas de mídia os grupos: Alphabet Inc. (Google) (67.588 bilhões de euros), Comcast, The Walt Disney Company, News Corp. Ltd/21st Century Fox, At&T Entertainment Group (DirecTV), Time Warner Inc, Viacom Inc/CBS Corp., Sony Entertainment, Apple Inc. e Altice Group. Apenas a Sony, do Japão, e a Altice, da Holanda, não são norte-americanas. A Alemã Beltersmann hoje é a 11ª na lista, e a francesa Vivendi é 18ª. A Rede Globo é a maior da América do Sul, em 44º lugar com 4.336 euros de receita⁸.

Até os anos 1990, as 10 ‘famílias’ que estavam na lista, apontadas por Lins da Silva eram: Marinho (Globo), Abravanel (SBT), Bloch (Manchete), Civita (Abril), Frias (Folha de S. Paulo), Levy (Gazeta Mercantil), Mesquita (O Estado de São Paulo), Nascimento Brito (Jornal do Brasil), Saad (Bandeirantes e Sirotsky (Rede Brasil). Em “A Síndrome da Antena Parabólica”, Bernardo Kucinski aponta as novas sete famílias hegemônicas da mídia no Brasil: Mesquita (*O Estado de São Paulo*); Frias (Grupo Folha); Sirotsky (RBS); Civita (Editora Abril); Marinho (Rede Globo); Nascimento Brito (*Jornal do Brasil*) e Saad (Rede Bandeirantes). A concentração da mídia no Brasil em oligopólios acontece até hoje, de forma que algumas famílias estejam articuladas ao grande capital nacional. Estas, segundo Kucinski (1998), compartilham uma opinião comum com variações mínimas que não fazem muita diferença, e desempenham um papel mais ideológico do que informativo. O conteúdo da mídia hegemônica é, portanto, mais voltado à “disseminação de um consenso previamente acordado entre as elites em espaços reservados e, em menor escala, à difusão de proposições de grupos de pressão empresariais” (Kucinski, 1998, p. 44). Assim, os canais hegemônicos estabelecem uma rede de factibilidade.

⁷ Material disponível em: <http://www.mediadb.eu/en/data-base/international-media-corporations.html>. Visualização em 13.02.2017.

⁸ O ranking mostra a receita da Rede Globo de Tevelisão: “With a coverage of 99,99%, Globo TV is the biggest station in Brazil. On top of that, the company is involved in film productions and somewhere in its entangled network of involvements, it also exerts influence on the music industry too. The conglomerate is composed of more than 80 different companies. In total, more than 24,000 people, both national and international, make up its ranks of employees. In recent times, the company could increase its revenue by about 24 % (2010), which is first and foremost a result of the strategic focus on electronic media and the high takings on the advertising market (Share in 2010: 72 Percent)”. (mediadb, 2017, website)

No caso das rádios, um terço do bolo publicitário estaria sob o controle de apenas 150 emissoras segundo pesquisa realizada pela Fundação Getúlio Vargas em 2008, e isso se repete também com os jornais impressos e outros meios.⁹

Os cinco maiores grupos absorvem, em média, 82% da verba oficial de publicidade de TV, sendo eles Globo, SBT, Rede Record, Grupo Bandeirantes e Rede TV! E mesmo dentro deste seleto grupo, a disputa é difícil, já que enquanto a Globo tem audiência de 37,96% em uma novela em 2013, as outras emissoras chegaram apenas a 11,47% (Record), 10,12% (SBT), 6,9% (Band) e 2,11% (Rede TV!). Maior audiência injeta maior publicidade, que injetam maiores receitas e consequentemente, maior qualidade técnica na programação. Dessa forma, a Globo construiu um padrão técnico-estético, como definiu Bolaño, o Padrão Globo de Qualidade.

no início da década de 1970 quando, já tendo o domínio incontestado do mercado, a Rede Globo passa a moldar o padrão competitivo de acordo com seus interesses de empresa líder, construindo fortes barreiras limitativas da concorrência interna e da concorrência potencial, consolidando o seu poderio e ditando os termos da concorrência no setor. (BOLAÑO, 1988, p. 76).

Mais de 28 anos após a constituição de 1988, não existe no Brasil uma legislação complementar que especifique o que é oligopólio na comunicação, o que permite as brechas que se pode observar no conglomerado de mídia do país. Coletivos de Comunicação também cobram por regulamentações para aumentar a abrangência dos meios de comunicação comunitários, que são criminalizados e têm potência, cobertura e financiamento restritos, não podendo competir com meios hegemônicos. A concentração privada dos meios de comunicação tem reduzido a potencialidade das mensagens midiáticas em relação à disseminação dos direitos:

(...) nem mesmo em suas acepções mais estritas (como nas noções liberais de “liberdade de comunicar ideias e opiniões”, previstas no artigo 11º da Declaração de Direitos do Homem e do Cidadão, e de “liberdade de opinião e expressão”, mencionada no artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos), o direito à comunicação pode ser considerado garantido diante do oligopólio midiático brasileiro. Por aqui, a esfera pública dos meios de comunicação de massa foi estruturada de tal forma que contrapõe a esse direito a apropriação privada característica do capitalismo monopolista. Nessa oposição assimétrica, os indivíduos só podem ter (quando têm) acesso, de fato, ao campo aberto dos debates públicos através da mediação de um pequeno grupo de empresas privadas, que possuem a prerrogativa de selecionar, filtrar, editar e obstruir a expressão que passa pelos “seus” canais. Mesmo no caso da Internet que, em princípio, proporciona menos interferência das empresas provedoras no conteúdo produzidos pelos usuários, ainda se enfrenta o desafio de garantir o acesso universal ao serviço, a neutralidade de rede e a proteção contra iniciativas arbitrárias de remoção de conteúdos disponibilizados pelos cidadãos e cidadãs em geral (Marinoni, 2015, p. 4)

⁹ Dados do Atlas de Cobertura da Rede Globo disponível em <http://comercial2.redeglobo.com.br/atlasdecobertura/Paginas/Home.aspx> e do Anuário de Mídia 2015 disponível em <http://portfoliomidia.meioemensagem.com.br/> visualizado em 13.02.2017.

Falta também regulamentação que possibilite que empresas públicas sejam veiculadas em canais abertos. A Lei 11.652/2008 instituiu a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), Empresa pública de comunicação. Atualmente, o grupo consiste em 50 emissoras de TV, 4 delas próprias. Com produções regionais e compromissadas com os Direitos Humanos, que são um bom exemplo em termos de discurso, porém não têm força de mídia de massa as audiências são analisadas.

O Código Brasileiro de Telecomunicações é o mesmo desde 1962, época em que os rádios já despertavam grandes interesses por dois diferentes motivos:

Um deles era inequívoco: emissoras de rádio e de televisão já apareciam como excelente veículo político, sendo arma importante em qualquer campanha eleitoral. O segundo estava se consolidando: crescia o mercado de radiodifusão e, com ele, crescia a participação dos meios de comunicação eletrônicos no bolo publicitário. Enquanto o rádio firmava-se como o meio de comunicação, por excelência, do interior do país, sendo, não raro, o único que realmente chegava às áreas mais afastadas, a televisão conquistava as cidades e antevia a possibilidade de ampliar sua área de recepção. A radiodifusão tornava-se, então, negócio lucrativo e com bom potencial de crescimento, porém, no raiar da década de 1960, já diminuía a taxa de crescimento da radiodifusão, conforme constatado. (Pieranti Martins, 2007, p. 12)

A legislação para comunicações no Brasil além de antiga, não tem a fiscalização que deveria. As Concessões de Rádio e TV duram 10 e 15 anos, respectivamente, no Brasil. As renovações de outorgas costumam acontecer de maneira automática e sem transparência. (INTERVOZES, 2003, p.17) A não renovação aconteceria se 2/5 dos parlamentares votassem nominalmente, e isso não acontece. Além disso, a criação do Conselho de Comunicação Social (CCS)¹⁰ aprovada por lei em 1991 só aconteceu de fato em 2002 “como moeda de troca para a aprovação da emenda constitucional que autorizava a entrada de 30% de capital estrangeiro nas empresas jornalísticas e de radiodifusão” (ibidem, p.17). O conselho foi desativado em 2006 e foi nomeado novamente em 2012 sem qualquer indicação pública, composto por 13 homens entre empresários do setor, concessionários ligados a igrejas e funcionários do Senado Federal. Hoje, o CCS é presidido por Miguel Ângelo Cançado, advogado, e o vice-presidente é Ronaldo Lemos, um dos criadores do Marco Civil da Internet¹¹. A Nomeação do CCS, em julho de 2015, foi acompanhada por protestos do Fundo Nacional pela Democracia da Mídia. Manifestantes contestaram a eleição de representantes da sociedade civil, já que os dois eram ministros do governo federal: Henrique Eduardo Alves (Turismo), e Aldo Rebelo (Ciência e Tecnologia).

¹⁰ Página do Conselho de Comunicação Social do Senado disponível em: <http://www25.senado.leg.br/web/atividade/conselhos/-/conselho/ccs>. Visualizado em 13.02.2017.

¹¹ LEI Nº 12.965, DE 23 DE ABRIL DE 2014 que regulamenta a internet brasileira. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm visualizado em 13.02.2017.

2.3 O conceito de Hegemonia – Como Grupos e Redes se organizam

É importante diferenciar os conceitos de grupos e redes para falar de concentração de meios de comunicação no Brasil.

Os grupos de mídia, na definição usada por Marinoni (2015), são um mesmo conjunto de pessoas que possui sob uma mesma direção politico-administrativa um conjunto de empresas. As propriedades cruzadas, muito presentes no país, são situações em que um mesmo grupo controla empresas diferentes que atuam em um mesmo setor. O Grupo Globo, por exemplo, está presente em TV aberta e por assinatura, rádio, revista, etc.

Já o termo *Rede* refere-se a programações de uma emissora que são distribuídas por outros canais verticalmente. “As redes são uma extensão indireta dos grupos, um ‘segundo grau’ da concentração da propriedade, mediada por outras propriedades” (Marinoni, 2015, p. 6). Jovem Pan, Transamérica e CBN são exemplos de redes. Essa é uma forma encontrada por donos da mídia para burlar o Artigo 12 do Decreto Lei nº 236/67:

“Art 12. Cada entidade só poderá ter concessão ou permissão para executar serviço de radiodifusão, em todo o país, dentro dos seguintes limites:

I) Estações radiodifusoras de som:

a - Locais:

Ondas médias - 4

Frequência modulada - 6

b - Regionais:

Ondas médias - 3

Ondas tropicais - 3

sendo no máximo 2 por Estados

c - Nacionais:

Ondas médias - 2

Ondas curtas - 2

2) Estações radiodifusoras de som e imagem - 10 em todo território nacional, sendo no máximo 5 em VHF e 2 por Estado (...)

(Decreto-Lei nº236/ 1967)

No cenário atual, 25% dos senadores e 10% dos deputados possuem outorgas de rádio e televisão (44 dos 594 congressistas). O controle feito pelo Ministério das Comunicações, “não apresenta dados sobre as redes e se desconhece os termos nos quais são firmados os contratos entre cabeças-de-rede e filiadas” (Marinoni, 2015, p.6). A pesquisa sobre a concentração de mídia no Brasil é uma tarefa difícil, sequer a ABERT tem registrados os dados de processos formais da radiodifusão ou as receitas auferidas pelo rádio e televisão. As informações que as próprias empresas divulgam não são confiáveis, portanto, levantamentos sobre a concentração de meios precisam “além das fontes oficiais do Estado, se valer de outros recursos e realizar o cruzamento de informações, para dar conta do cenário de controle da propriedade, mapeando os grupos de mídia e os vínculos de rede” (ibidem).

Até 2002, era proibido que as concessões de radiodifusão fossem destinadas a capitais sociais de Pessoas Jurídicas, o que pode ter incentivado a formação de empresas familiares. Em sua pesquisa, Marinoni levanta sócios das entidades que receberam outorga de TV Digital a partir da tabela do Ministério das Comunicações. São 135.095 sócios de rádios e TVs analógicas e digitais e das retransmissoras. São 543 TVs geradoras e 5.130 emissoras de rádios e 4.641 comunitárias.

Apesar do levantamento contar com o número de empresas e sócios, não contém os faturamentos, fator importante para analisar quem são os reais donos de mídia no Brasil. O grupo Globo é o primeiro no ranking de concentração e possui menos empresas que os concorrentes mais próximos. O número de sócios também não diz sobre a concentração, já que a TV Record de Salvador com 1.115 acionistas e a TV Rádio Clube de Teresina, com 948, estão em situações parecidas enquanto oligopólios, segundo Marinoni. É válido, portanto, considerar a dinâmica dos agentes entre si e mecanismos sociopolíticos históricos que formaram o sistema brasileiro de comunicações como ele é.

A Rede Globo engloba hoje 123 emissoras, em 5.490 municípios (98,56%) e atinge 202.716.683 habitantes (99,51%). Dessas concessões, apenas cinco são próprias do Grupo Globo, sendo que 118 são de outros grupos. Enquanto a rede representa 22,6% (praticamente 1/4) do total de 543 outorgas no Brasil, as 5 pertencentes ao Grupo Globo representam 0,009% (cerca de 1/100) (...) As redes se revelam, assim, verdadeiras extensões do controle por parte das cabeças-de-rede, sem incorrerem na ilegalidade do excesso de propriedade direta, disfarçando o oligopólio nacional por meio dos mediadores locais. (...) os Marinho possuem o Sistema Globo de Rádio, que abrange cinco marcas diferentes (v...) e que declara em seu site comercial possuir mais de 50 afiliadas, atingindo pelo menos oito milhões de pessoas. (Marinoni, 2015, p. 9)

As fortunas dos meios de comunicações faz da comunicação o 8º setor mais representativo no mercado nacional analisando o ranking de fortunas da Revista Forbes 2015. A família Marinho, somados os dois irmãos, é a segunda com maior fortuna, somando 47,6 bilhões de reais. Edir Macedo, da TV Record, figura em 74º lugar com fortuna de 3,02 bilhões de reais. O grupo *Abril* e a família Civita ficam em 88º lugar, com 2,18 bilhões. Silvio Santos, dono do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) é o centésimo, com 2,01 bilhões. Grande parte das fortunas vem do bolo publicitário que recebeu grande incentivo do governo Federal tanto no governo do Partido Social Democrata quanto nos do Partido dos Trabalhadores e também de governos locais e regionais.

Tal cenário também viola o Artigo 221 da Constituição, que prevê a regionalização da produção de conteúdos, resultando em outro aspecto da radiodifusão brasileira: a concentração regional da produção audiovisual. Enquanto a televisão faturou R\$ 5,86 bilhões na Grande São Paulo e R\$ 2,56 bilhões no Rio de Janeiro, o Nordeste faturou R\$ 2,9 bilhões; o Sul, R\$ 3,03 bilhões; o Centro-Oeste, R\$ 1,78 bilhões e o Norte, R\$ 850 milhões. O interior de São Paulo sozinho faturou R\$ 2,53 bilhões e o Sudeste, sem Rio de Janeiro e São Paulo, R\$ 1,9 bilhões. Diante das disparidades entre mercados regionais, as redes de televisão reafirmam a assimetria da economia brasileira, concentrando-se o financiamento das campanhas nacionais nas cabeças-

de-rede. (Marinoni, 2015, p. 14)

Os oligopólios também encontram brechas nas leis para continuarem levando à população brasileira suas programações. Entre as diversas críticas acerca da dinâmica que já é padrão no país, está a unilateralidade do discurso e a propagação de ideologias religiosas, dado que grande parte da programação é propagada por igrejas.

A Igreja Universal (...) possui a Rede Aleluia, composta por mais de 64 emissoras (entre próprias e afiliadas), presentes em todas as regiões do país, localizadas em 22 estados, com uma área de abrangência que cobre 75% do território nacional. Seu principal programa é a “Palavra amiga do Bispo Macedo”. Todavia, a Rede Record de televisão não se apresenta como vinculada a essa rede de rádio, talvez para manter sua estratégia de disputar o público “laico”. (Marinoni, 2015, p. 9)

É válido considerar a dinâmica dos agentes entre si e mecanismos sociopolíticos históricos que formaram o sistema brasileiro de comunicações como ele é. Para desvincular a posse de familiares, algumas redes atuam com laranjas, o que dificulta as investigações. Marinoni aponta que o recurso é utilizado frequentemente por parlamentares “seja por motivos eleitorais, seja para se precaver em relação a possíveis punições decorrentes da proibição expressa no artigo 54 da Constituição Federal”. O citado artigo determina que os Deputados e Senadores não poderão “ 1. a) firmar ou manter contrato com pessoa jurídica de direito público, autarquia, empresa pública, sociedade de economia mista ou empresa concessionária de serviço público, salvo quando o contrato obedecer a cláusulas uniformes;” (Constituição Federal brasileira, 1988).

Outra prática recorrente, porém ilegal, é a transferência de outorgas por meio de acordo particular. Recentemente, o grupo *Abril* vendeu a MTV Brasil (UHF 32 SP) para o grupo *Spring*, e este arrenda sua programação para a TV Mundial da Igreja Mundial do Povo de Deus. Como mostra Marinoni (2015), atualmente a *TV Mundial* transmite sua programação em oito emissoras de TV Aberta sem permissão.

(...) as políticas de radiodifusão têm tido como foco a busca da manutenção do poder, por meio da propaganda oficial, da cooptação da burguesia radiodifusora oligopolista por meio da injeção de dinheiro público nas empresas cabeças-de-rede, da gestão da distribuição das outorgas e da negociação de cargos públicos nos órgãos administrativos do setor. (Marinoni, 2015, p. 19)

A circulação de conteúdo proveniente de empresas dominadas por religiosos tem consequências morais na sociedade. Porém, da mesma forma como o estado laico brasileiro está repleto de líderes religiosos nas instâncias legislativas e judiciárias e não se proíbe essa prática, o fato se repete na área da comunicação, que nem regulamentação moral (código de ética, por exemplo)

possui.

a. Hegemonias, ideologias e a construção de simulacros do jornalismo hegemônico

O Jornal Nacional, com 47 anos de história, é o programa da televisão mais visto na televisão brasileira (Pesquisa Brasileira de Mídia 2014¹²). Mesmo que retratem acontecimentos do mesmo dia e sejam do mesmo grupo midiático, jornais televisivos, radiofônicos e impressos não irão dar as mesmas notícias, pois os conceitos de notícia são diferentes. Cada meio de comunicação tem uma característica de conteúdo, pois as audiências se relacionam com a notícia de forma diferente. O jornal televisivo, como declarou A. Kienz (1975), deve ter carga humana e conflitual. Na televisão, pouco se acreditava no potencial dos telejornais como atraidores de audiência, pois como aconteceu antes na televisão norte-americana, os telespectadores prefeririam seus programas de entretenimento a ver notícias. A estratégia encontrada pela Rede Globo de Televisão foi encaixar o telejornalismo entre as duas novelas de horário nobre. “há pouca relação (...) entre a qualidade ou a extensão do noticiário apresentado em um telejornal e os índices de audiência por ele obtido” (Lins da Silva, 1985, p. 35.).

Em 1985, Lins da Silva revelou no livro *Muito Além do Jardim Botânico* que mesmo que os assuntos tratados nos jornais respondiam majoritariamente a interesses privados, as vezes eram pautados temas devido à alta manifestação popular.

“(...) é claro que não se consegue fazer telejornalismo sem, pelo menos de vez em quando, tocar nos assuntos que interessam de fato às pessoas. E quando eles surgem, a consciência crítica desponta de forma imperativa. A reação de um telespectador que se sente enganado por uma reportagem a respeito de um assunto que ele conhece muito bem é mais definitiva do que o que se defronta com opiniões divergentes de duas instituições que ele respeita” (Lins da Silva, 1986, p.36).

Com o advento da internet e a expansão da globalização, essa situação acontece cada vez mais, tanto no sentido de movimentos sociais pautarem as notícias quanto de disseminarem parcialidades nos discursos da grande mídia aproveitando-se da facilidade de gravação dos conteúdos. Como será aprofundado segundo capítulo, as novas tecnologias tornam o discurso telejornalístico menos efêmero do que ele já foi.

(...) não são muitos os grandes jornais brasileiros que têm posições políticas marcadamente diferentes das da Globo. Em consequência, muitas vezes o tipo de enfoque que um assunto

¹² A Pesquisa Brasileira de Mídia 2014 está disponível em:

<http://observatoriodaimprensa.com.br/download/PesquisaBrasileiradeMidia2014.pdf>. Visualizado em 13.02.2017

recebe da globo acaba sendo similar ao que recebe maior parte dos jornais. Os órgãos da imprensa alternativa, por seu lado, dedicam pouco ou nenhum espaço à TV, que eles em geral preferem ignorar por ser instrumento ideológico da burguesia”. Além do mais, se os grandes jornais não têm muitos leitores nas comunidades de trabalhadores, os pequenos quase sempre os têm menos ainda (Lins da Silva, 1985, p. 108-9)

Outra construção do discurso jornalístico dentro da ideologia contemporânea é exemplificada por Lefort. Assuntos são encadeados de forma a parecer frutos do discurso social:

O rádio, a televisão, o cinema, os jornais, e as revistas de divulgação tornam viáveis sistemas de representação que seriam impossíveis sem eles. Com efeito, para que a ideologia possa ganhar generalidade suficiente para homogeneizar a sociedade no seu todo é preciso que a mídia cumpra seu papel de veicular a informação não de um pólo particular a outro pólo particular, mas de um foco central circunscrito que se dirige ao todo indeterminado da sociedade. Com os debates públicos virando espetáculos e discutindo tudo: economia, política, arte concreta, sexo, educação, música pop, arte clássica e contemporânea, do gênero mais nobre ao mais trivial, cria-se a imagem de uma reciprocidade entre emissor e receptor, que deve aparecer como reciprocidade verdadeira e definida nas relações sociais. Essa imagem é duplamente eficaz, pois, ao mesmo tempo, exalta a comunicação, independentemente de seu conteúdo e de seus agentes, e simula a presença de pessoas. [...] A eficácia do discurso veiculado pelos meios de comunicação decorre do fato de que ele não se explicita senão parcialmente como discurso político e isso lhe confere generalidade social. São as coisas do cotidiano, as questões da ciência, da cultura que sustentam a representação imaginária de uma democracia perfeita, na qual a palavra circula sem obstáculos. (LEFORT, 1982. P.320-321)

Com base no pensamento de Lefort e na mídia brasileira, Chauí explica a ideologia da competência. Essa ideologia, através do discurso, determina que não é qualquer um que pode em qualquer lugar e em qualquer ocasião dizer qualquer coisa a qualquer outro. Determina de antemão quem tem o direito de falar e quem deve ouvir, assim como quais são os lugares e as circunstâncias em que é permitido falar e ouvir. E define a forma e o conteúdo do que deve ser ouvido. (Chauí, 2006, p.77). De tal forma, para a autora, o poder ideológico político se consolida como produção de simulacros.

b. Construção de Hegemonias Sociais

Em 2016, o Brasil passou por uma ruptura democrática histórica no momento do Impeachment da Presidenta Dilma Rousseff. Diferentes interesses da classe de direita brasileira estavam em jogo e estes se fizeram presentes no discurso midiático das principais mídias corporativas. A Globo, assim como havia feito durante o movimento “caras pintadas” em 1992, por eleições diretas, dedicou sua programação exclusivamente para o processo de impeachment da presidenta em todas as etapas da votação. Antes disso, desde a reeleição da presidenta em outubro de 2014, quando apoiava o candidato de oposição ao governo petista, Aécio Neves (PSDB), a TV Globo manteve o espaço de denúncia a esquemas de corrupção que envolviam o governo petista e omitiu denúncias à oposição

governamental. Essa foi uma das formas que a mídia corporativa utilizou para induzir a formação de opinião do povo brasileiro quanto a uma ilegitimidade da presidenta. Os protestos a favor do impeachment tiveram cobertura da mídia enquanto os protestos denunciando a ilegitimidade do processo de impeachment e pró democracia foram boicotados pela mesma imprensa. O contexto político brasileiro é o principal exemplo que Patricia Cornils utiliza para introduzir a segunda edição do livro *Padrões de Manipulação da “Grande” Imprensa*:

Exemplos de manipulação da “grande” imprensa são mais claros e constantes do que no final dos anos 1990 início dos anos 2000 (a primeira edição do livro foi lançada em 2003). A mídia tradicional está em campanha aberta contra o mandato da presidenta eleita e isso se reflete na sua cobertura política. Em duas ocasiões neste março de 2016, o jornal O Globo publicou na capa fotografias de manifestações multitudinárias a favor e contra o golpe. Interessante observar o teor das manchetes. No dia 14, o seguinte às grandes concentrações em vários pontos do Brasil dos a favor do golpe, a escolha foi: “Brasil vai as ruas contra Lula e Dilma e a favor de Moro”. Cinco dias depois, a edição do dia 19 emplacava: “Aliados de Dilma e Lula fazem manifestações em todo o Brasil”. E eis que temos os aliados de Lula e Dilma contra... o Brasil. (Perseu Abramo, 2016, p.7)

O papel da comunicação na construção de ideologias é fundamental. Quando se trata de uma sociedade em que a mídia está constituída em oligopólios com fortes ligações a uma corrente política, as ideologias populares corresponderão em maioria aos interesses das empresas hegemônicas. É através da mídia, conforme aponta Jessé de Souza em “A tolice da inteligência brasileira”, que se consolida entre as massas que não correspondem ao 1% detentor de poder no país um discurso de demonização do Estado com o argumento da corrupção. Este seria um argumento bom para a imprensa, pois das inúmeras corrupções que existem no meio público e privado, pode-se escolher falar apenas de uma delas e com isso demonizar o governo e fortalecer a oposição (também corrupta, mas se não se fala nisso, não a caracterizam na mídia e nas ruas como tal). De tal forma, a mídia constrói imagens de vilões e mocinhos todos os dias nos principais jornais, como se fizessem parte do enredo de novelas e filmes. E se esse jogo de poder já existia na época dos jornais impressos e dos rádios, se intensificou com as novas dinâmicas geradas com a televisão.

O aparelho de televisão chegou ao Brasil na década de 1950, por Assis Chateaubriand, e foi uma tecnologia importada do modelo norte-americano no período pós-guerra, incorporada aos jornais, rádios e revistas que formavam um império dos Diários Associados. O *know how* mercadológico da televisão brasileira foi um dos itens importados dos EUA. Nos primeiros anos, a programação era definida em parte pelos anunciantes e em parte pelos diretores. Além disso, estabeleceram-se os sistemas de ‘redes’ geridos em bases empresariais modernas, essenciais para o sucesso da TV-Excelsior e da TV Globo. Os incentivos do Estado Brasileiro para a instalação de fábricas de aparelhos de televisão na década de 60, e os incentivos para compras de TV a cores em

70 impulsionaram as audiências no país. Desde a sua consolidação, o Grupo Globo discursava ideologias que favoreciam ao regime militar, e recebia benefícios por isso.

O papel da Rede Globo na política nacional é explicado pelas facetas que o capitalismo impõe ao jornalismo, como mostra Adelmo Genro Filho:

No capitalismo, o jornalismo é atravessado pela ideologia burguesa como uma fruta é passada por uma espada - se me permite João Cabral. Ou seja, de modo flagrante, evidente e doloroso. Nem por isso fruta será sinônimo de espada. A lógica mercantil complexificou e unificou o mundo dos homens, tornou-o mais dinâmico e universalmente integrado. Ela preside os rumos desse processo em todos os campos da atividade social. Logo, é o econômico que pressupõe e direciona o desenvolvimento das necessidades coletivas da informação em geral e, em particular, do jornalismo. Porém, o modo de produção capitalista não existe apenas para satisfazer os interesses particularistas da burguesia, mas também como um momento da história universal. Uma dimensão significativa da sua existência é permanente e, outra, é perecível e será destruída se forem conquistados o socialismo e o comunismo. Assim, as necessidades geradas pelo capitalismo são também moedas de duas faces: uma particular, específica do sistema burguês, e outra universal, que se agrega ao gênero - ou, pelo menos, a um longo período da história posterior. Nesse sentido, o capitalismo implanta uma tal necessidade e possibilidade da informação em termos quantitativos que qualquer sociedade posterior (se não for a barbárie pós-guerra nuclear) necessariamente terá de herdar esse legado. Em termos qualitativos a questão se repõe: o capitalismo produziu a necessidade de um *gênero de informação* - por meio do qual também reproduz as bases econômicas e ideológicas do sistema -, que é precisamente fruto do jornalismo contemporâneo, o qual será herdado por qualquer sociedade que suceder a atual.” (Genro Filho, 1978, Cap. V. p.115)

Em “Por Uma Outra Globalização, Milton Santos mostra como a hegemonia do discurso caminha lado a lado à hegemonia do capital. Ter o controle dos “espíritos” seria imprescindível para, no momento em que se consolida um pensamento único, avançar no controle do capital.

“Tiranía do dinheiro e tirania da informação são os pilares da produção da história atual do capitalismo globalizado. Sem o controle dos espíritos seria impossível a regulação pelas finanças (...) a associação entre tirania do dinheiro e tirania da informação conduz, desse modo, à aceleração dos processos hegemônicos, legitimados pelo ‘pensamento único’, enquanto os demais processos acabam por ser deglutidos ou se adaptam passiva ou ativamente, tornando-se hegemônicos.” (Milton Santos, 2002, p.35)

A construção de hegemonias no capitalismo se dá por disputas ideológicas e culturais, como pontua Denis de Moraes (2015), e o jornalismo é um dos mecanismos que acaba por influenciar e condicionar o imaginário social, a opinião pública e as compreensões de realidade e decisões eleitorais. Conforme o autor mostra, o consenso é conquistado através de “batalhas de ideias travadas entre classes, frações de classes, instituições, grupos e organismos representativos de múltiplos interesses no interior da sociedade civil”. (De Moraes, 2015, p. 29)

Essa batalha de ideias pouco aparece no jornalismo corporativo. Dentro das empresas de

mídia, prevalece o discurso da imparcialidade, porém as vozes em disputa não costumam ser colocadas com o mesmo status de poder. Utiliza-se mais fontes oficiais que defendam o posicionamento que a empresa de mídia defende, enquanto o outro lado fica com fontes não oficiais. Muitas vezes, são editadas as falas da oposição para que não façam sentido, entre outros padrões de manipulação da grande imprensa.

Dada sua relevância nos mecanismos de socialização, de formação das sensibilidades e dos padrões de apreensão da realidade, a mídia se tornou um instrumento crítico para coordenar ações políticas. Ela descreve, contextualiza, dá sentido, mas também julga, orienta o julgamento e a execução dos atos. Mais do que os partidos, substituindo-os, ela se torna o “comando supremo do golpe”, o quarte-general da ocupação do país. É certo que o comportamento dos indivíduos, suas decisões e ações dependem, em primeiro lugar, de seus interesses. Podemos até dizer que resultam de um cálculo racional. Porém, esses interesses não são uma evidência primária, um dado da realidade – eles não são objetivos, no sentido de estarem no ar, com um significado invariável, fixo, universal. Eles são percebidos, medidos e avaliados por meio de certos enquadramentos que lhes dão significado e que avaliam sua relevância. O enquadramento é decisivo para definir os “dados da realidade”. O enquadramento formata a percepção. (Perseu Abramo, 2016, p. 15)

A imprensa, utilizando de padrões de manipulação, proporciona que o bloco criador de hegemonias se mantenha com o consentimento as massas. Como aponta De Moraes, as hegemonias constroem uma ordem intelectual e moral através de uma consciência ético-política universalizadora, e para Gramsci (2002^a p.17), esta deveria ser preparada por um bloco histórico capaz de concatenar e dar coesão a diferentes grupos sociais. Assim, seria construída uma vontade coletiva do bloco hegemônico em conjunto com a sociedade, e essa seria moldada conforme as dinâmicas sociais. Esse exemplo de construção coletiva é observado nas mídias radicais, que serão o tema do segundo capítulo deste trabalho.

Porém, o intelectual orgânico, que seria quando se parte de questões sociais para desenvolver em sua prática um bloco social e cultural (Gramsci, 1978 a p,16), não costuma acontecer no contexto social das comunicações corporativas:

Gramsci afirma que é muito comum um determinado grupo social, que está numa situação de subordinação com relação a outro grupo, adotar a concepção do mundo deste, mesmo que ela esteja em contradição com a sua atividade prática. Ademais, ele ressalta que esta concepção do mundo imposta pelo ambiente exterior é desprovida de consciência crítica e coerência, é desagregada e ocasional. Dessa adoção acrítica de uma concepção do mundo de outro grupo social, resulta um contraste entre o pensar e o agir e a coexistência de duas concepções do mundo, que se manifestam nas palavras e na ação efetiva. (De Moraes, 2015, p. 30)

Para Gramsci, as relações hegemônicas entre classes sociais devem ser estudadas pelos intelectuais com base nas questões sociais das massas, e assim será construído um pensamento conjunto, e os movimentos culturais poderão transformar a concepção de mundo que os originou em

uma unidade ideológica do bloco social. "A realização de um aparato hegemônico, enquanto cria um novo terreno ideológico, determina uma reforma das consciências e dos métodos de conhecimento, é um fato de conhecimento, um fato filosófico" (Gramsci, 1978a, p. 52) Os intelectuais, organizados em partidos políticos, seriam o elemento de ligação teórico-prático. A classe operária não chegaria, segundo ele, a essa noção de hegemonia sozinha. Hoje, muitos dos grupos de mídia livre que se reúnem para levar as vozes contra-hegemônicas às massas se formaram sem o auxílio de partidos políticos, mas através da união em Coletivos que reúnem pessoas com particularidades em comum. Seja por gênero, por classe, por raça, ou outra questão, os coletivos têm contribuído para a disseminação de novas hegemonias e encontram fora dos partidos políticos, mas dentro da política, elos de ligação teórico-práticos.

Voltando à questão das hegemonias sociais, é importante mostrar a maneira como Williams (1979) relaciona a hegemonia à ideologia:

A hegemonia é então não somente o nível articulado superior da "ideologia", nem as suas formas de controle apenas vistas habitualmente como "manipulação" ou "doutrinação". É todo um conjunto de práticas e expectativas, sobre a totalidade da vida: nossos sentidos e distribuição de energias, nossa percepção de nós mesmos e nosso mundo. É um sistema vívido de significados e valores – constitutivo e constituidor – que, experimentados como práticas, parecem confirmar-se reciprocamente. (Williams, 1979, p.113)

Conforme mostrado no Dicionário de Educação no Campo do Movimento dos Trabalhadores Sem Terra, as hegemonias carregam em seus discursos valores básicos que de certa forma iludem os trabalhadores. No discurso, por exemplo, parece que apenas a concorrência e a ação individual são essenciais para se obter o sucesso, traduzido na capacidade de consumo, e se confirma pela ostentação dos bens consumidos. Mas os discursos hegemônicos não falam na propriedade privada dos meios de produção nem na exploração do trabalho alheio que se dá por trás dos sucessos de poucos. "Na falta desta informação básica, a grande massa dos consumidores da informação produzida pela indústria cultural compra a mentira de que bastam a autoconfiança, o esforço individual e os próprios méritos para se qualificar à corrida pelo sucesso" (Dicionário de Educação do Campo, p. 414)

Além de concentrar ideais de classe, a hegemonia concentra ideais de gênero e de raça, e engloba todas as 'minorias' sociais dentro das prejudicadas pelo modelo. Segundo Laclau e Mouffe (2004), essas minorias são enquadradas pelas hegemonias em uma estrutura de cadeia de equivalências que vai além de classes sociais.

c. Como as classes hegemônicas trazem ideologias às massas?

Como já foi mostrado, o discurso dos meios de comunicação corporativos corresponde às ideologias da empresa. Antes de pontuar as características desses discursos e a relação que eles têm com os direitos humanos, é importante trabalhar o conceito de ideologia e as noções que Gramsci e Althusser trazem sobre Aparelhos Privados de Hegemonia e Aparelhos Ideológicos do Estado.

Marilena Chauí conceitua ideologia como "o processo pelo qual as idéias da classe dominante se tornam ideias de todas as classes sociais, se tornam ideias dominantes" (Chauí, 2004, p.35). São ideias construídas independentemente da realidade histórica e social, e quem pensa pode ou não ter consciência da ideologia pela qual está pensando:

uma teoria exprime, por meio de ideias, uma realidade social e histórica determinada, e o pensador pode ou não estar consciente disso. Quando sabe que suas ideias estão enraizadas na história, pode esperar que elas ajudem a compreender a realidade de onde surgiram. Quando, porém, não percebe a raiz histórica de onde surgiram, imagina que elas serão verdadeiras para todos tempos e todos os lugares, corre o risco de estar simplesmente, produzindo uma ideologia. De fato, um dos traços fundamentais da ideologia consiste, justamente, em tomar as ideias como independentes da realidade histórica e social, quando na verdade é essa realidade que torna compreensíveis as ideias elaboradas e a capacidade ou não que elas possuem para explicar a realidade que as provocou. (Chauí, 2001, p.13-14)

Uma mesma realidade, ao ser experienciada por diferentes pessoas as proporcionará diferentes percepções, já que cada um trará na sua percepção raízes da sua ideologia. Para Chauí, "O real não é constituído por coisas. Nossa experiência direta e imediata da realidade nos leva a imaginar que o real é feito de coisas (sejam elas naturais ou humanas), isto é, de objetos físicos, psíquicos, culturais, oferecidos à nossa percepção e às nossas vivências" (CHAUI, 2001, p. 20).

Conforme mostra Althusser, é possível conhecer as ideologias existentes numa formação social do ponto de vista da luta de classes. "As ideologias não <<nascem>> dos AIE, mas das classes sociais envolvidas na luta de classes: das suas condições de existência, das suas práticas, das suas experiências de luta, etc." (Althusser, 1980, p. 199-20).

Os AIE que Althusser cita são os Aparelhos Ideológicos do Estado:

Designamos por Aparelhos Ideológicos de Estado um certo número de realidades que se apresentam ao observador imediato sob a forma de instituições distintas e especializadas. Propomos uma lista empírica destas realidades que, é claro, necessitará de ser examinada pormenorizadamente, posta à prova, retificada e reelaborada.¹³ (Althusser, 1980, p. 43).

¹³ Os AIEs definidos por Althusser são: "AIE religioso (o sistema das diferentes Igrejas), AIE escolar (o sistema das diferentes escolas públicas e particulares), AIE familiar, AIE jurídico, AIE político (o sistema político de que fazem parte os diferentes partidos), o AIE sindical, o AIE da informação (imprensa, rádio-televisão e etc) e o AIE cultural (letras, belas artes, desportos e etc)" (Althusser, 1980. P.44)

Para Althusser, os AIEs não devem ser confundidos com os Aparelhos de Estado conceituados por Marx (Governo, Administração, Exército, Polícia, Tribunais e Prisões). A estes, Althusser chama de Aparelho Repressivo do Estado, que seriam aparelhos que funcionam principalmente pela violência, "pelo menos no limite (porque a repressão, por exemplo administrativa, pode revestir formas não físicas)" (Althusser, 1980, p.22), enquanto que os AIE funcionam pela ideologia.

Por outras palavras, a Escola (mas também outras instituições de Estado como a Igreja ou outros aparelhos como o Exército) ensinam <saberes práticos> mas em moldes que asseguram a insujeição à ideologia dominante ou o manejo da <<prática>> desta. Todos os agentes da produção, da exploração e da repressão, não falando dos <<profissionais da ideologia>> (Marx) devem estar de uma maneira ou de outra <<penetrados>> desta ideologia, para desempenharem <<conscientiosamente>> a sua tarefa - quer de exploradores (os capitalistas) quer de auxiliares de exploração (os quadros), quer de papas da ideologia dominante (os seus <<funcionários>>), etc... (Ibidem, p. 22).

Outra distinção a ser feita entre os AIE e o AE é que os aparelhos Ideológicos do Estado pertencem em sua maioria ao domínio privado, enquanto o Aparelho Repressivo é de ordem pública. "Privadas são as igrejas, os Partidos, os sindicatos, as famílias, algumas escolas, a maioria dos jornais, as empresas culturais, etc., etc..." (Ibidem, p. 45).

Como Marxista consciente que era, Gramsci já salientara essa objeção. A distinção entre o público e o privado é uma distinção interior ao direito burguês, e válida nos domínios (subordinados) em que o direito burguês exerce os seus <<poderes>>. O domínio do Estado escapa-lhe porque está <<para além do Direito>>: o Estado, que é o Estado da classe dominante, não é nem público nem privado, é pelo contrário a condição de toda a distinção entre o público e o privado. (...) o que distingue os AIE do Aparelho (repressivo) de Estado, e a diferença fundamental seguinte: o Aparelho repressivo de estado <<funciona pela violência>>, enquanto os Aparelhos Ideológicos de Estado *funcionam* <<pela ideologia>>. (Ibidem, p. 45-6).

Nos períodos pré-capitalistas, o AIE dominante era a Igreja, que concentrava funções religiosas, escolares, de informação e cultura. "Não é por acaso que a luta ideológica do século XVI ao século XVIII, a partir do primeiro impulso dado pela Reforma, se concentra numa luta anticlerical e anti-religiosa; (...) é em função da própria posição dominante do Aparelho Ideológico de Estado religioso." Com o tempo, nas formações capitalistas maduras, a burguesia passou a utilizar como AIE dominante o ambiente Escolar. O duo Escola-Família teria então substituído o duo Família-Igreja. "(...) Os AIE concorrem para um mesmo resultado: a reprodução das relações de produção, isto é, das relações de exploração capitalistas." (Althusser, 1980, p. 59 - 63).

O enfrentamento das classes subalternas contra os aparelhos ideológico se dá por diversas maneiras. Segundo a análise de Dênis de De Moraes (2015), enquanto Althusser fala dos AIE,

Gramsci fala dos aparelhos privados de hegemonia, e na sua concepção, as classes oprimidas podem alcançar a hegemonia sem precisar ter conquistado o Estado. E então, uma vez que tornam-se hegemônicas, vão construir um novo tipo de sociedade e "elaborar os conceitos mais universais, as mais refinadas armas ideológicas" (Gramsci, 199, p.225).

d. Como a mídia corporativa discursa uma ideologia?

a ideologia <<age>> ou <<funciona>> de tal forma que <<recruta>> sujeitos entre os indivíduos (recruta-os a todos), ou <<transforma>> os indivíduos em sujeitos (transforma-os a todos) por esta operação muito precisa a que chamamos a *interpelação* (Althusser, 1980, p. 99).

A interpelação, para Althusser, é a forma com que o discurso atinge aos indivíduos. O discurso, por ser materializado, toma os indivíduos enquanto sujeitos. Um entrevistador, por exemplo, transforma seu discurso de acordo com o sujeito que entrevista, o entrevistado modifica seu discurso por diversos motivos, inclusive por estar sendo gravado. Se a prática acontece em qualquer conversa entre duas ou mais pessoas, é provável que na mídia, pelo poder que esta tem sobre as pessoas (no sentido de ser uma voz dominante e ter a confiança do público), a interpelação tenha maior impacto.

Muniz Sodré (1990) aponta o jogo de poder que existe dentro da indústria cultural, e trata do fenômeno do narcisismo de massa. Com base nas ideias iluministas de Jeremy Bentham e Etienne B. Condillac, o autor mostra em *A Máquina de Narciso* (1990) que os meios de comunicação funcionam conforme a ideia do panóptico, que é abstrato, tipificado pela razão e pela moral. Sodré relaciona o papel abstrato do panóptico à função da televisão na modernidade, que dissemina informação que contribui com uma moral de produção capitalista.

O autocontrole engendrado pela máquina panóptica coincide com uma fase do desenvolvimento capitalista, definida por uma moral de produção. A consciência individual aprende a conter-se através de instituições que funcionam à base de disciplina (por exemplo, a escola), para favorecer a produção e a acumulação. Este aprendizado é racionalista e, como tal, fadado à mais absoluta coerência e transparência. Embora progressivamente invisível, o poder se exerce através de um máximo de visibilidade, tanto ao nível das ciências (causalidade, objetividade), como das escolas (aperfeiçoamento, reformas) e dos discursos sociais (normalização linguística, simplificação da expressão, etc.) (Sodré, 1990, p.24)

Através da disseminação de conteúdo cultural, os grupos hegemônicos de comunicação fornecem aos diversos grupos sociais modelos universais de comportamento, transformando-se assim em operadores de fluxos sociais que organizam as massas.

do ponto de vista de uma estratégia política global, os meios de informação funcionam como dispositivos de mobilização e integração das populações - portanto, como um tipo de administração ou gestão da vida social - e não como mediações explicitamente políticas

(geradores de civitas) ou pedagógicas (formadoras, aptas a suscitar a compreensão e a descoberta) dentro do modelo democrático tradicional (...) do ponto de vista da produção econômica, os *media* vinculam-se estreitamente à organização monopolista do mercado - oligopólios e multinacionais controlam os diferentes níveis - convertendo-se em poderosos instrumentos de captação de receitas publicitárias e em ativos centros geradores de formações ideológicas dependentes do capitalismo ou do *status quo*. (Sodré, 190, p. 27-8)

Para Muniz Sodré, o problema não está nos conteúdos específicos, mas na sua articulação e nas consequências das formas produtivas da indústria cultural para a sociedade civil. O conceito de simulacros é essencial na análise do conteúdo jornalístico. Quando se noticia um fato, a notícia não é o fato em si, é um simulacro que carrega alguma ideia referente ao fato, é, portanto, uma imagem construída e disseminada na intenção de representar o fato conforme uma contextualização e idealização específica. “Como a imagem de Narciso no espelho, o simulacro é inicialmente um *duplo* ou uma duplicação do real.” (Sodré, 1990, p. 28). O autor aponta como os simulacros são utilizados em meio ao aperfeiçoamento da tecnologia de reprodução da imagem no século XX:

a intensificação dos efeitos de organização monopolística das relações sociais é propiciada pelo aperfeiçoamento profundo da tecnologia de reprodução da imagem no século XX. Solidário dessas técnicas industriais é o *simulacro*, entendido como a produção artificial (mecânica, química, eletrônica) de uma imagem, que não precisa referir-se a um modelo externo para a sua aceitação, mas também não funda nenhum valor de originalidade, isto é, não se instaura como modelo original nem gera imagens ambivalentes, a exemplo da obra de arte. É antigo o culto (religioso) de imagens. O conceito de simulacro, entretanto, é absolutamente moderno (tem suas bases assentadas nas teorias da autonomia imagística, correntes a partir do século XVI), na medida em que libera a imagem de suas cauções (metafísicas) externas, colocando-a diante do “livre olhar” de sujeitos históricos. (Sodré, 1990, p. 28)

Para o autor, o simulacro se faz imaginário e real ao mesmo tempo, já que não precisa de uma realidade externa para validar-se enquanto imagem. Apaga-se a diferença entre real e imaginário, verdadeiro e falso. Assim se constroem novas formas de experienciar o real. Tratando dos simulacros industriais, Sodré comenta que o olho é solicitado mais do que nunca pela civilização escrita, nisso engloba a fotografia e filmagem, que são como “escrever com a luz”.

No filme fotográfico registra-se o resultado (a composição) de uma coordenação e decisões realizadas pelo olho. Há por trás da câmera um olhar de medida e avaliação regido por um padrão geométrico interno à consciência do fotógrafo, que resulta da interiorização histórica das regras da perspectiva. (...) Olho e cérebro se articulam para fixar a unicidade de um instante, para indicar o próprio real que brilha como uma estreça cadente e certamente morre em seguida, a menos que a foto opere sua milagrosa ressurreição, que o autentique, como certidão passada em cartório”. (Sodré, 1990, p. 29)

A televisão é capaz de criar a telerrealidade, como se fosse um novo espaço em um novo tempo. O efeito realista traz uma nova percepção que, para ele, seduz com seu efeito realista assim como na mitologia o espelho d’água seduziu narciso.

O simulacro, a duplicação trazem sempre a possibilidade de morte para o original (...) A morte está na sedução operada pela imagem espetacular(...)para legitimar a sua operação e aplacar prováveis angústias, ela se obriga ao máximo de *realismo* ao nível de seus conteúdos. Um efeito ‘realista’ procura escamotear a percepção da divisão radical entre produção e consumo, dirigente e executante, mas também torna mais aceitável a pedagógica demonstração do mundo pelo vídeo. (Sodré, 1990, pág 42)

No livro *A Cultura do Narcisismo*, Christopher Lash mostra como os *mass media* substituíram as categorias de verdade e da falsidade pela noção de credibilidade e confiabilidade. Isso é revelado por Marilena Chauí em *Simulacro e Poder* (2006), através da observação das abordagens que os repórteres têm em relação aos entrevistados e como isso influencia o resultado da notícia. As perguntas são sobre como eles se sentem em relação ao fato, e não sobre o que pensam daquilo. A partir das respostas, é o emissor que emite informação, interpretação e explica os fatos. Para isso, usa uma linguagem pseudotécnica ou científica incompreensível. “de sorte a oferecer aos demais a ilusão de que conhecem os fatos porque têm sentimentos e preferências sobre eles, porque confiam nos sentimentos do entrevistado e porque algum especialista apresentou uma explicação crível”. É como se os participantes fossem incapazes de fazer juízo da situação pela qual eles mesmos passaram. Nesse modelo, não se transmitem informações, mas preferências, e estas se convertem em propaganda. Assim, a publicidade é capaz de alcançar todos os eixos da mídia.

Esse procedimento permite, no instante mesmo em que se dão, criar a versão do fato e do acontecimento como se fossem o próprio fato e o próprio acontecimento. Assim, uma partilha é claramente estabelecida: os participantes “sentem”, portanto não sabem nem compreendem (não pensam); em contrapartida, o locutor pensa, portanto sabe e, graças ao seu saber, explica o acontecimento. (Chauí, 2006, p. 11)

Chauí mostra como essa abordagem cria uma noção de que apenas os especialistas seriam formadores de opinião. Para exemplificar a construção de simulacros da mídia corporativa brasileira, Chauí usa como base o programa Fantástico – o show da vida, da Rede Globo de Televisão.

a programação acompanha de perto os acontecimentos nacionais, mas só em raras ocasiões os menciona diretamente. Em lugar da menção direta, as imagens e os textos oferecem uma interpretação e um comentário indireto. Suponha-se, por exemplo, que o governo federal tenha anunciado um crescimento significativo do emprego formal no país. O programa irá interpretar e comentar o fato, encenando-o sem mencioná-lo uma única vez: se a empresa de televisão apóia o governo, o “show da vida” apresentará um quadro com jovens e idosos que obtiveram empregos e estão muito felizes; se a empresa se opõe ao governo, o quadro exibirá pessoas desempregadas, de várias idades e classes sociais. Embora esses quadros possam ter grande impacto político, graças à encenação da informação e ao ocultamento da intenção persuasiva, o forte do “Fantástico” encontra-se no tratamento dado à ciência e à técnica. (Chauí, 2006, p.20)

Para Chauí, o ponto culminante da encenação e do simulacro foi alcançado pela rede de

notícias CNN com a transmissão ao vivo e em cores da Guerra do Golfo em 1991, um entretenimento transformado em festa de fogos de artifício, sem mortos nem feridos, sem dor e sem odor. (Chauí, 2006, p.20). A televisão é capaz de justapor espaços e tempos próprios na sua programação, de construir diversas realidades em torno de um fato.

Da significação mais conservadora à mais subversiva, qualquer coisa pode ser mostrada pelo sistema televisivo, porque, sendo *relacional* ou reestruturadora de relações sociais a verdadeira natureza de seu poder, ela é indiferente, em último caso, aos seus conteúdos.(...) predominam conteúdos conservadores na medida em que o *broadcast* televisivo é controlado pela Publicidade. (Sodré, 1990, p. 42 - grifos do autor)

Mas Sodré não acredita que a mídia feita pelos que têm o poder hegemônico seja uma imposição que não possa ser contrabalanceada. “É verdade que um “projeto” não assegura o funcionamento efetivo de um poder. Outras instituições da sociedade civil podem muito bem contrabalançar a influência dos *media* na formação de atitudes e hábitos, oferecendo alternativas culturais.” (Sodré, 1990, p. 46).

Considerar a massa como um pólo passivo em relação aos conteúdos da indústria cultural é, para ele, um erro registrado por diversas análises empíricas realizadas pela sociologia de campo. “Se o modelo dela é homogeneizante, as massas comportam estruturas diferenciadas, que absorvem de maneira multiforme (às vezes mágica) o produto cultural que se pretende claro, unívoco, irrecusável em sua forma indiferente”. (Sodré, 1990, p. 47)

Com as mudanças na produção de conteúdo após a era da internet, pode-se lembrar de quando Sodré explica que os *mass media* acompanham as mudanças sociais para que o indivíduo continue se identificando ali. “A televisão é o ‘real do reflexo’ antes de ser o ‘reflexo do real (...) o tecnonarcisismo é um poder, nova forma de controle social, que funciona por efeitos de fascinação, de convencimento, de persuasão” (Sodré, 1990, p. 60)

A necessidade (narcisística) de ser amado e consolado - atribuída aos contingentes populacionais desenraizados, solitários e sobretudo mal-empregados - cava espaço para a publicidade confortadora e seus diversos canais. É deste modo que os caminhos de se informar, agir e pensar da maioria da população brasileira comprometem-se cada vez mais com o imaginário da acumulação do capital e com a lógica da administração tecnoburocrática do espaço social. (Sodré, 1990, p. 106)

2.4 As fases do jornalismo e a construção das objetividades

Na obra “O segredo da pirâmide”, Adelmo Genro Filho traça críticas às construções de

jornalismo habituais, tanto o jornalismo burguês quanto o de cunho socialista não desempenha o que para ele é essencial: uma prática que se comunique com a teoria. E vice e versa.

Para ele, é perfeitamente lógico que os primeiros jornais tratassem de questões mercantis, tendo os primeiros jornais opinativos e de combate político tido seus apogeu na primeira metade do século XIX, a que Habermas chama de segunda e mais significativa fase do jornalismo. Adelmo, no entanto, julga ser um erro tomar o caráter político do jornalismo como se fosse sua essência, como faz Habermas. Esta, para ele, é “a menos representativa de sua essência como fenômeno universal”. A terceira fase, do jornalismo moderno é para ele a mais representativa.

Na verdade tanto a primeira fase do jornalismo (notícias mercantis) como a terceira (atual) expressam mais plenamente o conteúdo do conceito do que a segunda, que apenas indica com nitidez seu caráter de classe, sua forma particular de existência no modo de produção capitalista, num dado momento histórico. Isso não significa desprezar a necessidade política e ideológica de jornais (e outros meios) de explícito combate antiburguês, como instrumentos de propaganda, denúncia, educação, formação e organização. (Genro Filho 1987, cap VI)

Em *A Saga dos Cães Perdidos*, Ciro Marcondes Filho divide a história do jornalismo em quatro fases depois de superar a era artesanal. O primeiro jornalismo após a profissionalização do jornal possui redações com setores específicos, sem fins econômicos, mas pedagógicos. Nesse período, 1789 – 1830), a imprensa é prioritariamente partidária e se observa o crescimento do gênero político-literário, para a formação política (Marcondes Filho, 2000, p.12). A inovação tecnológica de após a metade do século XIX, impulsiona o segundo jornalismo. A força do capital se impõe em 1875 e o jornalismo precisa se auto-sustentar como uma empresa. Para vender a notícia, utilizam-se os critérios de objetividade. O terceiro jornalismo chega no século XX constituindo empresas de mídia que são verdadeiros monopólios sustentados pela publicidade. Após os anos 70, tem início o quarto jornalismo, que se modifica de acordo com as novas tecnologias. Todas essas modificações fizeram com que o comunicador apenas precise deter a técnica de “simplificar, sintetizar, condensar e esolher”. O homem agora teria que trabalhar na velocidade do sistema (Marcondes Filho, 2000, p. 36).

As quatro fases do jornalismo captam, na visão de Genro Filho, três dimensões do fenômeno que compõe sua essência: a primeira mostra como as relações econômicas trazem a necessidade universal de informações jornalísticas para toda a sociedade. A segunda mostra que o jornalismo é um instrumento também utilizado conforme o interesse de classes. A terceira mostra que o jornalismo informativo é uma necessidade social emergente. As próprias notícias transformam-se em mercadorias com valor de uso.

Para Genro Filho (1987) a luta contra o jornalismo burguês não deve vir pelo opinativo, mas “na medida das possibilidades concretas da esquerda revolucionária e socialista, a luta deve ser travada, também, no terreno desse moderno jornalismo, que não é abertamente propagandístico ou organizativo (...) mas que patrocina uma forma específica de conhecimento da realidade social”. Adelmo acredita que se estiverem em conjunto, os espaços individuais dos repórteres e redatores podem ter voz significativa frente a diretores e proprietários.

Em qualquer caso, no entanto, é preciso, em primeiro lugar, reconhecer que existe a possibilidade e a necessidade de um jornalismo informativo moderno, que não seja meramente propagandístico ou formalmente opinativo. Isto é, reconhecer a possibilidade e a necessidade de um jornalismo informativo com outro caráter de classe, elaborado a partir de outros pressupostos ideológicos e teóricos, mas cuja missão principal não seja apenas a de propagandear tais pressupostos. Em segundo lugar, é preciso saber fazê-lo, sendo que, para tanto, antes de mais nada, é imprescindível compreendê-lo do ponto de vista teórico.” (Genro Filho, 1987, p. 53)

Adelmo também confronta as ideologias da objetividade no jornalismo burguês com a ideologia do jornalismo científico, apresentado por Hudec como alternativa socialista. Nas duas, os fatos devem falar por si mesmos, sendo que na primeira, “são contextualizados e hierarquizados subjetivamente com base no senso comum e na ideologia burguesa”. Já na alternativa socialista, os fatos “devem revelar aquilo que já está previsto pelas leis objetivas do desenvolvimento social”, sendo que uma ideologia normativa irá selecionar cientificamente e manipulatoriamente os aspectos e momentos da imediatividade que confirmam a premissa ideológica estabelecida. Nas duas, porém, o autor afirma que “perdem-se as melhores potencialidades epistemológicas dessa forma de conhecimento, precisamente as críticas e desalienadoras mais específicas do jornalismo” (Genro Filho, 1987, p. 54).

Adelmo faz sua crítica à pirâmide invertida, que para ele, está constituída no formato contrário de como deveria ser. Ela deve caminhar do singular para o particular da notícia.

A tese da "pirâmide invertida" quer ilustrar que a notícia caminha do "mais importante" para o "menos importante". Há algo de verdadeiro nisso. Do ponto de vista meramente descritivo, o *lead*, enquanto apreensão sintética da singularidade ou núcleo singular da informação, encarna realmente o momento jornalístico mais importante. *Não obstante, sob o ângulo epistemológico - que é o fundamental - a pirâmide invertida deve ser revertida, quer dizer, recolocada com os pés na terra. Nesse sentido, a notícia caminha não do mais importante para o menos importante (ou vice-versa), mas do singular para o particular, do cume para a base.* O segredo da pirâmide é que ela está invertida, quando deveria estar como as pirâmides seculares do velho Egito: em pé, assentada sobre sua base natural. (Genro Filho, 1987, p.65)

O autor conceitua universal, singular e particular com base no pensamento de Lukács do livro

Introdução a uma Estética Marxista. Neste, a ciência é um conhecimento centralizado no universal, a arte é centralizada no particular, e o jornalismo, centrado no singular. Para Genro Filho, o jornalismo deve ser repensado e reconstruído numa perspectiva em que resguarde a aparência singular do fenômeno e insinue a essência no corpo da singularidade, “enquanto particularidade delineada em maior ou menor grau e universalidade virtual” (Genro Filho, 1987, cap IX). Ele partiria do singular, para passar pelo particular e pelo universal.

Assim, o critério jornalístico de uma informação está indissoluvelmente ligada à reprodução de um evento pelo ângulo de sua singularidade. Mas o conteúdo da informação vai estar associado (contraditoriamente) à particularidade e universalidade que nele se propõem, ou melhor, que são delineadas ou insinuadas pela subjetividade do jornalista. O singular, então, é a forma do jornalismo, a estrutura interna através da qual se cristaliza a significação trazida pelo particular e o universal que foram superados. O particular e o universal são negados em sua preponderância ou autonomia e mantidos como o horizonte do conteúdo. (Genro Filho, 1987, Cap VII)

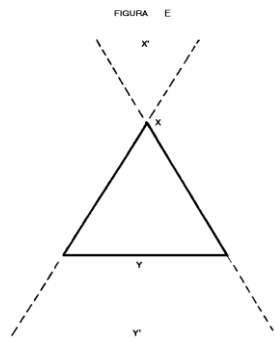
O imprescindível é saber contextualizar o singular adequadamente:

O conteúdo dinâmico implícito na idéia de singularidade, confere uma característica evanescente à notícia. Do ponto de vista estritamente jornalístico, realmente “nada é mais velho do que uma notícia de ontem”, se não for reelaborada com novos dados constituindo outra notícia: a de hoje.

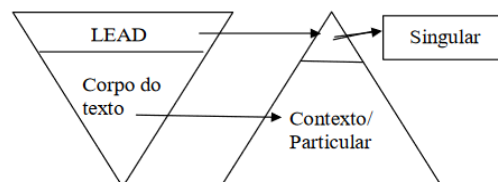
Assim, a importância de um “fato” enquanto notícia obedece a critérios diferentes em relação aos utilizados na hierarquização feita pelas ciências sociais ou naturais, de um lado, e pela arte de outro. Nas ciências, os fatos ou eventos são relevantes à medida que vão constituindo a universalidade.²³ Quanto à arte, os fenômenos que a compõem são significativos na exata proporção de sua ambigüidade enquanto realidades irrepetíveis (singulares) e, ao mesmo tempo, enquanto representação “sensível” da universalidade social onde historicamente estão situados e com a qual estão inevitavelmente comprometidos.²⁴ O jornalismo não produz um tipo de conhecimento, tal como a ciência, que dissolve a feição singular do mundo em categorias lógicas universais, mas precisamente reconstitui a singularidade, simbolicamente, tendo consciência que ela mesma se dissolve no tempo. O singular é, por natureza, efêmero. O jornalismo tampouco elabora uma espécie de representação cujo aspecto singular é arbitrário, projetado soberanamente pela subjetividade do autor; tal como acontece na arte, onde o *típico* é o eixo fundamental de contato com a realidade. O processo de significação produzido pelo jornalismo situa-se na exata contextura entre duas variáveis: 1) as relações objetivas do evento, o grau de amplitude e radicalidade do acontecimento em relação a uma totalidade social considerada; 2) as relações e significações que são *constituídas* no ato de sua produção e comunicação. (Genro Filho, 1987, p.67)

A partir do jornalismo nos moldes capitalistas, a busca pela objetividade na notícia é cada vez maior. O conceito do LEAD da notícia, conhecido como a introdução ao assunto por meio das respostas às perguntas *Quem? Diz o quê? Quando? Através de que canal? Para quem? Com que efeito?*¹⁴ (respondendo a todas ou a apenas às três primeiras). Para Genro Filho, o Lead é o momento de trazer o singular da notícia a partir de pressupostos ontológicos e ideológicos que orientaram a produção da notícia. No corpo do texto, aparece a contextualização, o particular, que emana a projeção ontológica e ideológica.

¹⁴ Conforme sistematização proposta por Lasswell em 1948, como uma evolução da Teoria Hipodérmica.



x - O núcleo singular da notícia.
y - A base de contextualização particular.
x' - Os pressupostos ontológicos e ideológicos que orientaram a produção da notícia.
y' - A projeção ideológica e ontológica que emana ou é superior pela notícia.



(Genro Filho, 1987)¹⁵

A construção de uma notícia acontece em uma complexa operação subjetiva. O produto dessa operação é o *singular significativo*. Ele teria o papel de superar o particular e universal no interior da singularidade do fato jornalístico.

Por isso, um fato jornalístico não é uma objetividade tomada isoladamente, fora de suas relações históricas e sociais, mas, ao contrário, é a interiorização dessas relações na reconstituição subjetiva do fenômeno descrito. Colocado o problema dessa maneira podemos conceber a possibilidade de um jornalismo informativo - que se utilize de muitas conquistas técnicas e funcionais adotadas pelos jornais burgueses - com outra perspectiva de classe e outra ideologia. (Genro Filho, 1978, cap. V – p.110)

É importante, nessas classificações, distinguir jornalismo de imprensa,

a imprensa é o corpo material do jornalismo, o processo técnico do jornal - que tem sua contrapartida na tecnologia do rádio, da TV, etc. - e que resulta num produto final, que podem ser manchas de tinta num papel ou as ondas de radiodifusão. O jornalismo é a modalidade de

¹⁵ O lead permite que através da natureza lógica e abstrata da linguagem, constituída pela generalidade intrínseca dos conceitos, seja retomado o percurso que vai do abstrato ao concreto, não pela via da ciência, mas pela reprodução do real como singular-significativo. O real aparece, então, não por meio da teoria, que vai apanhar o concreto pela sua reprodução lógica, mas recomposto pela abstração e pelas técnicas adequadas numa cristalização singular e fenomênica plena de significação, para então ser percebido como experiência vivida.” (Genro Filho, 1987, p.132)

informação que surge sistematicamente destes meios para suprir certas necessidades histórico-sociais que, conforme já indicamos, expressam uma ambivalência entre a particularidade dos interesses burgueses e a universalidade do social em seu desenvolvimento histórico. (Genro Filho, 1978, cap XVIII p. 167)

Diante de seus estudos, Ciro Marcondes Filho afirma que a era da internet é uma ameaça ao papel da imprensa como quarto poder. O jornalismo seria, então, uma profissão condenada. Porém, há uma grande corrente de teóricos, como Traquina, que preferem acreditar que o jornalismo não perde sua função frente às novas dinâmicas sociais:

Apesar da emergência de novas tecnologias, como a internet, em que os cidadãos poderão ter acesso direto a inúmeros documentos, as previsões mais catastróficas sobre o futuro do jornalismo parecem prematuras e talvez erradas – a chegada do cibermedia bem pode reforçar o papel dos jornalistas nas sociedades contemporâneas. Qual é o papel dos jornalistas na produção de notícias? Por que as notícias são como são? Afinal, qual é o papel do jornalismo na sociedade –um campo aberto que todos os agentes sociais podem mobilizar para suas estratégias comunicacionais ou um campo fechado a serviço do status quo? (Marcondes Filho, 2005, p.145)

A partir das teorias sobre a construção de jornalismo capitalista, abre-se espaço para novas críticas ao modelo jornalístico corporativo brasileiro, que encontra brechas nas leis para continuar sendo oligárquico e pouco representativo.

2.5 A Construção do Consenso nas sociedades capitalistas

Em *Os Caminhos do Poder*, Noam Chomsky disserta sobre o processo de construção do consenso pela grande imprensa. Na democracia liberal, totalitaristas conseguem pela comunicação êxitos que outros governos conseguem pelo uso de armas.

Conforme o capitalismo de estado se desenvolveu na era moderna, os sistemas econômico, político e ideológico foram, progressivamente, controlados por numerosas instituições de tirania privada que estão bem próximas do ideal totalitário como qualquer outras que os humanos, até agora, construíram.

(...) conforme o poder privado "cresce e se expande", é transformado "em uma força social ainda mais potente, consciente politicamente", mais dedicada a um "programa de propaganda" que "se torna uma questão de conversão do público... ao ponto de vista do controle da pirâmide". (...) Até recentemente, nos anos 50, 800 jornais trabalhistas ainda atingiam de 20 a 30 milhões de pessoas, buscando – nas palavras deles – combater a ofensiva corporativista de "vender o povo americano às virtudes dos grandes negócios", expondo o ódio racial e "todos os tipos de palavras e ações antidemocráticas", e para fornecer "antídotos para os piores venenos da imprensa", da mídia comercial, que tinha a função de "condenar o operariado a cada oportunidade enquanto encobre os pecados dos banqueiros e magnatas da indústria que controlam, realmente, a nação". (Chomski, 1998, p. 31).

A construção do discurso da mídia fez com que, com o tempo, acontecessem mudanças na sociedade:

Os jornais revelam o quanto os sistemas de valores requeridos pelo poder privado eram estranhos e intoleráveis para os trabalhadores que, obstinadamente, se recusavam a abandonar sentimentos humanos normais. "O Novo Espírito do Tempo" que eles condenavam amargamente "era repugnante para, surpreendentemente, uma grande parte da antiga comunidade americana", escreve Ware. A razão principal foi "o declínio do trabalhador industrial como uma pessoa", a "mudança psicológica", a "perda da dignidade e da independência" e dos direitos e liberdades democráticas à medida que os valores do capitalismo industrial foram impostos pelo poder estatal e privado, pela violência, quando necessário. (...) Imaginemos que os pobres consigam quase todas as informações que querem sobre os fatos como ocorrem hoje e, em muitos casos, ainda resistam aos esforços da escola, das bibliotecas e da mídia informativa para torná-los mais bem informados. De fato, essa resistência, freqüentemente, ajuda a explicar por que eles são pobres – juntamente com seus gens defeituosos, sem dúvida. A idéia foi considerada tão profunda que foi salientada com um retângulo pelos editores. (Ibidem).

Para Chomski, os governos não pagam obrigam empresas de mídia a ter certo discurso, mas na lógica capitalista, acaba sendo viável para elas. Para modificar a opinião pública, a mídia usa de acidentes. Na época da guerra do Vietnã, o então presidente dos EUA, Lyndon Johnson, declarou guerra após o ataque comunista a um navio americano. Anos depois, foi comprovado que esse ataque nunca ocorreu. Na guerra do Iraque, o mesmo, conseguiu-se consenso político entre o povo para atacar o país após o 11 de setembro. Não tão diferente é a situação política brasileira de 2016. Aproveitando-se de uma mídia que dedicou grande parte de seu tempo à cobertura da operação Mensalão e Lava-Jato, que causou insatisfação seletiva apenas contra o PT, deputados e senadores que também eram investigados no esquema de corrupção porém sem enfoque da mídia votaram o processo de impeachment da presidenta. A comoção popular foi seletiva, e hoje para a mídia corporativa, os problemas econômicos que o Brasil enfrenta hoje em dia são todos caracterizados como consequências dos anos de PT no Governo Federal. Enquanto isso, o governo de Michel Temer promove mudanças que diminuem os direitos conquistados por meio de lutas políticas pela população brasileira, tais quais a extinção de Ministérios, a PEC 55, a Reforma da Previdência e a Reforma no Ensino Médio.¹⁶

2.6. Invisibilidade dos problemas sociais brasileiros no discurso da mídia

Em *A Ralé Brasileira*, Jessé de Souza mostra como um discurso de oposição entre um “Estado demonizado” e um “Mercado Divinizado” causa a invisibilidade da sociedade e de seus conflitos:

a força do liberalismo economicista, hoje dominante entre nós, só se tornou possível pela

¹⁶ Em janeiro de 2017, o Presidente da Comissão de Direitos Humanos e Minorias da Câmara dos Deputados, Padre João (PT-MG), apresentou uma lista de quarenta ameaças aos direitos humanos que partem do legislativo. O documento pode ser visualizado no site da Comissão de Direitos Humanos da Câmara: <http://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/comissoes/comissoes-permanentes/cdhm/noticias/40-ameacas-legislativas-aos-direitos-humanos>

construção de uma falsa oposição entre mercado como reino paradisíaco de todas as virtudes e o Estado identificando com a corrupção e o privilégio. Essa posição simplista e absurda – que ignora a ambiguidade constitutiva de ambas as instituições – cuja gênese e condições de possibilidade serão estudadas em detalhe na primeira parte desse livro é o que permite, no Brasil de hoje, que a eternização dos privilégios econômicos de alguns poucos seja ‘vendida’ ao público como interesse de todos na luta contra uma corrupção pensada como ‘mal de origem’ e supostamente apenas estatal.

Como todo conflito social é dramatizado nessa falsa oposição entre mercado divinizado e estado demonizado, os reais conflitos sociais que causam dor, sofrimento e humilhação cotidiana para dezenas de milhões de brasileiros são tornados literalmente invisíveis (de Souza.a, 2016, p.16)

De Souza aponta que o brasileiro tem a noção de que conhece todos os problemas sociais do país, e tudo seria solucionado por uma melhora na gestão. Essa ideia tem total relação com a falsa oposição que existe no imaginário brasileiro entre Estado e Mercado. E é diariamente reproduzida na mídia: quando um repórter sai para uma abordagem já esperando a notícia que gostaria de ouvir, que encaixará no que ele espera que o especialista diga, é uma reprodução do que Jessé teorizou. Soma-se a prática corrente na sociedade do “eu estou certo e dane-se o mundo”, muito comum na esfera científica, no espaço público e na mídia (idem, p. 92).

Outro fator é o processo de fragmentação do conhecimento entre uma pequena escala da classe alta e média que têm o acesso à cultura, e é incentivado a ter vontade dela, mas consome também fragmentadamente apenas a cultura que interessa. Assim, caracteriza-se os problemas sociais do Brasil como problema econômico e esquecendo-se de uma classe social sem sequer nomeá-la, falando genericamente sobre “violência”, “segurança pública”, “problema da escola pública”, “carência da saúde pública” e “combate à fome”.

fragmenta-se o conhecimento, isola-se o que não pode ser isolado, e depois produzem-se estatísticas sobre coisas que nunca se compreenderam. O círculo do embuste retórico se fecha: o especialista faz gráficos e estatísticas sobre o que não compreendeu, e o leitor ou ouvinte leigo faz de conta que entende o simulacro de conhecimento que lhe é apresentado. (De Souza.a, 2016, p.21)

De Souza contextualiza as narrativas que a classe média está habituada a ouvir, que forma os valores sociais de autodisciplina, autocontrole, pensamento prospectivo, respeito ao espaço alheio, mas ‘esquece’ valores sobre classes, economia e sociedade. Isso acontece porque o lar seria um ambiente afetivo, um refúgio, e os filhos dependem emotiva e incondicionalmente dos pais. Não são ensinadas questões relacionadas à renda e ao dinheiro, nem como os filhos devem se comportar, mas que ‘eles são um fim em si mesmas’ por serem amados pelos pais. Essa criação egoísta e meritocrática, ou como De Souza (a.2016, p.45) fala, o valor da “autoconfiança” é indispensável ao sucesso nas condições de trabalho capitalistas, fundamental na competição social e no desafio de

colocar sentido à vida. A auto confiança também é mostrada na televisão na maioria das telenovelas que retratam personagens que passam por obstáculos, mas chegam até o seu objetivo final por empenho e bondade, e também no enfoque dado pelos jornais às notícias.

Nessa mesma realidade em que a mídia propaga a idealização da meritocracia, da lei do máximo esforço, e da culpa na corrupção estatal, notícias sobre a desigualdade social passam de maneira naturalizada pelos jornais e pelo público. Segundo o documento da ONG Oxfam intitulado "Uma economia para 99%", divulgado em 16/01, apenas oito pessoas detêm 99% da riqueza do mundo. Todos são empresários e homens: Bill Gates, da Microsoft; Amancio Ortega, da Inditex; Warren Buffett, maior acionista da Berkshire Hathaway; Carlos Slim, proprietário do Grupo Carso; Jeff Bezos, da Amazon; Mark Zuckerberg, do Facebook; Larry Ellison, da Oracle; e Michael Bloomberg, da agência de informação de economia e finanças Bloomberg.

E como diante de uma notícia como essas a população não se exalta? No livro “A Tolice da Inteligência Brasileira”, Jessé de Souza mostra que o segredo de como as desigualdades passam naturalizadas pela nossa sociedade está na cegueira do debate brasileiro sobre as classes sociais e na pobreza do debate político. Para explicar o que ele chama de cegueira, usa como exemplo as jornadas de junho.

A grande fraude das “jornadas de Junho” é a impressão de que o “vilão” está no Estado e a “sociedade” engajada e politizada, é o “mocinho”. Os jornais estrangeiros falaram então, cheios de esperança, da “primavera brasileira”, e a fraude se torna perfeita: reconhecida, aplaudida, admirada. Mas, na verdade, quem até agora ganhou e colheu frutos com a “primavera brasileira” foram as forças mais conservadoras do país. Como isso se explica? Como tantos se deixam enganar?

Para esclarecer esse ponto central, temos que analisar o que quase nunca chama a atenção de ninguém entre nós: a “sociedade” brasileira e seus conflitos de classe essenciais. É certo que, no início das manifestações em São Paulo e outras capitais do Brasil, o tema da mobilidade urbana associado às demandas de melhor educação e saúde, sob a pressão de estudantes tanto de classe média quanto da periferia das capitais, dominou a pauta de reivindicações. É certo também que as manifestações se irradiaram, de modo tópico e passageiro, para favelas e para a periferia não estudantil. Nos primeiros dias, uma aliança entre estudantes e “batalhadores” da classe trabalhadora precária, dos quais tratamos aqui anteriormente, foi a grande responsável por uma pauta de reivindicações em consonância com os interesses das classes populares.

No entanto, o dia 19 de junho (...) foi um ponto de inflexão fundamental que ajuda a esclarecer a força narrativa e institucional do pacto conservador contemporâneo. Foi a partir deste dia que as manifestações se tornaram massificadoras e ganharam todo o apoio da mídia nacional, assumindo a “classe média verdadeira” - os 20% mais escolarizados e de maior renda segundo a pesquisa - de modo claro e incontestado o protagonismo do movimento. O que as classes médias querem? (de Souza.b, 2016, p. 188)

As classes médias são classes do privilégio no mundo todo. Como toda classe privilegiada, a classe média tem interesse em “esconder as causas do privilégio injusto”. Ao contrário dos endinheirados que detêm o monopólio do capital econômico, a classe médias e baseia na apropriação

de capital cultural altamente valorizável e indispensável para a reprodução do mercado e Estado.

Esse capital se materializa em cursos universitários de prestígio, nas pós-graduações, no conhecimento de línguas estrangeiras etc. Mais importante ainda é perceber que o capital cultural não é formado apenas por títulos escolares, mas, antes de tudo, pelo aprendizado na socialização familiar, desde a tenra idade, de certas “disposições invisíveis para o comportamento competitivo”.

Essas disposições são transmitidas pelos pais aos filhos como uma “herança cultural”: ensina-se aos filhos a disposição para o autocontrole, para a disciplina, para o pensamento prospectivo (que percebe o futuro como mais importante que o presente) ou ainda para a capacidade de concentração. Em seu conjunto, essas disposições serão o fundamento do sucesso escolar e depois profissional. Como essa transmissão é “invisível”, posto que “naturalizada” e realizada no interior dos lares, a classe média tende a se acreditar como a classe do “milagre do mérito individual”, conquistado pelo esforço, e não por privilégios de nascimento. A classe média é a classe da “meritocracia” por excelência, retirando dessa falácia sua “dignidade” específica. (Ibidem, 2016, p.189)

A forma como a mídia noticiou os protestos após o dia 19 de junho alterou, pois agora quem protestava era a classe média, com interesses que correspondem ao discurso da mídia como um todo.

A classe média que foi em massa às ruas a partir do dia 19 de junho e que foi a responsável pela mudança de pauta das demandas por melhor transporte, escolas e saúde, típicas das classes populares, em favor das suas demandas centralizadas nas denúncias de corrupção – sempre estatal e personalizada –, na verdade agiu tanto como “tropa de choque” dos interesses dos endinheirados quanto em interesses próprios. O tema da corrupção, lá longe em Brasília, ajuda a reproduzir também seus próprios privilégios de classe.

Para uma classe social, como a classe média brasileira, que explora os excluídos sociais em serviços domésticos que lhe permitem poupar tempo livre para incorporar ainda mais conhecimento e capital cultural para a reprodução indefinida de seus privilégios – enquanto condena os excluídos à reprodução de sua própria miséria –, e que pode “posar” de humana, corajosa e virtuosa, ao sair às ruas para condenar sempre um “outro” que não nós mesmos.

O privilégio, afinal, precisa ser justificado ou tornado invisível para se reproduzir. Toda distorção da realidade bem-sucedida precisa criar um vínculo “afetivo” no seu público, o qual é muito mais importante que seu poder de esclarecimento. A classe média “deseja” acreditar nesse “conto de fadas” porque ele transforma milagrosamente sua extraordinária “irresponsabilidade social” – uma classe dominante que nem sequer percebe as necessidades de 70% de seus compatriotas condenados a uma subvida – em “heroísmo”.

Este heroísmo é prontamente glorificado por uma grande imprensa que “posa” de neutra, como se fosse uma sociedade de fins públicos e não tivesse proprietários privados “endinheirados” e interessados em continuar a curtir as benesses da riqueza socialmente produzida concentrada em suas mãos. Mas a classe média é também vítima da “violência simbólica” que a infantiliza. Ela é heterogênea e também tem parcelas expressivas que desejariam se engajar para melhorar a sociedade brasileira e só tem – no contexto da pobreza de nosso debate público – o mesmo “conto de fadas” repetido a exaustão e em mil variações.

A abissal desigualdade brasileira não humilha e desumaniza apenas os excluídos sociais que perfazem ainda 30% da população. Não existe problema real no Brasil que não advenha de sua monumental desigualdade: (in)segurança pública, gargalo da mão de obra qualificada, escola e saúde pública de má qualidade. (de Souza.b, 2016, p. 190)

Para Jessé de Souza, não é a corrupção do Estado que distancia a sociedade brasileira das outras, mas que “exploramos, aceitamos e tornamos fato natural e cotidiano conviver com gente sem

qualquer chance real de vida digna sem ter nenhuma culpa nisso” (idem). Após a ‘primavera brasileira, a ressaca foi vista nas eleições presidenciais de 2014 em que Dilma Rousseff venceu por pouco mais que 51% dos votos. Diante da derrota, a classe média da “Primavera Árabe” brasileira se empenhou no discurso do *petrolão*, o qual ele caracteriza como um “economicismo superficial e culturalismo conservador”. Este será disseminado como discurso dominante pela mídia televisiva, escrita e radiofônica, envolvendo sempre um “escândalo”, “que a exime de discutir e debater como em uma esfera pública minimamente plural, e apenas manipular a opinião pública” (idem).

O drama se repete tendo as figuras dos mocinhos e dos vilões nos jornais. É assim que acontece na mídia Brasileira, segundo Jessé de Souza, há no mínimo 80 anos, desde Getúlio Vargas. E entre as classes baixas no Brasil, que De Souza cita como *ralé*, muitas vezes não chega esse tipo de aprendizado. Partindo do por quê de ir à escola – estimulam os filhos “da boca pra fora”, pois as experiências pessoais com escola não trouxeram êxitos. Na sua linha de pensamento, Jessé também fala sobre a naturalização do estupro em muitas dessas famílias, em que mulheres são estimuladas a um início prematuro da sua vida sexual, e então são usadas sexualmente por membros da família. A consequência, então:

É a presença desses dois elementos conjugados, que faltam à “*ralé*”, que permite às crianças de classe média o acesso às características emocionais e cognitivas que irão, mais tarde, separar aqueles que terão sucesso escolar e, conseqüentemente, sucesso no mercado de trabalho. A “renda” econômica que advém desse sucesso é, portanto, “efeito”, e não “causa” das diferenças entre as classes. A confusão entre efeito e causa, aliás, é o que faz as classes sociais, na sua determinação mais importante, que é não econômica, tornarem-se invisíveis aos olhos do senso comum. E apenas porque as classes se tornam invisíveis é que o senso comum e, como veremos mais tarde, as “ciências” que se constroem a partir delas podem ver o indivíduo e o “mérito” individual como justificativa de todo tipo de privilégio. As classes sociais se reproduzem, portanto, de maneira duplamente invisível: primeiramente porque a construção das distintas capacidades de classe é realizada no refúgio dos lares e longe dos olhos do público; depois, invisível ao senso comum, que só atenta para o resultado, apresentado como “milagres do mérito individual”, deixando as precondições sociais e familiares desse “milagre” cuidadosamente fora do debate público. No caso brasileiro, a justificação da desigualdade pelo “esquecimento” do pertencimento de classe e, portanto, da gênese social das diferenças individuais que aparecem como atributo (miraculoso) do mérito individual é mil vezes potencializada por uma aliança invisível com o mito da brasilidade. (...) Talvez tenha sido o filósofo alemão Hegel⁷ quem melhor demonstrou a função central do conflito e da contradição para qualquer processo de aprendizado individual ou coletivo. É o conflito, a luta entre necessidades, interesses ou ideias contraditórias que faz com que o indivíduo possa adquirir e formar uma personalidade própria e singular. É o conflito também que faz com que toda uma sociedade possa perceber e criticar os consensos perversos e desumanos que a perpassam e influenciam a sua história. Sem explicitar conflitos, tanto um indivíduo quanto uma sociedade estão condenados a repetir cegamente convenções e ideologias. (De Souza.a, 2016, p. 46-47)

A mídia contém conflito? Os manuais de jornalismo pregam os conflitos entre fontes opostas. Nas reportagens, normalmente, essas fontes são apresentadas, porém de forma superficial, de forma que o conflito não é explorado, apenas apresentado. Isso é feito de propósito pelos jornalistas? Para

ele, não é que a elite se reúna para planejar seu golpe, mas ela tende a reproduzir seus interesses em suas ações. Esses interesses permitem que privilegiados acessem a bens escassos sempre que não ocorram processos de aprendizado e tomada de consciência que possam limitar que prejudiquem sujeitos ou coletividades inteiras. E quando esses malefícios são coletivos, eles podem ser através de mudanças políticas, pois as coletividades se tratam da vida política.

Para De Souza, o pensamento de DaMatta na publicação de *Carnavais, malandros e heróis*, influenciou a criação de *indivíduos* pela mídia na era da modernização, com uma tradição que tem fundo, segundo ele, extremamente superficial e conservador.

DaMatta logra operar uma “modernização” importante no paradigma do personalismo, ao associar a noção de “pessoa” (basicamente o mesmo “homem cordial” de Buarque), definida como o agente com acesso a um certo “capital social de relações pessoais”, à noção de “indivíduo”, definido como o agente sem acesso ao referido capital social de relações pessoais, adaptando a interpretação do personalismo a uma sociedade que vivia inegável processo de modernização. (...) DaMatta “faz a cabeça” do Brasil moderno, sendo as suas ideias repetidas por epígonos, pela mídia e pelo senso comum. (De Souza.a, 2106, p. 83)

Com essa lógica, de que a sociedade precisa ter indivíduos que não tem acesso ao capital social, Da Matta se tornou um influente pensador contemporâneo e influenciou a mídia. Outra questão que constitui a mitologia nacional é acreditar que o brasileiro seja mais acolhedor, afetuoso e sensual. Essas são virtudes, quando erotizadas, são decorrentes da colonização portuguesa, e elas têm efeito sobre a desigualdade e pobreza no Brasil:

Essa “vantagem congênita” na afetuosidade e no erotismo é uma qualidade humana que faria da desigualdade e da pobreza no Brasil questões secundárias para a “boa vida”.

Imerso numa cultura que se acredita fundada em laços particularistas de afeto, o brasileiro pobre, mesmo quando privado de trabalho, de futuro e de reconhecimento no “espaço público”, é visto como alguém inabalável em sua capacidade de amar e ser amado, enfim, de ser feliz e realizado no “espaço privado” das intimidades amorosas.

Essa é a visão que nosso mito nacional reflete no modo como as pessoas, inclusive os miseráveis, veem a si mesmos no seu dia a dia, constituindo tanto o “senso comum” de cada classe como aquele compartilhado por elas. E é essa visão que se encontra reforçada em grande parte das explicações científicas sobre a sociedade brasileira, como a conhecida oposição entre “casa” e “rua”. Nesse tipo de oposição, a ideia de que as derrotas e aflições do “mundo da rua”, sobretudo no trabalho, não interferem nas chances de realização do “mundo da casa”, sobretudo no amor sexual, acha na ciência uma poderosa instância de legitimação. (De Souza, 2016, p. 226)

As narrativas sobre populações que vivem nas periferias são frequentemente sobre o lado negativo, e exaltam o “o que não ser”. Isso faz parte de uma moralidade cristã que, para Jessé de Souza, é muito marcante dentro das famílias e também no discurso hegemônico da mídia.

Assim, a narrativa do que “não ser”, ao invés do que simplesmente “ser”, aparece como o traço mais marcante do legado familiar transmitido de pai para filho pelas classes carentes de recursos econômicos e culturais. Para ficar mais claro, devemos lembrar que todas as sociedades possuem metas sociais para seus indivíduos, que estes aprendem desde criança a julgar como boas, justas e corretas. Por isso somos o tempo todo avaliados pelas outras pessoas de acordo com nossa capacidade de alcançar essas metas. Assim, não é difícil entender por que famílias derrotadas nessa busca sentem que a única “opção” é tentar se afastar dos últimos lugares da “fila moral” de vencedores e derrotados. Em poucas palavras, tais metas sociais resumem-se ao sucesso pessoal no mundo do trabalho (De Souza, 2016, p. 392)

Por fim, De Souza se embasa em Foucault para contextualizar como se formam os consensos sociais inarticulados, que passam de forma invisibilizada graças a uma noção de senso comum bastante visível acerca da representação política típica de sociedades tradicionais.

Como podemos perceber o mundo social e político para além da ilusão dos sujeitos transparentes e livres? Talvez tenha sido o filósofo francês Michel Foucault quem mais tenha contribuído para uma percepção da política moderna como um jogo de “práticas sociais e institucionais”, legitimadas por “consensos sociais inarticulados”, que jamais são percebidas como tais. Foi também ele que percebeu que a “invisibilidade” dessas práticas que movem o mundo só é possível pela “visibilidade” de uma noção de senso comum da “representação política” típica das sociedades tradicionais. (De Souza.a, 2016, p.393)

É por isso que alguns senadores e deputados com pouco poder efetivo disputam espaço em CPIs para ter muita visibilidade e sejam protagonistas. Assim também acontece com o papel de Presidente, visto como alguém que poderia orientar a vida política sem limites, como o personagem principal de uma novela que o público acompanha diariamente nos jornais, tendo alguns como ‘mocinhos’ e outros como ‘vilões’.

Apenas como “novela” e seus clichês, como a divisão do mundo entre bandidos e virtuosos, pode a política ser consumida cotidianamente por um público acostumado e ávido por escândalos e intrigas. Como todo o processo é percebido como produto de intenções individuais, se não fosse assim não poderia ser vendido e comercializado como “teatro” de fácil consumo por todas as classes, todos os interesses que se manifestam em consensos sociais inarticulados e nunca explicitados jamais são tematizados e refletidos.

Mas são precisamente esses “consensos sociais inarticulados” que, não obstante, estabelecem limites e possibilidades de qualquer ação política. São também esses “consensos inarticulados” que permitem compreender por que algumas sociedades são mais “justas”, mais “humanas” e com menos gente condenada a uma vida de sofrimento mudo e humilhação cotidianos. (De Souza.a, 2016, p. 687)

Esse consenso desarticulado, para De Souza, faz com que a sociedade brasileira ache natural

e normal ser dividida entre gente e subgente, e isso reproduz a desigualdade social. É um consenso não admitido pelos brasileiros de classe média, “ e é isso que permite sua eficácia como consenso real, que produz cotidianamente a vida social e política brasileira como ela é, sem que ninguém se sinta ‘responsabilizado’ por isso.” (De Souza.a. 2016 p. 687). A culpa, por outro lado, acaba sendo aplicada a uma elite abstrata, a um “Estado patrimonial”, ou seja, a ninguém exatamente. De tal forma, sem dizer os culpados, ninguém será incomodado. “Esses consensos jamais são discutidos na imprensa ou na mídia cujo lucro vem da venda do “espetáculo” do “teatro” de acontecimentos e eventos soltos sem relação entre si e que jamais são compreendidos em seu contexto” (ibidem).

Mas onde estão esses “consensos inarticulados” que não são percebidos mas que mandam na nossa vida? Aliás, se ninguém os vê, como podemos saber da sua existência? Essa é efetivamente uma ótima questão que Michel Foucault pode nos ajudar a responder. Foucault, em seu livro Vigiar e punir, nos permite perceber como a sociedade moderna é perpassada por “interpretações de fachada”, visíveis e perceptíveis por todos, que ele chama de conteúdos “manifestos”, que existem precisamente para esconder as “interpretações escondidas”, que são invisíveis e opacas para todos, que ele chama de conteúdo “latente”. A partir dessa distinção entre conteúdo “manifesto” e “latente” do processo de legitimação da dominação social, podemos compreender perfeitamente como “consensos inarticulados” podem existir legitimando privilégios de classe apesar de se “venderem”, e de serem “comprados” pela grande maioria, como representando o “interesse geral”. (...). Mas esses “consensos inarticulados” só são visíveis quando se fazem as questões que ninguém (a imprensa, o debate político e a grande maioria de cientistas conservadores) faz. (De Souza.a., 2016, p. 689)

Jessé De Souza classifica a perspectiva de Foucault como fundamental para o estudo da sociedade brasileira, que seria tão deficiente em suas autocríticas. O trabalho de questionar os conteúdos latentes e manifestos e desmistificar os consensos inarticulados é um importante passo dado pela mídia radical e pela educomunicação, como será visto a seguir.

2.7 Representação Social e Impactos das hegemonias de mídia no Brasil

Existe uma razão de mundo por detrás dos conteúdos que os meios de comunicação e das maneiras em que são expressados. Durkheim foi um importante estudioso das representações que fenômenos têm sobre a sociedade, tendo analisado na perspectiva epistemológica e sociológica questões relativas à religião, mitos, ciência, e ao tempo e espaço. Seus estudos foram categorizados como teoria da Representação Coletiva, e para ele, partia do princípio de que era preciso conhecer as especificidades do individual e do coletivo. Enquanto o substrato da representação individual era a consciência da pessoa, e essa poderia ser perigosa à ordem social ao ser subjetiva, o substrato da representação coletiva era a sociedade como um todo, era impessoal e permanente. Nos anos 1970 e 1980, Moscovici resgata o conceito de representações sociais, mas agora dentro da área da psicologia

social alerta para a importância de entender a heterogeneidade nas representações coletivas. Para o psicólogo, era preciso entender além do conteúdo, a sua dinâmica, para assim saber como acontece a representação. “Moscovici analisou os processos através dos quais os indivíduos elaboraram explicações sobre questões sociais e como isso de alguma forma relaciona-se com a difusão das mensagens pelos veículos de comunicação, dos comportamentos e organização social.” (Gama, 2010, p.3). Em 1978, Moscovici afirma que a Psicologia Social deve ter como objeto central o estudo da ideologia e da comunicação do ponto de vista da sua estrutura e função.

Os estudos de Representação Social, que no presente trabalho são apenas introduzidos, são um importante parâmetro para o entendimento de como os meios de comunicação de massa se relacionam com seu público heterogêneo a fim de desempenhar funções. Como mostrou Wright (1973), essas funções são informar, entreter, persuadir e ensinar. Estes estudos permitem analisar as relações de poder da mídia e como a ideologia se constitui enquanto instrumento do poder político, e como a sociedade possui uma possibilidade de escolha e de compreensão, mas é seduzida e persuadida de forma implícita a algumas representações sociais. (Guareschi, 1998)

A teoria de representação Social argumenta que por detrás dessas ações, e fundamentando as razões por que as pessoas fazem o que fazem, está uma representação de mundo, que não é apenas algo racional, cognitivo, mas que é muito mais que isso: é um conjunto amplo de significados criados e compartilhados socialmente. É todo um sistema de crenças e valores que todos os indivíduos possuem e que não é apenas individual, mas que é também social. (Guareschi 2003, p. 70)

Tendo conhecido os fatores principais para a criação dos jornalismo corporativos, que acompanharam o desenvolvimento capitalista, percebe-se que a mídia de massa sempre correspondeu a ideais de suas respectivas empresas. Nas televisões, notícias são construídas com o fim de atrair audiência para que o horário seja valioso para anúncios publicitários. Os conteúdos são publicados de acordo com as necessidades das empresas. Para atrair público, os jornais usam de um importante discurso: o da imparcialidade. É comum que as mensagens de propagandas dos jornais digam que “não estamos do lado de ninguém, mas da notícia e da verdade”.

O discurso da imparcialidade foi usado, por exemplo, pela revista americana *Newsweek*, quando seu slogan foi transformado em “aquela que não persuade”. A campanha dava a entender que, por não persuadir, a revista seria mais confiável, marcada pela honestidade e correção. Seria a persuasão uma característica negativa para o jornalismo? No livro “Linguagem e Persuasão”, Citelli (1988) mostra que o texto é por si só persuasivo assim como é natural do corpo humano ter pele. Acontece que a persuasão depende das técnicas retóricas utilizadas na linguagem, e com base em

Aristóteles, Citelli afirma que a retórica não é persuasão, mas pode revelar como se faz persuasão. A persuasão pode trazer no corpo do texto uma verdade ou não, mas de acordo com a retórica utilizada, possíveis mentiras serão mais facilmente ou não detectadas pelo público. Levando em conta as aproximações que Mikhail Bakhtin faz entre signo e ideologia em *marxismo e filosofia da linguagem*, Citelli mostra que “o modo de dispor o signo, a escolha de um ou outro recurso linguístico, revelaria múltiplos comprometimentos de cunho ideológico” (Citelli, 1988, p.22).

O tema da utilização da linguagem deve ser, portanto, discutido entre quem se propõe a criar mídias radicais e entre todos, para que estejam aptos a compreender não só os conteúdos explícitos no texto, mas também os contextos implícitos. Para continuar a análise, é importante mostrar quanto o povo brasileiro conhece do funcionamento do sistema de rádio e televisão no país, levando em conta as exigências legais e os acordos que estão por detrás do que as mídias noticiam.

Sete em cada dez brasileiros/as não sabem que as emissoras de TV aberta são concessões públicas¹⁷. Quando informados de que a maior parte dos meios de comunicação no Brasil pertence ou é controlada “por cerca de dez famílias”, 40% dos entrevistados avalia que isso é ruim para o país, 30% se mostram indiferente e 23% julgam ser bom para o país (Fundação Perseu Abramo, 2013).

O Relatório “Mídia e Política Públicas de Comunicação” produzido pela Agência de Notícias dos Direitos da Infância revelou como a própria imprensa realiza a cobertura sobre as políticas de comunicação do Brasil. Dado que os meios são “engrenagens centrais no ordenamento do debate político acerca das mais distintas questões” (ANDI, 2007), no documento são reunidas informações sobre a constituição da mídia como quarto poder no Brasil e quais os impactos dos papéis que a mídia desenvolve na sociedade:

A atuação da imprensa – e dos meios de comunicação de maneira geral – sempre esteve fortemente conectada, ao longo dos últimos séculos, aos processos de consolidação das sociedades democráticas. Exatamente por isso, a existência de meios livres de informação e expressão passou a ser, historicamente, um dos principais fundamentos na quase totalidade das definições de democracia

(...) Cabe ressaltar que tal dimensão atribuída à mídia tem relação direta com a potencial função social que ela passou a desempenhar nas sociedades contemporâneas. Dentre os diversos e possíveis papéis exercidos pelos meios de comunicação, poderíamos destacar o seu dever de levar informações contextualizadas para a população, a capacidade de influenciar a definição dos temas centrais da agenda pública e a atuação no monitoramento e no controle social dos atores políticos.

Dessa forma, ao constituírem-se nos principais mediadores do debate público, influenciando diretamente a construção do imaginário social sobre as diferentes questões em discussão, os meios de comunicação de massa não podem prescindir de cumprir com responsabilidades que perpassam outras instituições da vida democrática, como atuarem com transparência e serem responsivos perante a sociedade. (ANDI, 2007, p. 5)

¹⁷ Ver nos apêndices: Figura 7 Grupos privados de comunicação, Fundação Perseu Abramo, 2014

Segundo revelado no Relatório acima citado, a mídia brasileira tem o costume de falar sobre as Políticas de Comunicação de maneira seletiva, sem falar de alguns temas de central relevância para o desenvolvimento de democracias contemporâneas. Uma vez que os meios de comunicação foram constituídos no modelo democrático como centralizadores na construção de informações públicas, “os regimes democráticos acabaram por moldar um grande desafio: como estimular a reflexão sobre esse importante ator social, se é ele mesmo o responsável por mediar a troca de significados no âmbito da esfera pública?”. (Fonte: Núcleo de Pesquisas de Opinião Pública da Fundação Perseu Abramo)

Um dos mecanismos que a sociedade civil pode ativar quando não se sente representado é pedir o Direito de Resposta com base no artigo 221 da Constituição Federal. Em 2005, um grupo de organizações não governamentais entrou com uma ação civil junto ao Ministério Público Federal contra o programa Tarde Quente, veiculado na Rede TV. O programa de entretenimento ia ao ar todas as tardes da semana, às 16h, e sua programação continha todo o tipo de discriminações em formas de ‘pegadinhas’. “como tantos outros que ainda persistem na televisão brasileira em busca do lucro fácil, o programa tinha como marca a exploração da miséria humana e o desrespeito a minorias” (Barbosa; Modé, 2007, p. 9). No caso, no dia 4 de novembro de 2005, a juíza federal Rosana Ferro Vidor concedeu liminar para suspender por 60 dias a veiculação do programa Tarde Quente. Este poderia ser eximido apenas a partir das 23h30 após o dia 5 de janeiro. Durante os 60 dias, a emissora teria que reservar um horário na sua programação para a exibição de programas de contrapropaganda produzidos pela sociedade civil. A emissora Rede TV não deixou de exibir o programa até que foi solicitada uma petição para tirar a emissora do ar. Isso aconteceu pela primeira vez com uma antena corporativa, a Anatel cortou o sinal da antena por 24h no dia 14 de novembro. No próximo dia, foi feito um acordo entre Rede TV e Ministério Público e as seis entidades signatárias da Ação Civil Pública, e então dos dias 5 de dezembro a 13 de janeiro, a TV Ômega transmitiu uma série de programas sobre direitos humanos produzidos pelas seis entidades. A Rede TV também pagou 200 mil reais para financiar a produção e 400 mil reais para o Fundo de Defesa de Direitos Difusos. A experiência teve muitos resultados positivos, como a chegada de mensagens do público, dizendo que se sentiram representados pela programação. O programa alcançou 2 pontos de audiência, metade dos pontos que o Tarde Quente costumava alcançar (nos picos, era assistido por até 20 milhões de pessoas).

Em pesquisa realizada pelo IBOPE e encomendada pelo Observatório da Educação – Ação Educativa, em 2003, 56% dos entrevistados responderam que não gostariam de participar de práticas capazes de influenciar as políticas públicas. A maioria, 30%, porque dizem não ter nenhuma informação a respeito dessas práticas, 22% disseram não ter tempo suficiente, 18% afirmaram não

gostar dessas práticas/são chatas, 9% disseram que sua participação não iria fazer diferença e 7% não acham importante ou não sabem.

2.8 Qual o papel do público e da Sociedade Civil?

O público não é passivo à informação que chega, como bem mostrou Muniz Sodré. As principais reações críticas às notícias acontecem quando se tem proximidade com o conteúdo apresentado. Mas até a época retratada por Sodré, as críticas por parte do público vinham por comentários entre quem assistia ao conteúdo, possíveis ligações telefônicas ou cartas escritas pedindo retratação, mas nada disso costumava ter um impacto real nas empresas de comunicação. Com a internet, as possibilidades de interatividade e pedidos por resposta mudaram. É possível produzir um vídeo com um compilado de notícias que retrataram de forma inadequada um tema e ‘viralizá-lo’ na internet até que os meios de comunicação tenham que responder. Mas há também outras ferramentas legais como o pedido de direito à resposta. É importante, acima de tudo, saber que seja qual for a crítica ao discurso do jornalismo corporativo, ela só virá se o público tiver sido em algum momento da vida despertado para uma crítica de mídia. É nesse ponto que se encaixa a **educomunicação** e o seu papel de construção de uma sociedade que entende quem está falando com ela pelos jornais, que critica, cobra retratações, e inclusive cria alternativas e faz jornalismo radical.

Frente ao jornalismo não representativo e oligárquico, uma das ações da sociedade civil foi a criação do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação – FNDC. O grupo luta pela instituição do Projeto de Lei de Iniciativa Popular da Mídia Democrática e pela segurança do Estado de que esta lei será exercida como no papel. “O direito à comunicação mostra, assim, uma face dialética: a que reivindica do Estado a sua garantia e, na medida em que é efetivado, transforma esse mesmo Estado na direção de sua democratização.” (Marinoni, 2015, p. 21)

O problema da concentração em seu aspecto político-ideológico ficaria mais evidente se pudéssemos dar conta ainda do “discurso único” da mídia, um sistema de reprodução de informações e pontos de vista que compartilha as mesmas fontes, agenda os mesmos temas e legitima os mesmos pontos de vista, no geral, com informações e declarações hegemônicas pelas classes dominantes. Os programas jornalísticos se alimentam de informações das agências de notícias que oligopolizam o mercado mundial e nacional, das grandes empresas de assessoria de imprensa e das assessorias do Estado. Boa parte dos programas e gêneros de TV é de formatos importados. A diversidade regional, apesar de ser um princípio constitucional, não possui mecanismos que a garantam. Além disso, a manutenção da propriedade nas mãos de uma mesma fração de classe social restringe, em última instância, a livre expressão aos interesses diretos e indiretos dessa mesma classe. (Marinoni, 2015, p.17)

Sempre existiram mídias que estiveram na contramão dos grandes oligopólios, construindo jornais independentes. Os espaços ocupados variam, entre rádios comunitárias, mídias impressas, e as mais recentes mídias pelo youtube. Todos são jornais que nascem da necessidade social e, mesmo não contendo os incentivos que a mídia corporativa tem por não serem interessantes ao sistema capitalista, eles resistem. Pretende-se no próximo capítulo estudar jornais que vão contra a corrente e como eles trabalham pautados na representatividade.

Depois disso, partindo do poder de realizar trocas que a comunicação tem, chega-se à análise da prática da educomunicação.

3. As vozes das ruas ecoam em seus próprios jornais

A mídia radical alternativa constitui a forma mais atuante da audiência ativa e expressa as tendências de oposição, abertas e veladas, nas culturas populares. (Downing, 2002, p.33)

Tão diversos quanto os caminhos que levam as pessoas a criticarem o discurso hegemônico da mídia corporativa são as maneiras de se contrapor a ele. Cada manifestação tem seu impacto sobre um diferente público-alvo. No século XXI, é mais fácil fazer-se notícia dadas as possibilidades de exposição que a internet tem, porém o grande fluxo de conteúdos torna cada pequena notícia apenas um grão de areia em uma praia, enquanto a todo momento passam tratores informativos levando o discurso hegemônico adiante. Se basta uma ventania para que um grão de disperse, também é com o vento que ele pode chegar a outros espaços e disseminar sua informação. Nesse capítulo, serão apresentados exemplos de projetos de mídia radical, que atual em contra-corrente ao discurso da mídia corporativa e têm impactos sobre populações que não se sentem representadas pelo “padrão globo de qualidade”.

3.1 O Setor de Comunicação do MST

O Jornal Sem Terra completará 36 anos em 2017. O veículo foi criado em 1983, quando o acampamento do MST foi tornado área de segurança nacional pelo regime militar e cercado pelo Exército, conforme informações disponíveis no Site do Movimento¹⁸. O Boletim Sem Terra foi criado com a intenção de informar a sociedade sobre a realidade das famílias acampadas, conquistar solidariedade à luta pela Reforma Agrária e romper o cerco físico e político imposto pela Ditadura, e em 1984 já era distribuído nacionalmente.

Contrapor a imagem negativa que os meios de comunicação corporativos fazem das ocupações sem-terra na luta pela Reforma Agrária. Enquanto os canais de comunicação auxiliavam o governo FHC a criminalizar as ocupações, os integrantes desenvolveram canais próprios de divulgação de informação que ia além do trabalho interno de educação e comunicação que sempre existiu nas escolas dos acampamentos. Os agricultores, que sempre comunicaram seus conhecimentos em causos, repentes, trovas, cordéis e músicas, passaram a ter um veículo midiático para se informarem e levar sua voz adiante.

No capítulo “Indústria Cultural e Educação” do Dicionário de Educação do Campo, é

¹⁸ Site produzido pelo Setor de Comunicação do MST disponível em: <http://www.mst.org.br/educacao-cultura-e-comunicacao/>. Visualizado em 13.02.2017

mostrado, com base nos pensamentos de Adorno e Horkheimer, de que maneira a Indústria Cultural (I.C.) se faz um aparelho ideológico que naturaliza a pedagogia do consumo. Ela, que começou no período caracterizado por marxistas como “capitalismo monopolista”, se consolidou entre o final do século XIX e o início do século XX, junto ao modelo fordista de produção, em que a mais-valia entrava com novos moldes na dinâmica social favorecendo a acumulação do capital. “O principal aspecto da IC está na articulação mercadológica entre cultura, arte e divertimento tendo em vista a perpetuação da dominação do sistema produtivo sobre o trabalhador também em seu tempo livre” (Bastos, 2012, p. 413).

Tendo em vista o cenário atual do MST, o texto expõe a necessidade de junto ao conceito de I.C, conectar a ideia de hegemonia, conceituada por Antonio Gramsci e já trabalhada no primeiro capítulo. Como explicam no documento do MST, Hegemonia é a capacidade de direção de uma classe sobre as demais, por meio da coerção (força) e do consentimento (ideias). Os dois conceitos foram criados tentando explicar o fracasso das revoluções na Alemanha e na Itália e o que motivou a adesão das massas operárias e camponesas ao nazifascismo. No contexto atual, ambos também explicam porque a imagem que o brasileiro tem do MST e de outros movimentos sociais é tão negativa. Os aparelhos de hegemonia estão na esfera da sociedade civil, na indústria cultural e na educação.

A construção desta “realidade absoluta” ocorre por meio da ação de aparelhos de hegemonia, como os meios de comunicação e as escolas, que padronizam o sentido e o papel de sujeitos e grupos sociais na vida e na história. Esses aparelhos conferem coerência ao pensamento e aos valores da classe dominante, pautados nos interesses dela e no estímulo ao consumo e ao mercado capitalista, com o objetivo de torná-los os pensamentos e valores (a cultura) de toda a sociedade. A concentração dos meios de comunicação de massa, que permite a construção do caráter alienador e opressivo da indústria cultural, criou um processo popular pelo seu alcance e um processo antipopular pelos interesses a que presta conta. (Dicionário de Educação do Campo, 2012, p. 414)

Os autores mostram na publicação do MST que as mensagens dos produtos da Indústria Cultural carregam valores que sempre reafirmam a necessidade e o funcionamento do sistema capitalista. O indivíduo, no fim, se reconhece naquilo limita sua própria autonomia.

Em que pese à clareza da Constituição Federal e da Lei de Reforma Agrária, o discurso jurídico e político disseminado pelos meios de comunicação de massa, incorporado por grande parte dos funcionários públicos, sejam membros do Poder Judiciário ou do Executivo, é marcado pela ideologia da interpretação individualista da lei, na qual uma vírgula, um advérbio, ou mesmo uma linha destoante entre um parágrafo e um inciso permite ao intérprete manter o flagelo e a miserabilidade de grande parte da população em benefício de meia dúzia de proprietários que utilizam as terras apenas para a produção de grãos, açúcar e álcool para a exportação. (Dicionário de Educação do Campo. 2012, p.372)

Sobre o discurso criminalizador que os meios de comunicação corporativos disseminam, além de tentar destruir a moral dos coletivos, tem como ideal manter o Movimento dentro dos limites permitidos pela ordem capitalista. Para combater essa forma de repressão, o MST encontrou como alternativa a construção de uma ampla rede de comunicação popular alternativa, utilizando tecnologias não só tradicionais, mas também mais atuais, como observa Maurício Campos dos Santos no Dicionário de Educação do Campo do MST. No texto de apresentação da área de comunicação do MST, fica declarado que “a comunicação tem um papel central na sociedade na disputa entre hegemonia e contra-hegemonia, nesse sentido, é essencial que o povo organize seus próprios meios de comunicação para que seja feita a disputa contra-hegemônica”.

No site, também pode ser encontrado o posicionamento do MST em relação à luta pela democratização da comunicação:

O povo tem o direito de organizar seus próprios meios de comunicação social, de forma associativa. E o Estado deve garantir os recursos para que exerça esse direito. É preciso democratizar os meios de comunicação, começando por acabar com o monopólio privado dos meios. Atualmente no Brasil menos de dez grupos – constituídos por famílias ou agremiações religiosas – controlam as maiores redes de comunicação, incluindo televisão, rádio, jornais, revistas e portais na internet.

O Estado deve estimular, com políticas e recursos para que se amplie o maior número possível de meios de comunicação, sob controle social, nas mais diferentes formas de organização popular. Devemos lutar pela garantia de funcionamento de milhares de rádios comunitárias existentes no país e não compactuar com a burocracia criada pelo próprio Estado para a manutenção do poder da comunicação nas mãos de poucos.

Acreditamos que as concessões de radiodifusão (radio e TV) que têm caráter público devam ser discutidas no âmbito da sociedade, para que essa possa debater sobre outorgas e renovações. Deve ser proibido o uso de concessões públicas de meios de comunicação como forma de obtenção do lucro. A comunicação não é mercadoria. Ela é um serviço público em benefício do povo, como determina a Constituição brasileira e não pode estar subordinada à lógica financeira. Deve ser proibido qualquer investimento ou ingerência estrangeira em qualquer meio de comunicação social.

(Retirado do Site do MST - www.mst.org.br/quem-somos/ - abas Bandeiras e comunicação. Visualizado em 29/12/2016)

Tal posicionamento mostra que, além de produzir os próprios conteúdos contra-hegemônicos, os meios de comunicação alternativos tornam-se mais fortes quando cobram por questões estruturais na comunicação do país. Não é à toa, afinal, que o Boletim do MST completa 36 anos em 2017 e é referência em mídia contra-hegemônica no país.

3.2. Mídia sobre os Direitos das Mulheres.

Entre os meses de agosto de 2015 e julho de 2016, foi desenvolvido o trabalho de pesquisa “O papel da Mídia Jornalística no Direito da Mulher à Cidade”, com apoio do CNPq, pela mesma

autora do presente estudo. No trabalho em questão, analisou-se durante quatro semanas de quatro diferentes meses todas as publicações de dois jornais (Jornal de Cidade, impresso, e Tem Notícias, televisicionado) da mídia corporativa da cidade de Bauru, cidade localizada no centro-oeste Paulista. A pesquisa tinha como hipótese que os jornais estão em contramão ao empoderamento das mulheres em seu direito à cidade, e após a análise de conteúdo nos moldes de Bardin (2009), concluiu-se que no caso bauruense, a hipótese se confirmava. Dentro dos temas “saúde e beleza”, “violência”, “violência de gênero” e “trabalho e renda”, o conteúdo era meramente informativo e rasamente abordado, compactuava com o imaginário machista, misógino e estereotipado da sociedade capitalista. Confirmava padrões de beleza e culpabilizava as mulheres pelas violências sofridas. Este último padrão ficou bastante evidente no Artigo publicado na Revista Anagrama (Edição de Janeiro a Julho de 2016) chamado “*A Mídia do Estupro*, uma análise do conteúdo pontual sobre notícias abordando violências contra as mulheres no jornal da Cidade de Bauru”.¹⁹

É papel da mídia corporativa empoderar mulheres sobre os direitos à cidade? As pesquisas concluem que mesmo que o veículo de mídia não tenha proposta editorial feminista, enquanto ele mantiver cunho machista em suas publicações, ele está fazendo um desserviço à sociedade e principalmente ao bem estar das mulheres na cidade. As alterações no discurso sugeridas por Caires (2016) foram todas baseadas em pesquisas que propõe mudanças nas atividades jornalísticas, como as sugestões da área “O que a imprensa pode fazer” do Dossiê Violência Contra as Mulheres²⁰, produzido pela Agência Patrícia Galvão:

- **informar sobre a real magnitude da violência de gênero**, tanto no Brasil como no mundo, divulgando números atualizados e obtidos de fontes confiáveis. É importante informar que a violência contra as mulheres, em especial a violência doméstica, não distingue raça, classe social ou nível cultural, atingindo – ainda que de forma diferenciada – mulheres de todos os tipos e idades e de todos os lugares;
- **divulgar e avaliar os serviços disponíveis**, mostrando o trabalho realizado e entrevistando profissionais que atuam em delegacias da mulher e em organizações não-governamentais que dão a primeira assistência às mulheres e meninas, os serviços de referência nos hospitais, que prestam atendimento multidisciplinar às vítimas de violência sexual, as casas-abrigo, que recebem as mulheres que não têm para onde fugir, e os serviços judiciais que visam proteger a mulher e responsabilizar o agressor;
- **buscar causas, fatores e soluções**, aprofundando a abordagem e contextualizando o problema;
- **acompanhar os debates sobre as propostas legislativas** que afetam os direitos das mulheres vítimas de violência (não apenas leis, mas também as políticas públicas e os serviços que devem concretizar esses direitos);
- **mostrar que o combate à violência contra as mulheres é um compromisso assumido pelo Estado brasileiro ao assinar tratados e convenções internacionais**, como a Convenção de Belém do Pará (Convenção Interamericana para Prevenir, Punir e Erradicar

¹⁹ Artigo disponível na Revista Anagrama: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/anagrama/issue/view/642>. Visualizado em 13.02.2017.

²⁰ Material disponível em: Disponível em <http://www.agenciapatriciagalvao.org.br/dossie/>. Visualizado em 13.02.2017.

a Violência Contra a Mulher), assinada pelo Brasil em 1994 e ratificada em 1995, e a Convenção sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação contra a Mulher (CEDAW, 1979), promulgada pelo Decreto nº 89.460, de 20/03/1984.

(Agência Patrícia Galvão, 2015, website, grifos do autor)

Enquanto a mídia corporativa segue com discurso misógino, o público segue fazendo suas críticas via redes sociais e nas ruas. Mesmo que na maioria das vezes elas não sejam capazes de gerar uma retificação do canal jornalístico, servem para que outros usuários da rede conheçam essa outra visão acerca das notícias e passe a criticar as próximas notícias a que tiver contato. No primeiro dia de 2017, todos os principais jornais do Brasil noticiaram um crime que chocou a população: Em Campinas, um homem invadiu a festa da virada de ano na casa de sua ex mulher portando uma arma, e matou a ex mulher, seu filho e mais outros dez integrantes da família. No dia primeiro, já se tinha notícia de uma carta que o assassino deixou como explicação, e diversos jornais publicaram a carta na íntegra. A atitude foi contestada por feministas, caracterizada como um desserviço e sensacionalismo para obter cliques. A seguir, o texto publicado pela Jornalista Carol Patrocínio no facebook:

O ano começou com uma mulher, seu filho e seus familiares sendo mortos por um homem inconformado com o que ele chama de injustiça. A imprensa divulgou a carta que o assassino deixou. Simples assim: colocou a carta lá e pronto, nada além. Como alguém tem que ser responsável nessa coisa toda, peguei trecho por trecho da carta publicada e expliquei tudo que está nas entrelinhas.

O ponto mais importante é entender que o que um homem chama de injustiça nem sempre o é. Uma pesquisa do Instituto Avon mostrou que 56% dos homens admitiram já ter xingado a companheira, humilhá-la em público ou obrigá-la a ter relações sexuais sem vontade sem acreditar que isso pode ser considerado violência.

Enquanto a gente seguir apenas noticiando as coisas sem pensar na responsabilidade de explicar o que é dito ali a gente não vai sair do lugar.

Além disso, já passou da hora de entender que a divulgação de cartas assim dá fama póstuma a esses caras, os coloca em posição de mártir e incentiva outras pessoas a seguirem o exemplo.

(Patrocínio, 02/01/2017, via facebook)

O texto escrito por Patrocínio (2017) ²¹está disponibilizado na plataforma Medium. O Brasil ocupa o 5º lugar no ranking de feminicídio entre 84 países, de acordo com a ONU Mulheres, e a mídia é importante para mudar essa realidade. Como não deixaria de ser, muitas mulheres estão na linha de frente da Mídia Radical, e entre os diversos projetos que tratam de gênero, a presente pesquisa se aprofunda no *Coletivo Fala, Guerreira!*

²¹ Texto disponível em: <https://medium.com/polemiquinhas-com-a-carol-patrocinio/violencia-nunca-e-sobre-amor-dissecando-carta-assassino-campinas-a2daf10adfee#.jn7nhqaeV>. Visualizado em: 13.02.2017.

3.2.1 Coletivo Fala, Guerreira!

“Um coletivo formado por mulheres residentes na periferia de SP, que busca dar voz e visibilidade as mulheres periféricas a partir das vivências e histórias que carregam. Entendemos que é no diálogo e na diversidade da trajetória de mulheres adolescentes, jovens, adultas e idosas (cisgêneros ou transgêneros) que construiremos uma representação real – não estereotipada – do que é ser mulher e estar no mundo a partir do lugar que ocupamos.

(Retirado do blog)

No Jd. Ibirapuera, Região do Campo Limpo, zona Sul de São Paulo, guerreiras se reúnem para comunicar e educar. Produzida pelo Coletivo Rosas, a Revista **Fala Guerreira!** (site – <http://blogfalaguerreira.blogspot.com.br/>, facebook <https://www.facebook.com/falaguerreira/>) teve início em 2015, já teve três edições publicadas e um Gibi #FalaGuerreirinha destinado a adolescentes. O projeto da revista foi contemplado pelo Edital VAI, da Secretaria de Cultura da Prefeitura de São Paulo. As revistas²² tiveram os seguintes temas: Fala Guerreira #1: Mulheres e mídia na quebrada; Fala Guerreira #2: Especial Mulheres Negras; Fala Guerreira #3: Especial Mães de Maio.

Em março de 2016, as mulheres do Fala guerreira organizaram junto a outros coletivos o Encontro Periferia Segue Sangrando. Na ocasião, uma das atividades foi o “Seminário Fala Guerreira: Mulheres do cotidiano - retratos do Jd. Ibirapuera”. Durante o Seminário, as expositoras falaram sobre a pesquisa de campo que o coletivo realizou para conhecer o seu público. A intenção era ir de casa em casa no Jd. Ibirapuera e conversar com moradoras e moradores a fim de saber as vivências daquelas famílias e quais suas opiniões sobre o feminismo, sobre gênero, trabalho e diversas outras questões. Utilizaram como base a Pesquisa “Mulheres no Espaço Público e Privado” da Fundação Perseu Abramo para realizar o questionário. Ao conhecer melhor o público, há maior possibilidade de adaptar o discurso a quem está falando.

É conhecendo bem o público que a mídia corporativa ganha audiência, e dessa forma, o coletivo também conseguiria a atenção das leitoras, com a intenção de causar naquele meio importantes mudanças sociais baseadas em igualdade e qualidade de vida. O trabalho teve o foco de abranger principalmente as mulheres da região, levando informação, entretenimento, arte e empoderamento a essas famílias, mais que tudo, como fica evidente nas revistas, a intenção era dar à mulher da periferia um acolhimento. É uma revista para ‘mulheres periféricas’, que fala do feminismo que essa porção

²² As revistas #Fala Guerreira foram impressas e distribuídas pela Região do Campo Limpo. O material completo está disponível também na internet em: <http://blogfalaguerreira.blogspot.com.br/p/revista-on-line.html> visualizado em 13.02.2017

da sociedade precisa, que se difere em diversos aspectos do feminismo branco.

A primeira edição da revista tratou sobre Mulheres e mídia na quebrada. “Nas próximas páginas, você vai descobrir que feminismo está presente em muitas coisas que você já faz, porque essa luta é contra uma inferioridade que nos persegue há tempos, e que não vamos aceitar” (Fala Guerreira, outubro de 2015, p. 4). Saúde, maternidade, orientação sexual, arte e violência foram os principais temas tratados.

Nas edições seguintes, Fala Guerreira #2: Especial Mulheres Negras e “Fala Guerreira #3: Especial Mães de Maio”, foram abordados outros temas, sempre dentro da realidade da mulher que vive na periferia. Todas elas contavam com 48 páginas, com um design e estilo próprio, toda produzida e diagramada por mulheres do grupo²³.

3.3 Periferia em Movimento

“Incomodados com a narrativa limitada, geralmente negativa e superficial, apresentada pela mídia convencional sobre nossa realidade, nos organizamos e amadurecemos enquanto coletivo para contar nossa própria história e lutar por uma mídia mais democrática e plural.

(...)

(somos um) veículo alternativo à mídia convencional, destinado a dar visibilidade às pautas de interesse dos moradores, fazedores de cultura e movimentos populares das quebradas paulistanas”

(disponível no Site www.periferiaemmovimento.com.br visualizado em 30/12/2016)

O blog *Periferia em Movimento* foi criado em 2009, a partir do projeto experimental de conclusão de curso de Thiago Borges, Aline Rodrigues e Sueli Carneiro, na Universidade Santo Amaro. Hoje, o Coletivo de Comunicação publica reportagens multimídia e agendas culturais em seu site (www.periferiaemmovimento.com.br) e também está no facebook. A rede social, o coletivo possui 17 mil curtidas, e este é o canal mais utilizado para disseminar o conteúdo online. Além da internet, o Periferia em Movimento tem forte atuação em redes de coletivos das periferias de São Paulo, principalmente no Grajaú, em relação à democratização da cultura e comunicação. Criado pela motivação de fazer um jornalismo representativo para pessoas das periferias, enfocou seu trabalho principalmente no território do Extremo Sul de São Paulo, onde vivem os jornalistas fundadores do projeto. São sete anos de atividade produzindo reportagens e notas que no site estão classificadas nas

²³ A diagramação particular da Revista Fala Guerreira pode ser observada nos apêndices, na Figura 8 - Revista Fala Guerreira, 2015.

temáticas de “contra o genocídio”, “cultura e identidade”, “democratização da mídia”, “educação”, “gênero e sexualidade”, “meio ambiente”, “mobilidade”, “moradia”, “resistência indígena”, “saúde”, “terceira idade” e “trabalho e renda”.

Em 2016, de acordo com o texto de retrospectiva ²⁴publicado pelo Coletivo, as mais de 60 produções de reportagens se mesclaram com participações em encontros de redes e fóruns de mídia das periferias, além de facilitações de cursos de formação em jornalismo,

No Periferia em Movimento, seguimos avançando com outros coletivos e mídias livres para combater o oligopólio dos meios de comunicações. Publicamos mais de 60 reportagens, 20 vídeos e 400 notas buscando maior visibilidade para quem está na luta pela garantia de direitos e fortalecer outras narrativas. Isso aumentou o nosso alcance de público em 200%, para 120 mil pessoas por mês em média.

Também realizamos mais de 350 horas de cursos, oficinas, palestras e vivência, com participação direta de mais de 700 pessoas, além de nos articularmos em redes e fóruns – do Extremo Sul a outras quebradas de São Paulo e até em Salvador. (Periferia em Movimento. 2016. visualizado em 30/12/2016)

Em suas redes sociais, o coletivo compartilha diariamente indicações de atividades culturais nas periferias de São Paulo, e realiza coberturas de eventos e manifestações. O conteúdo varia entre textos, fotos, vídeos editados e transmissões ao vivo via facebook. A abrangência costuma ser de 300 pessoas de alcance nos post com menos visualizações, e o conteúdo chega a ser visualizado por 50 mil pessoas no facebook em posts sem anúncio, como a reportagem “Vereadores ignoram população, aumentam próprio salário e manifestantes ocupam Câmara”, de 21/12/2016, (disponível em: <https://www.facebook.com/PeriferiaemMovimento/insights/?section=navPosts>). As coberturas ao vivo também têm alto alcance, como o vídeo do momento da ocupação da Câmara dos Vereadores²⁵, que alcançou 187.180 pessoas, foi visualizado por 60.151 pessoas, e compartilhado por 1,1 mil pessoas.

a. Da prática à Teoria – Pesquisas sobre o Periferia em Movimento

O trabalho do Coletivo Periferia em Movimento é, constantemente, tido como objeto em projetos acadêmicos que investigam produções jornalísticas nas periferias. Na pesquisa “Jornalismo de Quebrada e as Representações das Periferias Paulistanas”, Juliana Salles de Souza conceitua o trabalho do coletivo dentro dos Estudos Culturais de Gramsci (2002) e Stuart Hall (2008), principalmente com base em Jesús Martín-Barbero e Nestor García-Cancini por questões de

²⁴ Disponível em: <http://periferiaemmovimento.com.br/tranquilo-e-favoravel-um-breve-balanco-do-ano-que-se-encerra/> visualizado em 13.02.2017.

²⁵ Vídeo disponível em: www.facebook.com/PeriferiaemMovimento/videos/ visualizado em 13.02.2017.

territorialidade. A pesquisadora também se embasou no estudo dos critérios de noticiabilidade de Nelson Traquina (2008) e Mauro Wolf (2012). Sua pesquisa investiga quais ferramentas jornalísticas são usadas pelo coletivo para construir representações das periferias paulistanas que disputam hegemonias e constituem-se em novos modelos.

Dentro da lógica dos Estudos Culturais, o tema “cultura”, tido como “um local de interesses convergentes em vez de uma ideia lógica ou conceitualmente clara” (Hall, 2003, p.134), também abarca o conjunto de processos sociais de produção, circulação e consumo da significação na vida social” (2005, p.41). Na classificação de Multiculturalismo, multiculturalidade e interculturalidade, a autora (2015) classifica o Trabalho do Periferia em Movimento como interculturalidade, ou seja, caracterizado por relações de negociação cultural. Para ela, se trata de “uma representação do espaço *inter* por retratar culturas periféricas em relações de negociação entre si mesmas e entre culturas massivas dominantes” (Salles de Souza, 2015, p.23).

A pesquisa também estuda o conceito de representação, que Stuart Hall relaciona aos conceitos de significação e ideologia. Para ele, não há prática social fora do campo ideológico.

Os sistemas de representação são os sistemas de significado pelos quais nós representamos o mundo para nós mesmos e os outros. Reconhece que o conhecimento ideológico resulta de práticas específicas - as práticas envolvidas na produção do significado. Uma vez que não há práticas sociais fora do domínio do significado (semiótico) serão todas as práticas simplesmente discursos? (2003, p.179)

Selecionar acontecimentos e entrevistados, denominar fontes, escolher as palavras, o ângulo, encadear os fatos conforme determinada ordem. O trabalho jornalístico sempre é baseado em ideologias e pressupostos de quem o realiza/edita/publica. O estudo de BARBERO ²⁶considera Matrizes Culturais, Gênero, Competências de Recepção/Consumo e Lógicas de Produção para a análise das representações e dos imaginários formados a partir delas.

Salles de Souza investiga em qual o ‘tipo’ de mídia em que o trabalho do Periferia em Movimento melhor se encaixaria. Para ela, engloba muitas características da comunicação alternativa, visto que “é um meio de democratização do cenário comunicacional brasileiro; há preocupação com a informação e a formação do leitor; a produção jornalística visa às transformações sociais, a busca do lucro objetiva a divulgação de ideias e valoriza-se o texto literário” (2015, p. 43). Mas por outro

²⁶ Pensamento representado na Figura 9 – Barbero Cultura Comunicação e Poder, pode ser acessado nos apêndices do trabalho.

lado, tem publicidade escassa e local, então não poderia ser considerado mais um Pasquim ou novas mídias alternativas que oferecem diferentes opções de consumo de conhecimentos, serviços e cultura, de modo que o termo “Jornalismo Alternativo” torna-se, para a jornalista, insuficiente para o trabalho do Coletivo.

O jornalismo do Periferia em Movimento também poderia ser classificado como Emancipatório, proposto por Dennis de Oliveira (2014), com o objetivo de superar a espetacularização da mídia por meio das ideias libertárias de Paulo Freire, baseadas na dialogia, e sempre tomando a posição do oprimido na práxis jornalística. Se trata de um jornalismo que escolhe como fontes seres sociais que vão ser capazes de relatar experiências cotidianas de acordo com sua interpretação cívica e perspectiva de emancipação.

O modelo tem três pressupostos como ponto de partida: o jornalismo como instante de compartilhamento de imedaticidades, no qual o indivíduo se enxerga como um agente da história; o afastamento do jornalismo em relação aos seus princípios originários, o que transformou o direito à liberdade de expressão em direito à liberdade de opinião; e a desregulação das relações produtivas, que transforma cidadãos em indivíduos consumidores. Mais do que um jornalismo de denúncia, o modelo emancipatório preocupa-se com o registro de “como os seres humanos submetidos a este processo de opressão atuam em fenômenos singulares” (Dennis de Oliveira, 2004, p.231)

Segundo Dennis de Oliveira, o jornalismo emancipatório se distancia do alternativo contra-hegemônico porque o último se preocupa principalmente em desmascarar o sistema e criticar constantemente a hegemonia, nos moldes de uma propaganda ideológica. O jornalismo do Periferia em Movimento contém uma outra versão dos fatos, uma narrativa pela perspectiva periférica, porém sem críticas explícitas ao discurso hegemônico das empresas de comunicação. O incontentamento com o discurso da ‘grande mídia’ manifestado na apresentação do Periferia em Movimento no website é respondido com uma produção de notícias com outro viés, que combate a falta de direitos, mas não focada em culpar oligopólios de comunicação. Ou seja, noticia-se o assassinato de um morador mostrando em entrevistas que o crime foi executado por policiais. Na notícia, o coletivo não se preocupa em mostrar que a grande mídia mostra o crime numa perspectiva diferente, então fica a cargo do leitor entender e disseminar essa outra voz. Curiosamente, quando muito compartilhada, a voz chega à mídia corporativa.

Na pesquisa de Salles de Souza, também fica evidente uma aproximação com a mídia radical no quesito da necessidade de democratização da relação de poder com o Estado.

Assim como a mídia radical, o jornalismo praticado pelo Periferia em Movimento extrapola os

limites da comunicação popular, alternativa ou comunitária. Nenhuma das três classificações contempla, de forma separada, as características do coletivo. Entretanto, a teoria da mídia radical não pode ser aplicada de forma completa às produções do Periferia em Movimento: ainda há distinção entre produtores e receptores, apesar do incentivo à participação e produção dos leitores do site e demais moradores das periferias paulistanas. Não existe rompimento de regras, mas sim um movimento contra-hegemônico de comunicação. Por outro lado, constata-se sensibilidade às aspirações e vozes dos excluídos e há preocupação com o uso de formatos mais baratos. (Salles de Souza, 2015, p.43 - 44)

Salles de Souza classifica o trabalho feito pelo Periferia em Movimento como *Jornalismo de Quebrada*, que tem como base seu Caráter participativo-cidadão, Emancipação de quebradas, disputa de imaginários, incorporação de gírias, preocupação com a informação do leitor, militância pela garantia dos direitos fundamentais, adaptação do conceito de periferia, especificidade geográfico-espacial.

Em meio a nomenclaturas, reelaborações e hibridismos na comunicação participativa, alternativa e popular a qual se refere Martín-Barbero, o Periferia em Movimento cria uma nova denominação para a própria prática que realiza no universo on e off-line, representados pela internet e oficinas presenciais, respectivamente: o jornalismo de quebrada. Para compreender as semelhanças e diferenças entre a vertente de quebrada e as demais classificações da comunicação contra-hegemônica, faz-se necessário recorrer ao significado do termo quebrada. De acordo com Alexandre Barbosa Pereira (2010), a palavra quebrada é utilizada para referir-se aos bairros da periferia de onde vêm, tanto por pixadores como por outros jovens, principalmente os ligados ao hip hop. Essa denominação tornou-se, aliás, bastante popular e difundida entre os moradores de bairros da periferia de São Paulo de uma maneira geral. Embora a noção de quebrada se apresente como um modo particularizado de se referir a um determinado bairro e às relações específicas entre os moradores de uma localidade, ela remete também a uma disposição de apresentar o bairro onde se vive para quem é de fora, caracterizando-o como um lugar arriscado, hostil e perigoso para quem não pertence a ele e não conhece suas regras. A quebrada é, portanto, associada também à ideia de um bairro periférico pobre com altos índices de violência, onde não se deve desrespeitar as normas de conduta.

Pereira observa ainda que o vocábulo está associado à dimensão de risco, pois “aqueles que nela residem correriam mais riscos e enfrentariam maiores adversidades, sendo, portanto, mais fortes” (p.45). Em algumas circunstâncias, o termo pode indicar ainda valorização do bairro no qual se reside e quebra com centro. Falar em quebrada pode configurar também a ideia de junção entre todas as periferias da metrópole. (Salles de Souza, 2015, p. 44-45).

Em seu trabalho (2015, p. 53), a jornalista mostrou os currículos do curso de extensão do Periferia em Movimento, tema que será detalhado no quarto capítulo, sobre Educomunicação. Por fim, sobre o Jornalismo de Quebrada, destaca-se o caráter geográfico do trabalho realizado pelo coletivo,

Em uma cidade midiática global como São Paulo, o jornalismo de quebrada tem a possibilidade de amplificar suas especificidades geográfico-espaciais por meio de pautas que disputam imaginários e tratam a respeito de marginalização, degradação, exclusão e temas correlatos. O caráter contra-hegemônico em relação à indústria midiática e a participação cidadã em níveis variados formatam novas representações sobre um território que pode, inclusive, ser questionado em sua própria condição de cidade (Salles de Souza, 2015, p. 64)

A questão da territorialidade é frequentemente realçada nas produções do Periferia em Movimento. Essa é uma forma de alcançar identificação com quem é da região. Atraído por sentir-se parte daquela realidade, o morador do Grajaú poderá conhecer e se questionar sobre assuntos que a mídia tradicional que o acompanha todos os dias nunca proporcionou.

3.4. Mídia Radical

Após conhecer três diferentes projetos e plataformas de mídia contra-hegemônica, cabe relacioná-las aos estudos de Mídia Radical de Downing.

Tantos outros como “Mídia Ninja”, “Nós, Mulheres da Periferia”, “Rede Mural de Jornalismo”, “TV Doc Capão”, entre centenas existentes no Brasil fazem a diferença diariamente na sociedade brasileira. Estes têm, como um dos reflexos, modificado as pautas da mídia corporativa regional, nacional e internacional. Todos eles têm, em comum, a ideia da contraposição à mídia hegemônica.

a mídia radical alternativa expande o âmbito das informações, da reflexão e da troca a partir dos limites hegemônicos, estreitos, do discurso da mídia convencional. Isso se dá, em geral entente, pelo fato de ser bastante numerosa. Em segundo lugar, ela frequentemente tenta ser mais sensível do que a mídia convencional às vozes e tem aspirações dos excluídos. Muitas vezes, tem estreita relação com algum movimento social em andamento e, portanto, expressa com muita espontaneidade os pontos de vista e opiniões que não encontram espaço são ridicularizados na mídia oficial. Com muita frequência também, é ela que toma a dianteira na discussão de questões que só mais tarde receberão atenção da mídia oficial. Em terceiro lugar, a mídia radical alternativa não precisa censurar-se para atender aos interesses dos mandachugas da mídia, do entrincheirado poder estatal e das autoridades religiosas. Em quarto, sua própria organização interna é muitas vezes mais democrática que hierárquica, como veremos em vários estudos de caso. (...) Esses elementos combinados justificam plenamente a ideia de que a mídia radical é o agente da capacidade de desenvolvimento, não apenas instituições de contra-informação e, com certeza, não um enfadonho enxame de mosquitos passageiros. (Downing, 2002, 81)

Como já foi dito no primeiro capítulo, a mídia corporativa seleciona seus conteúdos de acordo com uma agenda que respeita aos interesses corporativos e busca a atenção do público conforme alguns padrões. Dentro do que é selecionado, pouco se fala de movimentos sociais, de interesses do povo, e quando se fala, é sem contextualização ou com teor perjorativo. Diante dessa realidade, e da necessidade de exporem suas vozes a um grande público, setores organizados da sociedade sempre saíram das periferias da mídia para falarem por si mesmos. “Se não contam nossas histórias direito, porque é que nós mesmos não criamos nossas notícias?” É com essa lógica que os movimentos sociais têm aproveitado cada vez mais a era digital para criarem todas as formas de mídia radical.

A prática possibilita, além da exposição de informação legítima ao público, uma importante documentação para os movimentos sociais, tanto para usarem no presente a seu favor, quanto para ficarem como material de conhecimento de outros coletivos. A comunicação é uma necessidade vital dentro dos meios, como retrata Downing, do ponto de vista do anarquismo socialista:

a mudança social construtiva deve erigir-se sobre os alicerces da atividade das massas, da automobilização. A comunicação efetiva no interior dos movimentos sociais e praticada por eles é, portanto, uma necessidade vital para que a automobilização possa ocorrer e prosperar. A mídia radical de maneira alguma deve ser rebaixada a um mero e interessante experimento para viciados em cultura revolucionária. (Downing, 2002, p. 67)

As atividades do setor de mídia do “Movimento Sem Terra”, do “Periferia em Movimento”, e do “Fala, Guerreira!” são todos exemplos de mídia radical autogestionada, modelo assim caracterizado por Downing:

Um modelo radicalmente diferente para a organização dessa mídia, oferecido pela tradição da autogestão, ou seja, um modelo no qual o comando não está nas mãos nem do partido, nem do sindicato dos trabalhadores, nem da Igreja, nem do Estado, nem do proprietário, mas do próprio jornal ou estação de rádio. (...) As estruturas da autonomia democrática nessa mídia, contudo, variam consideravelmente.” (Downing, 2002, p. 113)

Para Downing, a mídia radical não está reservada a um território político e radical, pois ela faz parte de toda uma cultura popular e da malha social. Não são apenas as notícias sobre movimentos sociais do Periferia em Movimento que são classificadas como radical, mas qualquer produção que for feita dentro do Coletivo. Falar sobre a possibilidade do parto humanizado no Campo Limpo, sobre o Periferia Trans, maior festival Trans de São Paulo que acontece no Grajaú, ou sobre o campeonato de futebol de refugiados são pautas de mídia Radical.

É importante, mais uma vez, voltar-se a Gramsci ao contextualizar a necessidade da mídia radical. Para resistir ao poder da classe capitalista e sobrepujá-lo, com o fim da democratização, deve-se ter como base a necessidade de organizar-se para desafiar e destronar a hegemonia e o domínio cultural que desde sempre o capitalismo pregou em instituições hegemônicas de massa tais quais igrejas, escolas, e agora na mídia. Para ele, a hegemonia socialista seria construída com o passar do tempo através do engajamento das massas, e se desenvolveria de acordo com as demandas dessas comunidades, sem ser liderado ou tiranizado pelo partido comunista. Downing relaciona a figura de intelectual orgânico como o comunicador/ativista,

visto que, para Gramsci, o termo intelectual jamais se referia a pessoas que se põem a pensar grandes pensamentos, que só elas e um pequeno círculo compartilham. Gramsci esperava que os comunicadores intelectuais/ativistas se integrassem organicamente com as classes trabalhadoras para o desenvolvimento de uma ordem social justa e culturalmente superior, ao

contrário dos intelectuais organicamente integrados com as classes dominantes, cujos esforços comunicativos fortaleceram a hegemonia do capital. (...) Muitos dos meios de comunicação radicais alternativos pertencem a esse modelo. A proliferação dessa mídia seria vital, tanto para ajudar a gerar essas alternativas no debate público como para limitar qualquer tendência da liderança oposicionista, seja qual for a forma que ela assuma, de radicar-se como agência de dominação em vez de liberdade. (Ibdem, p. 48)

O papel da mídia radical, é explicado por Downing como fazer a **contra informação**, uma forma de quebrar o silêncio, refutar as mentiras e fornecer a verdade. Downing adapta Gramsci para dizer que a mídia radical é capaz de, além de fornecer fatos que são negados ao público, pesquisar novas formas de desenvolver uma perspectiva de questionamento do processo hegemônico, além de levar o sentimento de confiança do público, o que ajudará a obter conquistas.

Gramsci, contudo, sempre se esforçou para enfatizar que a) a hegemonia nunca é um cadáver congelado, sendo constantemente negociada pelas classes sociais superiores e subordinadas, b) a hegemonia cultural capitalista é instável e sujeita a graves crises intermitentes, ainda que, ao mesmo tempo, c) possa desfrutar longos períodos de uma normalidade raramente questionada. A abordagem de Gramsci recebeu ataques de vários setores." A crítica do antropólogo James C. Scott" é a que mais interessa aos nossos propósitos, pois traz à baila, de maneira muito direta, a questão da natureza das culturas de resistência contra-hegemônicas. Trata-se de uma questão central, uma vez que as posições dos dois autores poderiam ser descritas, respectivamente, como a opinião de que o público em geral reconhece a legitimidade de sua condição e a capacidade de liderança das classes dominantes (Gramsci), e a opinião oposta de que o público rói uma insatisfação sistematicamente dissimulada (Scott). (Ibdem. p. 46 a 48)

De tal forma, enquanto a mídia radical seria interpretada por Gramsci como necessária para a construção da contra-hegemonia, mas desfrutando de poder apenas enquanto há tensão política, Scott diria que seria uma mídia constantemente viva, sempre atuando na oposição. Downing também aborda a influência da mídia radical na Esfera Pública, com base no termo *Offentlichkeit*, de Habermas.

O modo mais fácil talvez de colher o sentido que Habermas dá ao termo é analisar a realidade sociopolítica oposta, mas correlata, da corte real.. Um dos fatores que levou a que as monarquias européias gradativamente perdessem seu poder absoluto foi a ampliação da esfera de influência e do debate políticos para além dos estreitos confins das cortes. As cortes lentamente perderam seu poder para esses círculos mais amplos. A comunicação e a informação, incluindo folhetos, volantes e os primeiros tipos de jornais que circulavam nesses meios, foram elementos cruciais nessa zona de influência e debate que aos poucos se alargava. O virtual monopólio da corte sobre a política oficial foi a passo se extinguindo. Assim, a abertura e a publicidade representadas pela palavra *Offentlichkeit* significavam a quebra do isolamento e do sigilo das cortes reais. (Na era contemporânea, dizia Habermas, a hegemonia corporativa e governamental suprimiu a esfera pública.) (Ibdem, 2002, p.61)

No séc XVII, na França, alguns meios radicais usavam a sátira, ironia, caricatura, o cartum, os boatos públicos obscenos e a pornografia para serem bem sucedidos em suas críticas. Arato e

Cohen contestam a ideia de Habermas de que a esfera pública estaria suprimida pelos governos, já que se faziam ágoras de diversas formas sem ser necessária a dimensão espacial.

Assim, se a metáfora espacial não requer uma ágora real, se a dimensão espacial é por demais acentuada pelos termos esfera e reino, se o assunto em questão é a atividade que acontece dentro das localidades ou no interior de grupos ou fóruns particulares, então, com certeza, a essência do que está sendo assinalado na terminologia *Offentlichkeit*/esfera pública é a informação, a comunicação, o debate, a mídia - a conversa" pública sobre os temas do momento. A fusão efetiva de esfera pública e movimentos sociais proposta por Arato e Cohen injeta no sentido um tanto estático e localista de esfera pública a controversa dimensão cinética que falta a essa tradução de *Offentlichkeit*. (...) No entanto, embora possamos preferir o otimismo de Arato e Cohen, que acreditam na existência de uma esfera pública no mundo contemporâneo, ao pessimismo de Habermas, para quem a esfera pública está morta e enterrada, não devemos perder de vista, nem por um momento, o fato de que a conversa pública dentro dos movimentos sociais ainda é moldada segundo os poderosos estímulos das economias capitalistas, de ordens sociais racializadas e culturas patriarcais. Em todo lugar, o poder, a hegemonia e a resistência estão estampados e infiltrados nas instituições e nas práticas do diálogo público e dos movimentos sociais, assim como a cultura popular pode ser elitista, sexista, racista, etc. (Ibdem, 2002, p.62)

Não há como negar que as principais pautas que efervescem os movimentos sociais são as que aparecem na mídia corporativa. Mas o movimento contrário também acontece. O financiamento das mídias radicais é outro importante ponto a se discutir. Não ter verba é um obstáculo necessário o bastante para que a mídia radical não ocorra, já que é preciso ter outro trabalho para se manter e não resta tempo para executá-la. Isso fica evidente quando se trata de mídias radicais periféricas. A necessidade é maior do que qualquer força de vontade. O financiamento coletivo é uma ideia que está se estruturando, mas ainda a passos curtos, e depende de que os que têm vontade de financiar o projeto também tenham dinheiro disponível. Entre os veículos analisados, o principal financiamento é concorrendo a editais públicos, ou por parcerias com o terceiro setor, ou por doação, ou parcerias com empresas privadas.

O Periferia em Movimento recebe sua verba através de parcerias com o terceiro setor ou por editais públicos. No Fala Guerreira, financiamento de editais públicos. No Movimento Sem Terra, o mais duradouro, com o caixa do movimento. Nada se compara às grandes redes de mídia, que têm orçamentos muito maiores para suas produções. Porém, a fidelidade de quem trabalha com mídia radical é muito grande, como mostrada por Raboy e comentada por Downing.

Com base no seu estudo (de Raboy 1960-70) , e também em outros, podemos concluir, provisoriamente, que a enorme - ainda que oscilante - importância da mídia radical alternativa se deve ao fato de ser ela, comumente, que primeiro articula e difunde as questões, as análises e os desafios dos movimentos. Sua fidelidade é devotada, em primeiro lugar, aos movimentos, e é por eles que ela nutre seu principal fascínio. E embora certos meios alternativos sejam descartados na trajetória: impetuosa e imprevisível de um dado movimento social, outros com frequência rapidamente se destacam e tomam seu lugar. (Ibdem. 65)

Downing também apoia-se na ideia de Husband (1996), que quando analisou o relatório MaCBride (UNESCP, 1980, sobre políticas públicas de comunicação global), disse que o documento precisava de um complemento - “o direito de ser compreendido”. Tentar compreender o outro é um passo para combates atos comunicativos que são egocêntricos, falam por um grupo e inferiorizam outros que deveriam ser parceiros de luta. A esfera pública, para eles, deve ser entendida como multi-étnica.

Downing também relata a potência que a esfera pública ganha com a formação das Redes de Comunicação. As redes são necessárias tanto no âmbito da comunicação, como para os movimentos sociais e políticos. As audiências, no caso das mídias radicais, costumam ser membros ativos, que atuam em conjunto na construção da informação. As audiências são co-arquitetas da produção cultural.

Para iniciar a sistematização da mídia radical, Downing propõe um hexágono, composto por: talento e vigor artísticos; níveis de memória; realidades pragmáticas; movimentos sociais; duração; e estrutura de poder. A primeira ponta é formada por iniciativas criativas e dialógicas, com perfil semelhante ao das bombas mentais - curtas e fáceis de memorizar. Os níveis de memória constituem o lado referente “à divisão da mídia radical em efêmeras e de longo prazo” (p.490). As realidades pragmáticas são os vértices nos quais o desafio é manter a dinâmica organizacional dos movimentos e suas respectivas mídias ao longo do tempo. Em níveis locais e globais, os movimentos sociais “são o sangue que dá vida a essas mídias, e estas, por sua vez, são o oxigênio dos movimentos.” (p.492). A duração é o lado da controvérsia dentro da teoria da mídia radical. Como a energia depositada nos projetos passa por transformações ao longo do tempo, os conteúdos, produções e interações com os movimentos sociais passam por modificações ao longo do tempo. (Salles de Souza 2015. p. 43)

Os Coletivos citados na análise são, como caracterizado por Downing, movimentos fluidos, que se adaptam às demandas e às pulsações dos movimentos sociais em atividade. Tomando como exemplo específico o Coletivo Periferia em Movimento, ele surgiu como um blog com o objetivo de contrapor através do discurso em textos, imagens e vídeos a mídia jornalística corporativa quando o assunto era direitos das pessoas nas periferias. Seis anos depois, o grupo se diversificou, possui parceiros em diversas frentes de luta e realiza o mesmo objetivo não só através dos materiais jornalísticos tradicionais, mas com outras plataformas de comunicação.

Dentro do campo jornalístico, hoje o Periferia em Movimento produz coberturas ao vivo de eventos e manifestações nas periferias, e isso tem gerado grande repercussão. Em outubro de 2016, a página foi notificada por *inbox (mensagem via facebook)* por um morador do Grajaú sobre o assassinato do jovem Matheus Freitas cometido por policiais na quadra esportiva da Escola Estadual Tancredo de Almeida Neves. O jovem morreu depois de dois dias, no hospital do Grajaú. A mensagem

pedia para que o caso fosse repercutido, confiando que o Periferia em Movimento faria uma cobertura do ponto de vista de pessoas da região, diferenciando-se da mídia corporativa que engloba mortos nas periferias como suspeitos e bandidos.

No dia 4 de outubro, moradores do Jd. Novo Horizonte (bairro do distrito do Grajaú) protestaram contra o assassinato do jovem, e Thiago Borges, integrante e um dos criadores do Periferia em Movimento fez a cobertura ao vivo pelo facebook e mostrou a repressão policial contra a manifestação. Os sete vídeos publicados ao vivo geraram 10.808 visualizações no facebook. O vídeo editado sobre a manifestação foi assistido 52.813 vezes, e a repercussão foi tão grande que o jornal do SBT entrou em contato com a página do Periferia em Movimento pedindo direito de divulgação das imagens, que foram concedidas com a intenção de levar a ideia adiante. Apesar de saberem do risco de o discurso ser diferente, a possibilidade de colocar o nome do Periferia em Movimento junto ao caso iria levar o público a procurar mais na página e encontrar a versão dos moradores da região.

No dia 10 de outubro de 2016, o jornalista Thiago Borges acompanhou a homenagem ao jovem assassinado. O vídeo editado sobre a homenagem e manifestação foi visualizado por 7647 pessoas, e a reportagem publicada no site²⁷ gerou mais de 2 mil visualizações.

A cobertura das manifestações contra o assassinato de Matheus Freitas é um importante exemplo de como a rebelião dos movimentos sociais cria uma nova agenda midiática que supera a concentração de conteúdo. O material divulgado não trata a morte como única, mas como parte de um genocídio do povo preto da periferia que é praticado pelo Estado. A intenção do coletivo, segundo integrantes, vai além do factual, todas as pautas são pensadas como necessidades de moradores da região, todas têm seu papel importante na luta pelos direitos de moradores da região.

Além das coberturas jornalísticas, o Periferia em Movimento tem um importante trabalho dentro da educomunicação. Com a intenção de potencializar as múltiplas vozes que se encontram dentro das periferias e democratizar o jornalismo e o ensino sobre direitos humanos, o veículo tem trabalhado desde seu primeiro ano com oficinas junto a diversos públicos das periferias e de faculdades de jornalismo. A ligação do Periferia em Movimento com o tema da educação reflete o tanto que o grupo tem se reformulado em suas ações, já que a cada novo projeto, novas pessoas se relacionam com o grupo e trazem suas necessidades, vontades e vivências. São pessoas reformulando os processos, que criam a cada ciclo novas estruturas.

Os próprios Trabalhos de Conclusão de Curso sobre o coletivo são usados como análise pelos integrantes e suscitam novas práticas e modelos. Quando César Gouveia analisou em seu TCC “O

²⁷ Disponível em: <http://periferiaemmovimento.com.br/matheus-freitas-presente/>. Visualização em 13.02.2017

PERIFERIA EM MOVIMENTO COMO ESPAÇO DE JORNALISMO COMUNITÁRIO” o trabalho do Coletivo no mês de julho de 2015, concluiu que naquele momento, o trabalho se distanciava do jornalismo comunitário e do jornalismo alternativo, pois apenas estavam divulgando ações culturais específicas como uma agenda cultural, sem notícias para fazer “pressão”. As críticas presentes na apresentação de César se transformaram em reavaliações constantes do trabalho do Periferia em Movimento. Os próprios estudantes criaram também suas formas de fazer jornalismo. César fundou o Vozes da Vila Prudente, que já contou com dois cursos de jornalismo comunitário divulgados em parceria como Periferia em Movimento. Assim, a rede de jornalismo de quebrada tem crescido nas periferias de São Paulo.

3.5 Mídia Radical – Jornalismo por uma outra Globalização

Na obra “Por Uma Outra Globalização”, Milton Santos critica a ideia de que em um mundo Globalizado como o atual todos teriam a mesma possibilidade de se comunicarem. “A informação instantânea e globalizada por enquanto não é generalizada e veraz porque atualmente intermediada pelas grandes empresas da informação” Santos, 2002, p.28. Mesmo com mídias radicais se consolidando, ainda não é possível dizer que a globalização generaliza o acesso e o direito à comunicação. Muitos dos coletivos de mídia contra-hegemônica, por exemplo, têm como principal canal de divulgação o facebook. A empresa hoje reúne um conglomerado de mídias sociais e está entre as 10 maiores receitas de comunicação do mundo. Caso um dia altere suas regras de compartilhamento de conteúdo, grande parte das mídias contra-hegemônicas terão que encontrar novas possibilidades.

O autor aponta a diferença entre concorrência e competição, que implicam em valores diferentes. A concorrência consiste em uma batalha entre agentes que buscam empreender uma tarefa, alcançar objetivos, e para isso, pode exigir respeito ou não, de acordo com o pré-estabelecido em regras de convivência. Competitividade, por outro lado, é a busca pelo primeiro lugar em uma batalha, utilizando-se de novas armas de luta, sem exigir respeito. “desse modo, sua prática provoca um afrouxamento dos valores morais e um convite ao exercício da violência” (Santos, 2002, p. 57). E na lógica da competição por audiência, o discurso midiático torna-se cada vez mais manipulado.

O que é transmitido à maioria da humanidade é, de fato, uma informação manipulada que, em lugar de esclarecer, confunde. O fato de que, hoje, o discurso antecede quase obrigatoriamente uma parte substancial das ações humanas – sejam elas a técnica, a produção, o consumo, o poder – explica o porque da presença generalizada do ideológico em todos esses pontos. Não é de estranhar, pois, que realidade e ideologia se confundam na apresentação do homem comum, sobretudo por que a ideologia se insere nos objetos e apresenta-se como coisa. (Santos,

2002, p.39).

Complementando outros autores já citados, Santos mostra como, na briga pela sobrevivência e hegemonia, a produção de notícias reproduz os ideais da competitividade em seus conteúdos globalizados.

Brigando pela sobrevivência e hegemonia, em função da competitividade, as empresas não podem existir sem publicidade, que se tornou o nervo do comércio. Há uma relação carnal entre o mundo da produção da notícia e o mundo da produção das coisas e das normas. (...) as mídias nacionais se globalizam, não apenas pela chatice e mesmice das fotografias e dos títulos, mas pelos protagonistas mais presentes. Falsificam-se os eventos, já que não é propriamente o fato o que a mídia nos dá, mas uma interpretação, isto é, a notícia. (Santos, 2002, p.40)

Santos sugere em seu livro três leituras possíveis à globalização: tese, síntese e antítese. O mundo fabuloso, o das notícias, e o possível. A tese é a fábula que nos é apresentada, em que a globalização bombardeia a sociedade com diversos elementos mostrando o mundo globalizado como um lugar próspero e dinâmico, além de solidário. Nos jornais, está mais presente na área dos editoriais. A antítese é a perversão, a realidade social dos fatores negativos da globalização. Um discurso que legitima a fome, miséria, corrupção, a necessidade do egoísmo em um mundo endinheirado, presente nas notícias. Já a síntese é apresentada como a proposta de uma construção de uma nova globalização mais humana e democrática. Seria este um mundo possível, através das artes. Para o autor, as condições técnicas estão disponíveis, e falta haver condições sociais para que a antítese se realize.

3.6. Jornalismo e Direitos Humanos

Um dos reflexos que a tese da globalização discursada diariamente na mídia corporativa tem sobre a população é a noção de que o mundo globalizado não precisa de ações afirmativas, já que todos são iguais perante a lei e teriam as mesmas oportunidades. São constantes, nos programas policiais veiculados durante o fim da tarde na televisão brasileira comentários criticando a necessidade da luta pelos direitos humanos. Estes seriam, segundo os apresentadores, “direitos para defender bandidos”. É dever do jornalismo prezar pelos direitos humanos? Essa é uma pergunta de difícil resposta, porém, como já foi mostrado, é contra a lei disseminar discursos de ódio, como muitos veículos estão acostumados a fazer.

Em “O segredo da Pirâmide”, Adelmo Genro Filho busca na Escola Cubana de Jornalismo alguns apontamentos sobre a ética e deontologia que podem ser interessantes para a presente discussão. Para Cardet, a veracidade é o principal componente do jornalismo, porém no jornalismo

dos fatos, propagado pelos americanos, muitas são as formas de manipular a verdade.

Pode-se perceber que, também para Cardet, a discussão ética sobre o jornalismo transforma-se numa deontologia vulgar, perfeitamente identificada com a tradição do jornalismo norte-americano, que exige dos profissionais apenas o relato neutro dos fatos. Como se os fatos fossem pré-existent às notícias enquanto realidades factuais unitárias e já dotados integralmente de significação, antes de sua seleção, estruturação e reprodução pela consciência tanto dos jornalistas (repórteres, editores, redatores, etc.) como dos receptores da informação. Dizer que os jornalistas não devem mentir, inventar, distorcer, caluniar, etc., é como afirmar que as pessoas devem ser honestas. O problema, aqui, é ultrapassar o óbvio, obter um consenso sobre o conceito de honestidade. Quanto ao jornalismo, a dificuldade seria conseguir um acordo sobre o que é a verdade, quais são os fatos que merecem ser relatados e sob que ângulo político, ideológico e filosófico. (Adelmo Genro Filho, 1987, p.140)

Se mesmo se baseando em fatos, o jornalismo constrói estereótipos, quando se trata do jornalismo de opinião, muitas ofensas aos direitos humanos são identificadas. No dia 9 de janeiro de 2017, o apresentador “Marcão do Povo”, referiu-se à cantora Ludmilla como Macaca no programa “Balanço Geral Brasília”, veiculado pela Rede Record. Nove dias depois, veio o anúncio de que a emissora teria demitido o apresentador. Diariamente, apresentadores dos Balanço Geral regionais disseminam discursos discriminatórios nas entrelinhas, e esses programas são assistidos por milhares de pessoas por todo o país.

a. O Papel da Comunicação no contexto dos Direitos Humanos

A Organização das Nações Unidas é o organismo internacional responsável pela promoção dos Direitos Humanos entre as nações. As agências, Programas e Grupos de Trabalho desenvolvem ações alinhadas a governos e à sociedade civil no mundo todo com diferentes focos e com um objetivo em comum: os Direitos Humanos. A comunicação está presente em todas as agências, e claramente, essa é uma chave importante para que as mensagens cheguem a todos com qualidade.

Em dezembro de 2016, o presente trabalho de conclusão de curso teve a oportunidade de entrevistar pessoas que compõem Agências e Programas presentes na Casa da ONU no Brasil, em Brasília. Para Ângela Pires Terto, Assessora de Direitos Humanos no Escritório das Nações Unidas no Brasil e ponto focal de Direitos Humanos nas Nações Unidas, a mídia carrega muitos estigmas ao falar de direitos humanos. Para Ângela, a mídia tem o costume de relacionar os Direitos Humanos à violência policial, tortura e pessoas em privação de liberdade, e “isso fez com que as pessoas que defendam os direitos humanos ficassem estigmatizadas também como defensoras de bandidos (...) D.H. é falar desses grupos, mas não só isso”. Para ela, é necessário falar dos Direitos Humanos como um conjunto, e a comunicação é tida como uma forte aliada ao trabalho das Nações Unidas:

A comunicação pode contribuir bastante pra avançarmos na agenda de direitos humanos, ao sensibilizar as pessoas tanto pra que tenhamos uma sociedade mais aberta à diversidade, que

consiga respeitar o outro, quanto pra que tenhamos os dados de homicídios tanto de jovens negros quanto de pessoas LGBTI, dados muito preocupantes dentre vários outros que temos sobre violência, e a mídia pode jogar muito a favor pra mudarmos esse quadro. (Ângela Pires, entrevista realizada em 06/12/2016)

A Doutora em Desenvolvimento, Sociedade e Cooperação Internacional pela Universidade de Brasília afirma também que, pela sua experiência no trabalho com a população, abordagens negativas sobre direitos humanos têm impactos sociais:

Desde a imagem escolhida para ilustrar a reportagem até a forma de redigir essa informação em uma reportagem, pode ter um impacto nos direitos humanos. Tanto um impacto positivo quando ela consegue contemplar as questões dos direitos humanos, ou um impacto negativo, quando ela reforça estereótipos e situações de discriminação. (Angela Pires, entrevista realizada em 06/12/2016)

Jessé de Souza mostrou, em “A Ralé Brasileira”, como o racismo está presente em discursos hegemônicos da mídia corporativa. O impacto negativo da abordagem da mídia corporativa sobre a população negra é evidente. A Comunicadora Isabel Clavelin, (currículo) aponta que desmontar o mito da democracia racial e todo o patriarcado são importantes enfrentamentos ao racismo. Os avanços acontecem quando espaços passam a ser ocupados por pessoas negras, e elas passarem a ser socialmente e institucionalmente aceitas dentro deles. Um importante passo, para a comunicadora, é “compreender que a democracia não se realiza sem a participação de pessoas negras, sem a participação de mulheres e de um conjunto de diversidades, o que precisam realmente é fazerem parte produção comunicativa desse país” (Isabel Clavellin, 2016). Em 2015, as Nações Unidas aprovaram no âmbito do conselho de Direitos Humanos a incompatibilidade entre democracia e racismo, a aprovação insere-se no contexto da Década Internacional dos Afrodescendentes (2015-2024).

Objetivamente, nós precisamos desconstruir o racismo e o sexismo, precisamos de novas possibilidades de produção comunicativa nesse país. O modelo vigente hegemônico é o modelo existente que não pode continuar. Precisamos investir em novos modelos de comunicação. Em modelos que estejam caucados na contra-hegemonia. Isso significa que aquelas pessoas que estão à margem do processo comunicativo, do processo de produção comunicacional, precisam ocupar a centralidade. Trazer as suas criatividade, suas capacidades de produção. (Isabel Clavellin – entrevista realizada em dezembro de 2016)

Até o início de 2017, a mídia corporativa pouco pautou a Década de Afrodescendentes. Além da necessidade de colocar na mídia o assunto, Ângela comenta sobre a preocupação com o viés que terá a informação, tão importante em um país com maioria de população afrodescendente:

A escolha de palavras é fundamental. A década tem três eixos importantes: reconhecimento, justiça e desenvolvimento. Se ao falar de igualdade racial eu uso uma imagem de pessoas

acorrentadas remetendo ao período colonial, à escravidão no Brasil, remete-se a um passado, mas eu acho que seria muito mais útil em prol dos direitos humanos se colocassem imagens em que as pessoas afrodescendentes são valorizadas. Quando falamos de afrodescendentes não falamos de um passado de escravidão Oficial do estado brasileiro, estamos falando de uma população que tem muito a oferecer, que tem uma cultura muito rica, que tem uma série de contribuições em vários campos, e isso poderia ser valorizado. A forma de você traduzir essa comunicação é muito importante. (Ângela Pires – entrevistada em dezembro de 2016)

Um dos motivos apontados para a abordagem defasada em relação aos direitos humanos é a necessidade de rapidez que se instala nas redações. Escrever sobre o que não se sabe com um prazo curto é uma tarefa comum, que pode ter prejuízos ao conteúdo final. Daniel de Castro é jornalista e Oficial de Comunicação do UNAIDS Brasil (Programa Conjunto das Nações Unidas sobre HIV/AIDS (UNAIDS) no Brasil) e alerta para a necessidade de maior tempo e formação para os jornalistas:

Há um questionamento generalizado, seja um jornalista de grande redação ou jornalista cidadão, o importante é que ele esteja preparado, tenha uma abertura de consciência, para entender que no caso específico da resposta à AIDS é preciso uma adequação que nem é para o que é politicamente correto, mas é para o que é ético em relação à epidemia. Por exemplo, é preciso tratar o indivíduo que vive com HIV ou que é vulnerável ao HIV com a dignidade que ele merece como ser humano. (Daniel de Castro – entrevista realizada em dezembro de 2016)

Conforme mostra Ulisses Lacava, Oficial de Comunicação do UNFPA (Fundo de Populações da ONU no Brasil), os veículos tradicionais tem mudado de perfil nos últimos anos por conta da queda de leitores, mudança de mercado e aumento na comunicação digital, então é cada vez um número menor de jornalistas tendo que lidar com um número maior de assuntos. Os impactos da cobertura são prejudiciais aos Direitos Humanos.

Diante da cobertura estereotipada ou também da falta de espaço na mídia para falar sobre os temas da Agenda de Desenvolvimento Sustentável da ONU e outros mais, uma alternativa utilizada pelas agências da ONU é estar constantemente presente nas mídias sociais. Segundo Ulisses Lacava, trabalha-se a comunicação direta com as pessoas interessadas em atrair mais audiências pros nossos canais, tanto falando diretamente com as pessoas que tem algum interesse nesses assuntos e quanto com pessoas que podem ser trazidas para essa discussão que não conhecem, não estão acompanhando, mas podem ter contato e vir a se interessar por isso.

Ao contextualizar o papel da mídia em relação aos direitos das mulheres e a abordagem que tem sido disseminada pelas hegemonias, Isabel Clavellin começa explicando sobre o espaço que as mulheres ocupam na comunicação de um modo geral.

É importante lembrar que as mulheres estão na centralidade da produção na indústria cultural, seja como produtoras de comunicação ou quanto como pessoas que estão sendo retratadas. Importante que a gente

verifique como vai se dando a participação das mulheres. No Brasil, existem cerca de 150 mil jornalistas, 64% são mulheres, 48% são mulheres na faixa de até 30 anos, ganham até 5 salários mínimos e estão nas funções operacionais do jornalismo. Dentro do universo de jornalistas, 23% são jornalistas negros. Temos um distanciamento muito grande da participação da produção, da força de trabalho negra e especificamente de mulheres negras que estão presentes nessa produção. Além disso, outras pesquisas vão apontar que negros e negras não chegam a 10% dos jornalistas nos jornais no Brasil. E também, vão verificar um aumento de jornalistas negros e negras a partir do Fórum Social Mundial de 2001 por meio da criação do núcleo de jornalistas Brasileiros no Rio Grande do Sul, que motivou a criação de comissões de jornalistas pela igualdade racial. Espaço que está presente nos sindicatos de jornalistas, em algumas unidades da federação, discutindo o racismo nas relações de trabalho e na produção noticiosa do país. Vemos também nos últimos dois anos, as denúncias de mulheres jornalistas sobre os assédios no jornalismo como profissão, o que já derivou inclusive a criação de um movimento chamado “jornalistas contra o assédio”. (Isabel Clavellin – entrevista realizada em dezembro de 2016)

Para Isabel, o debate em torno da mídia sobre mulheres envolve presença, representações e identidades que estão se afirmando no contexto de racismo e sexismo no Brasil. Segundo a comunicadora, Simone de Beauvoir nunca esteve tão atual no sentido de que não se nasce mulher, torna-se mulher. Nessa lógica, se explica porque mesmo com a maioria de mulheres, a mídia ainda reproduz machismos.

Nós vemos aí muitas mulheres reproduzindo práticas machistas e sobretudo compactuando com o racismo e o sexismo nas redações e sobretudo não percebendo o quanto isso lhes afeta o próprio desenvolvimento na carreira e a chegada nos espaços de decisão. E quando ela chega nesses espaços, realiza essas funções a partir dessa própria visão de mundo. Aí você vê a prevalência do racismo e do sexismo no Brasil. De modo que, como dizem as pesquisadoras negras, os sistemas opressivos vão criando inclusive essa ausência de oportunidades e de opções, como tá no pensamento da Bell Hooks, que as profissionais negras, sobretudo as mulheres negras que estão na base da pirâmide socio-racial do Brasil e também do jornalismo enquanto profissão, vão sofrendo grandes impactos do racismo e do sexismo no dia-a-dia da profissão, no exercício profissional, e o quanto elas precisam reagir a essas violências todas que se naturalizam nessas redações por meio da cumplicidade das empresas de notícias jornalísticas. (Isabel Clavellin – entrevista realizada em dezembro de 2016)

Na mesma linha de pensamento em que antes a presente pesquisa mostrou a importância da seleção dos signos e linguagens, Daniel mostra que uma das necessidades em relação às notícias está em rever os termos selecionados para designar certas coisas ou pessoas. Tanto é que na introdução do Guia de Terminologia do UNAIDS, que contém sugestões sobre termos mais adequados para se utilizar em relação às populações-chave do Programa, está escrito que a linguagem molda crenças e é capaz de mudar e de influenciar comportamentos.

Nomear coisas, utilizar termos quando novas palavras são criadas tem uma importância fundamental para a nossa concepção do mundo, para a criação de um consenso sobre o que é o mundo. Quando você nomeia as coisas, define-se um mundo. O que a gente tem vivido nos últimos anos e décadas sobre o que é “politicamente correto”, nome que foi dado para esse tipo de onda, no ponto de vista do discurso, é um pouco isso: vozes que ainda não existiam, sejam porque eram oprimidas e marginalizadas ou não tinham a oportunidade de existir, ou que não se existem porque se autoidentificam como X, Y, Z, e essa existência obviamente incomoda. (Daniel de Castro – entrevista realizada em dezembro de 2016)

Para o jornalista, a linguagem faz parte de um jogo de poder, porque quem dá nomes tem o poder, e “a linguagem de forma adequada, no caso do HIV e AIDS, é capaz de ter uma contribuição fenomenal para a resposta”. Entre classificar um soropositivo como uma “pessoa vivendo com HIV” e ‘aidético”, pode existir um julgamento de valor. Cabe dentro dos parâmetros da ética a primeira opção, que está dentro do parâmetro “*People first*”, que sugere que se tenha a pessoa como prioridade. Por isso, o jornalismo deve falar sobre pessoas vivendo com deficiência, não deficientes. “Ela pode ser uma pessoa vivendo com AIDS ou HIV, mas não é o HIV que define a sua existência, ela é uma pessoa antes disso. O termo pode ser uma fotografia daquele momento da pessoa, mas o indivíduo tem uma essência por trás que é infinitamente mais importante” (Daniel de Castro – entrevista em dezembro de 2016).

b. Programa Mundial para Educação em Direitos Humanos da ONU

A Comunicação é um dos objetos de destaque do Programa para Educação em Direitos Humanos da ONU (2005 a 2019). A terceira fase do Plano Mundial, que começou em 2015 e vai até 2019, é focada na formação e proteção de profissionais de comunicação, e também em fortalecer a população como um público crítico a conteúdos que serão publicados.

Em dezembro de 2011, a Assembleia Geral aprovou, sem votação, a Declaração das Nações Unidas sobre Educação e Formação em Direitos Humanos. A Declaração afirma que a educação em direitos humanos fornece a todas as pessoas conhecimento e competências, bem como desenvolve suas atitudes e comportamentos, empoderando-as para desfrutar e exercer seus direitos e também respeitar e defender os direitos dos outros (Art. 2). Da mesma forma, declara que os Estados e, onde se aplicar, as autoridades governamentais pertinentes, são os principais responsáveis quanto à promoção e à garantia da educação e da formação em direitos humanos, e que os Estados devem criar um ambiente seguro e favorável para o envolvimento da sociedade civil e de outras partes interessadas relevantes nesses processos (Art. 7). a essa educação pode ser definida como quaisquer esforços de aprendizagem, educação, treinamento ou informação com vistas a construir uma cultura universal de direitos humanos (Plano de Ação da Terceira Fase do Programa Mundial para Educação em Direitos Humanos – 2015 ONU)

No que diz respeito a profissionais de mídia e a jornalistas, o plano se propõe a: (i) destacar o seu papel na promoção e na proteção dos direitos humanos; (ii) fornecer orientação para programas efetivos de formação em direitos humanos para profissionais de mídia e jornalistas; (iii) apoiar o desenvolvimento, a adoção e a implementação de estratégias revelantes e sustentáveis de formação; (iv) destacar a importância de ambientes favoráveis que garantam a proteção e a segurança dos profissionais de mídia e dos jornalistas; (v) facilitar o apoio à formação em direitos humanos para profissionais de mídia e jornalistas por meio de organizações locais, nacionais, regionais e

internacionais; (vi) apoiar a cooperação e criação de redes entre instituições e organizações governamentais e não governamentais, nos âmbitos local, nacional, regional e internacional.

O Comitê de Direitos Humanos definiu o jornalismo como “uma função compartilhada por uma ampla gama de atores, o que inclui repórteres e analistas profissionais em tempo integral, bem como blogueiros e outras pessoas envolvidas com publicações próprias, impressas, na internet ou em qualquer outra plataforma”. 5 Segundo a Assembleia Geral, “o jornalismo está sempre evoluindo, de modo a incluir contribuições das instituições de mídia, de particulares e muitas outras organizações que procuram, recebem e divulgam informações e ideias de todos os tipos, online e offline, no exercício da liberdade de opinião e de expressão”. 6 Isso inclui informações compartilhadas por meio de canais tradicionais ou pela internet, por tecnologias da e mídias sociais, difundidas por meios de comunicação públicos ou privados, bem como por particulares envolvidos em atividades jornalísticas que não estão formalmente empregados em nenhuma organização de mídia.

(Plano de Ação da Terceira Fase do Programa Mundial Educação em Direitos Humanos da ONU, 2015)

A leitura do Programa do Plano Mundial é um exercício muito importante para saber o posicionamento das Nações Unidas em relação ao jornalismo como motor de direitos. Destaca-se o papel da mídia nas sociedades democráticas, na promoção de direitos, da paz, democracia e desenvolvimento. Também a liberdade de procurar, receber e divulgar informações por qualquer mídia, (prevista no artigo 19 Pacto Internacional de Direitos Civis e Políticos) e a liberdade sem censura e obstáculos como essenciais para a liberdade de expressão. O documento também destaca a importância da mídia de massa na formação de crianças e adolescentes, e sua necessidade de contribuir para a formação em direitos humanos e eliminar discriminações. Também se fala sobre os Direitos dos Povos Indígenas de criarem suas próprias mídias.

O Programa traça métodos e ferramentas de formação dos profissionais de jornalismo. O currículo de educação em direitos humanos para profissionais de mídia pode incluir os seguintes módulos:

- (a) uma introdução básica aos direitos humanos, com conteúdo sobre:
 - (i) o papel dos profissionais de mídia e dos jornalistas na promoção e na proteção dos direitos humanos;
 - (ii) normas e instrumentos de direitos humanos internacionais, regionais e nacionais, incluindo os(as) que protegem grupos em situação de vulnerabilidade;
 - (iii) organismos governamentais internacionais, regionais e nacionais, e outros, como instituições nacionais de direitos humanos, responsáveis por proteger e promover esses direitos;
 - (iv) defensores dos direitos humanos e organizações da sociedade civil, nos âmbitos nacional, regional e internacional;
- (b) direitos humanos de profissionais da mídia e jornalistas, com conteúdo sobre:
 - (i) instrumentos e normas internacionais, regionais e nacionais relativos à liberdade de expressão e à segurança de profissionais de mídia e jornalistas;
 - (ii) mecanismos e procedimentos internacionais, regionais e nacionais relativos à liberdade de expressão e à segurança de profissionais de mídia e jornalistas;
- (c) respeito aos direitos humanos na prática jornalística, incluindo:
 - (i) princípios de direitos humanos no jornalismo, incluindo a igualdade e a não discriminação, o respeito à dignidade, a participação, a transparência e a responsabilização; de formadores devem incluir sessões de metodologia de treinamento, descritas no Parágrafo 44 abaixo, e a concepção de materiais e sessões das próprias sessões de formação;

(d) introduzir incentivos para os profissionais de mídia e jornalistas, especialmente para aqueles provenientes de grupos em situação de vulnerabilidade, a fim de encorajar sua participação voluntária em programas de formação em direitos humanos, bem como divulgar suas histórias para um público mais amplo;
(Plano de Ação da Terceira Fase do Programa Mundial de Educação em Direitos Humanos, 2015)

Trabalhar a comunicação com a sociedade é um importante passo segundo Ulisses Lacava, já que cada um é comunicador potencial hoje em dia, e todos têm de alguma forma acesso a uma tecnologia que permite que você coloque suas ideias, possa expressar suas opiniões. Porém, da mesma forma com que cada um pode ser comunicador hoje e fazer a informação chegar a centenas de conhecidos, se tem uma situação em que muito disso é questionado, são informações que não procedem. Portanto, cada usuário de mídias sociais precisa ter a responsabilidade em estar atento para o que tipo de informação compartilhará.

Formar o público sobre a crítica de mídia é uma das possibilidades da educomunicação, defendida por Isabel Clavellin (2016 - entrevista) como um processo fundamental que:

(...)Possibilita a desconstrução dessas discriminações e desigualdades no âmbito das comunicações, (comunicação hegemônica, contra-hegemônica, pública, comunitária, comunicação alternativa), de modo que realmente possamos partir de processos inclusivos na comunicação e possamos inclusive desenvolver modelos que se sustentem e que empoderem as comunidades, grupos sociais, movimentos sociais, e com o propósito de criar uma agenda emancipatória no âmbito das comunicações tendo em vista as exclusões que ainda são prevalentes na indústria cultural e nas comunicações, pois a percebemos desde a força de trabalho até o produto final que chega às pessoas. (Isabel Clavellin, entrevista realizada em dezembro de 2016)

Para a comunicadora, a educomunicação é uma alternativa para assegurar que o conjunto das diversidades seja compreendido pela população e pelos meios de comunicação no Brasil como cidadãos e não somente como consumidores, audiência ou público alvo.

4. Educação, Comunicação, Educomunicação

Educação só se faz com comunicação. Comunicar é trocar informação, e de alguma forma, educar. A educomunicação está presente em cada plataforma que leva informação sobre comunicação, sobre mídia e suscita a crítica ao conteúdo que diariamente aparece na TV, no rádio, jornais impressos e online, entre tantos outros.

A educação no Brasil teve seus avanços nos últimos anos (com base em estatísticas públicas). O analfabetismo no Brasil diminuiu 4.3 pontos percentuais em 14 anos, chegando a 8,3% (13,2 milhões de pessoas) em 2015 entre a população de 15 anos ou mais (segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Também sabe-se que apenas 30% das pessoas com mais de 25 anos tem de 11 a 15 anos de estudo, somente 12,4% tem 15 anos ou mais de estudo, enquanto 22% tem de 4 a 7 anos de estudo. Há diversos números que buscam medir realidades do escolaridade no Brasil, mas pouco sobre o potencial da educação não formal. Menos ainda sobre a educomunicação. Nesse contexto, busca-se compreender como a educação não-formal baseada na educomunicação tem sido praticada para a promoção de direitos humanos pelos coletivos de educomunicação.

Para responder ao questionamento, primeiramente serão compiladas informações sobre o potencial social da educação e da educomunicação. Depois, analisa-se o potencial da comunicação para o fortalecimento de garantia e da conscientização sobre os direitos humanos. O próximo tópico mostra o potencial da educomunicação para o fortalecimento da mídia radical. E Então, une-se a prática da educomunicação aos direitos humanos em análises de cursos de formação em jornalismo para direitos humanos e propostas de novas formas de atuação.

4.1 Educação através da/para a Comunicação

(A educação) não pode limitar-se a conscientizar dentro da sala de aula. Deverá aprender a se conscientizar com a massa (Freire, 1983, p.12)

A educação vai além do que se passa dentro de uma sala de aula. O aprendizado está presente em todos os ambientes em que há uma relação de contato com novas realidades. Paulo Freire mostrou que mesmo na relação aluno-educador, a educação acontece das duas partes, diferente do que costuma contar a tradição pedagógica.

A tradição pedagógica insiste ainda hoje em limitar o pedagógico à sala de aula, à relação professor – aluno, educador – educando, ao diálogo singular ou plural entre duas ou várias pessoas. Não seria esta uma forma de cercear, de limitar a ação pedagógica? Não estaria a burguesia tentando reduzir certas manifestações do pensamento das classes emergentes e

oprimidas da sociedade a certos momentos, exercendo sobre a escola um controle não apenas ideológico (hoje menos ostensivo do que ontem), mas até espacial? Abrir os muros da escola para que ela possa ter acesso à rua, invadir a cidade, a vida, aparece ser ação classificada de ‘não-pedagógica’ pela pedagogia tradicional. A conscientização sim (até certo ponto), mas dentro da escola, dentro dos ‘campi’ das Universidades. (Freire, Paulo. 1983, p.11-12)

Para Freire, a conscientização que vem apenas do professor ao educando limita a operação de mudanças sociais. O papel da educação seria ajudar na busca por um sujeito que é o homem, dado que ele é inacabado e sabe-se inacabado. Para tanto, o homem não pode ser objeto da educação praticada por outros, mas ser o sujeito da própria educação. Por isso, todo processo educativo deve funcionar como uma via de mão dupla, basear-se na comunicação e iniciar-se pela pergunta.

“Não creio numa educação feita para e sobre os educandos. Não creio, também, na transformação revolucionária, como há tanto tempo já disse, feita para as massas populares, mas com elas”. (Freire, Faundez – trecho escrito por Freire. p. 43.). A prática vigente no ensino formal é chamada por Freire de castração da curiosidade. É imprescindível, para ele, que ambos aprendam durante o processo de aprendizado e que o ensino seja pergunta, não resposta. O autoritarismo, então, é capaz de cortar experiências educativas.

É pela Pedagogia da Pergunta que um professor poderá estabelecer um processo comunicativo e educativo eficaz. Ensinar através de perguntas é uma prática que muito pode se assemelhar ao processo de construção do jornalismo, e o resultado, em ambos os processos, vai depender da profundidade da curiosidade e linha de raciocínio, da bagagem referencial e da abertura que os dois sujeitos comunicativos apresentarem durante a produção de conhecimento.

Lukács mostra que a educação sempre orienta-se a formar o educando segundo lógicas (que ele chama de possibilidades) que vão ter algum porquê na sociedade. “toda educação orienta-se para formar no educando possibilidades bem determinadas, que em dadas circunstâncias parecem socialmente importantes, e reprimir, ou modificar, aquelas que parecem prejudiciais para essa situação” (Lukács, 2010, p.221-222). Essas possibilidades seriam elaboradas com uma consciência de formar o ser humano útil e proveitoso para a sociedade, assim como são indispensáveis para a auto-reprodução dos seres humanos em uma sociedade sociabilizada e auto-reprodução da própria sociedade. Com base nos estudos ontológicos de Lukács, Tassigny escreve que:

A práxis educativa inaugura um processo especial de relação do indivíduo com a totalidade, na atualização das possibilidades de efetivação da liberdade. Pontuamos que a práxis educativa, entretanto, só assume sua função social mais radical e mais autêntica quando passa a se efetivar como mediação das ações de natureza ética, ou seja, quando se realiza na sociedade capitalista, possibilitando a superação da relação dicotômica existente entre indivíduos e sociedade; e também quando facilita e generaliza o entendimento de que os homens são os sujeitos de sua história, ainda que em circunstâncias não escolhidas por eles. (Tassigny, 2004. p.85)

A relação entre educação, comunicação e sociedade capitalista era explicada por Lukács de

forma que a linguagem surge dos pressupostos ontológicos, condições e consequências do trabalho,

Os seres humanos tinham apenas alguma coisa a dizer uns aos outros. Ter algo para dizer significa, no entanto, fixar com clareza em uma forma universalmente compreensível que ultrapassa a reação imediata, o nexo de um fenômeno com a sua genericidade. Como tanto o processo de trabalho quanto seus instrumentos e produtos materiais, como sabemos, já em seu ser material imediato possuem essa sociabilidade, que encerra em si, ao mesmo tempo, necessidade e capacidade de uma tal mediação universal, foi necessário surgir, simultaneamente com o trabalho – para que ele pudesse funcionar da maneira mais elementar e simples –, esse veículo importantíssimo, de expressão da universalidade. (Lukács, 2010, p. 347)

Lukács mostra ser imprescindível relacionar as mudanças que levam a sociedade do falar ao escrever, do escrever ao imprimir, até os meios de comunicação de massa como um processo de ser histórico nascido do trabalho.

A leitura sobre a comunicação e a função social que ela desenvolve é um dos pressupostos da prática da educomunicação. Essa ciência social tem suas raízes na teologia da libertação e nas teorias críticas sobre educação e comunicação, como os estudos críticos da Escola de Frankfurt, estudos culturais ingleses, a pedagogia dialógica de Freire e os estudos de recepção e teorias das mediações, como mostra Gall (2005, p.01), pois formam “un cruce multidisciplinar que se embebe de las herencias teórico-prácticas que históricamente han servido para constituir campos de conocimiento em torno a objetos de estudio por demás variados”. Os estudos concentrados na presente pesquisa sobre simulacros, hegemonias, discursos e educação são fundamentais para mostrar como a educomunicação é necessária na nossa sociedade.

O Núcleo de Estudos em Comunicação e Educação da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo apresenta a educomunicação como uma proposta para construir “ecossistemas comunicativos abertos, dialógicos e criativos, nos espaços educativos, quebrando a hierarquia na distribuição do saber, justamente pelo reconhecimento de que todas as pessoas envolvidas no fluxo da informação são produtoras de cultura, independentemente de sua função operacional no ambiente escolar”.²⁸ O conceito tem como pressuposto básico o direito de todos à expressão e à comunicação.

Na definição de Soares (2009), educomunicação é

el conjunto de las acciones de carácter multidisciplinar inherentes a la planificación, ejecución y evaluación de procesos destinados a la creación y el desarrollo –en determinado contexto educativo– de ecosistemas comunicativos abiertos y dialógicos, favorecedores del aprendizaje colaborativo a partir del ejercicio de la libertad de expresión, mediante el acceso y la inserción crítica y autónoma de los sujetos y sus comunidades en la sociedad de la comunicación, teniendo como meta la práctica ciudadana en todos los campos de la intervención humana en la realidad social. (Soares, 2009, p. 202)

²⁸ Disponível em <http://www.usp.br/nce/?wcp=/aeducomunicacao/texto,2,2,3>. Visualizado em 13.02.2017

Barranquero destaca Antonio Pasquali (1963) como um dos fundadores do pensamento alternativo sobre comunicação na América Latina, ao iniciar uma aproximação programática entre os conceitos de comunicação participativa e desenvolvimento, mediante práticas que distinguiam a informação da comunicação. Em 1967, Paulo Freire irá na mesma linha de raciocínio mostrar que a comunicação é dialética.

Según registra Barranquero, en el modelo inaugurado en América Latina, la auténtica comunicación es dialéctica y resuelve las contradicciones entre conocimiento/reflexión/teoría, de una parte, y acontecimiento/acción/praxis, de otra, generando el proceso de “concientización”, en el doble sentido político-pedagógico freireano, como conocimiento (o descubrimiento de la razón de las cosas) y como conciencia (de sí, del otro, de la realidad), siempre acompañada de acción transformadora y política, permitiendo a analistas internacionales, como Denise Gray-Felder y John Dean, de la Rockefeller Foundation, constatar el fortalecimiento en América Latina de la búsqueda por la autonomía en la planificación y ejecución de los proyectos de desarrollo. (Soares, 2009, p. 201)

Na década de 1980, diversas organizações não governamentais assumiram como metodologia a educomunicação no continente. No Brasil, como conta Soares, 10 organizações formaram a Rede CEP – Comunicação, Educação e Participação, como o objetivo de promover o advocacy da educomunicação. Entre 2001 e 2004, o Prefeitura de São Paulo junto ao Núcleo de Comunicação e Educação da USP desenvolveram o programa Educação pelas Ondas do Rádio (educom.rádio). Na ocasião, alunos de 455 escolas tiveram contato durante um semestre com práticas de educomunicação.

A atuação profissional dos educadores latinoamericanos é marcada pela habilidade em coordenar projetos culturais e facilitar a ação comunicativa de outras pessoas. “Se advierte en ellos una preocupación por la democratización del acceso a la información, utilizando su actuación profesional como medio para la formación de valores solidarios y democráticos, anhelando la transformación del ambiente en el que viven.” (Soares, 2009, p. 196)

Soares destaca quatro dos valores educativos comuns nesse novo campo:

- a) la opción por aprender a trabajar en equipo, respetando las diferencias; b) la valorización de los errores como parte del proceso de aprendizaje; c) el amparo a proyectos dirigidos a la transformación social; d) la gestión participativa de todo el proceso de intervención comunicativa (Soares, 2009, p. 196)

Discutir o papel dos meios de comunicação na sociedade e como se dá a sua recepção pelo público é, para os teóricos da educomunicação, uma forma de motivar o sistema formal de educação a mediar a convivência entre as novas e velhas gerações de produtores e consumidores. “Lo que nadie sospechaba es el avance ocurrido justamente por cuenta del poder mediador de las tecnologías: las

nuevas generaciones se definen convirtiéndose, ellas mismas, en productoras de mensajes y de sentidos”. (Soares, 2009, p.196)

4.2 Educomunicar para construir mídia radical

A produção de conteúdo a partir da crítica de mídia é a vertente da educomunicação que mais será analisada na presente pesquisa. A mídia radical é um fruto constante da educomunicação, já que o descontentamento com a mídia corporativa aumenta quando se tem noção da forma como ela se organiza e de como estão distantes da prática da lei e dos direitos humanos. A partir do descontentamento, um grande passo a ser dado é produzir material midiático que vá na contramão dos padrões vigentes.

Durante sua passagem por Brasília em novembro de 2016, a pesquisadora americana Patrícia Hill Collins, professora de sociologia da Universidade de Maryland, autora de *Another Kind of Public Education: Race, the Media, Schools, and Democratic Possibilities* (2009) falou em entrevista à presente pesquisa sobre o papel da educomunicação em empoderar grupos sociais levando-os a plataformas as quais não teriam acesso se dependessem da educação formal e da mídia corporativa. Vir da experiência para a academia e regressar à experiência é o papel do jornalismo e da universidade de jornalismo.

Esse foi o trajeto desenvolvido por Alissa Richardson, professora de Mobile Media na Bowie State University, de Maryland, EUA, coordena um projeto de produção de jornalismo através de dispositivos móveis com jovens nos EUA, Europa e África. Em seus estudos, ela treina usar apenas dispositivos móveis, com MOJO (Mobile Journalism). Com seu projeto, já viajou à África do Sul para ensinar jovens meninas soropositivas a reportar notícias usando apenas um iPod Touch, com patrocínio da Apple. E durante o período de início da “primavera árabe”, Alissa foi convidada a levar o MOJO a meninas muçulmanas. O trabalho de Alissa é caracterizado como educomunicação porque através da formação de jovens e da troca de experiências (ela leva a técnica, as meninas trazem suas expectativas em relação à sociedade), ela consegue empoderar mulheres a serem comunicadoras. Em 2012, Alissa recebeu da Associação Nacional de Jornalistas Negras (NABJ) o prêmio de *Journalism Educator of the Year* por seu trabalho internacional e a capacidade de “falar a verdade ao poder usando novas mídias”. Em seu website, Alissa relata as experiências dos cursos de formação em MOJO com meninas na África do Sul, realizado a convite da GlobalGirl Media. Durante quatro semanas, Alissa esteve com 10 meninas em um curso, e elas produziram 21 vídeos, sendo que algumas delas nunca haviam utilizado um computador antes do curso.

Os vídeos estão disponíveis no site globalgirlmedia.org. Um deles, sobre Violência Contra Mulheres na África do Sul²⁹, mostra a investigação que o grupo fez sobre porque os números dessa

²⁹ Disponível em: <http://globalgirlmedia.org/city/south-africa/violence-against-women-in-south-africa/> visualizado em 13.02.2017

violência são tão altos (uma a cada quatro mulheres da África do Sul são sobreviventes de abuso doméstico). Em um vídeo curto, de 02:14 minutos, a reportagem expõe dados sobre a violência doméstica no país, entrevista uma mulher ativista contra a violência doméstica e entrevista três jovens homens que respondem porque têm o costume de bater em suas mulheres. É um material significativo que expõe a realidade das meninas que o produzem e que está hoje documentado, exposto na internet e pode ser utilizado como meio para se conquistar mais direitos e empoderamento de outras mulheres e homens contra a violência doméstica. Este é um dentre diversos exemplos de mídia radical produzida através da educomunicação. O projeto GlobalGirlmedia continua em diferentes lugares do mundo levando poder midiático às vozes de mulheres, como diz a repórter Mandisa Madikane no encerramento do vídeo sobre “discriminação contra soropositivos em Soweto³⁰”, “this is our world, my voice”, traduzido, “esse é o nosso mundo, minha voz”.

4.3 Repórter da Quebrada – Experiência de Curso de Formação em Jornalismo

“Temos que nos voltar cada vez mais às escolas, pois os alunos se tornam multiplicadores”

(Redes e Ruas, 2016. p.)

A fala do jornalista Thiago Borges estampa a reportagem sobre o Repórter da Quebrada do Livro do programa Redes e Ruas 2015. Em 2015, o Coletivo Periferia em Movimento realizou com o apoio do Edital Redes e Ruas (Prefeitura da cidade de São Paulo) o Projeto *Repórter da Quebrada – Jornalismo Cidadão Conectando o extremo Sul*. O projeto teve ao todo duração de 10 meses, e as formações exploraram o contato com temas de direitos humanos relacionados às suas vivências, como o ECA - Estatuto da Criança e do Adolescente, o direito à comunicação e o direito à igualdade. Junto às discussões temáticas, os jovens foram introduzidos a práticas de entrevistas nas ruas e praças do bairro, coletivas de imprensa, edição de áudio, vídeo e texto, entre outras etapas da produção jornalística.

A primeira lealdade do jornalismo é com os cidadãos e deve apresentar a eles o que é significativo de forma interessante e relevante. Mas, protagonistas da transformação de suas próprias vidas, os moradores das periferias paulistanas continuam sendo retratados pela mídia convencional de maneira limitada e estereotipada. Por isso, em 2015 o Periferia em Movimento desenvolve o projeto Repórter da Quebrada – Jornalismo Cidadão conectando o Extremo Sul. Com o apoio de profissionais, artistas e militantes do Extremo Sul de São Paulo, vamos utilizar espaços públicos de interação on-line e off-line para dar visibilidade às ações locais.

(Periferia em Movimento, 2015. Website. Visualizado em 09/01/2017)³¹

³⁰ Disponível em: Disponível em <http://globalgirlmedia.org/city/south-africa/discrimination-against-hiv-aids-patients-in-soweto/> Visualização em 13.02.2017

³¹ Disponível em: Disponível em: <http://periferiaemmovimento.com.br/categoria/projetos-especiais/projetos-em-andamento/reporter-da-quebrada/> Visualização em 13.03.2017

O Curso *Repórter da Quebrada I* ³² aconteceu em etapas ao longo de 2015. No primeiro momento, de março a julho de 2015, foram realizadas 40 horas de oficinas livres sobre mídia e direitos humanos em escolas nos bairros do Colônia, Grajaú, Cidade Dutra e Jardim Primavera – todos nas Periferias do Extremo Sul de SP. Durante os encontros, os participantes tiveram contato com o tema e eram convidados a participar da formação completa.

A segunda etapa consistia em uma formação estendida durante oito sábados com uma mesma turma de alunos que se inscrevessem. Além de divulgar o curso nas escolas em que aconteceram as primeiras oficinas pontuais, o Periferia em Movimento também fez divulgação online na página do facebook. As inscrições aconteceram através de um formulário online que deveria ser preenchido, e continha as seguintes informações:

Já parou pra pensar o que é notícia na sua quebrada? Ou quantas histórias interessantes você já vivenciou, mas que o mundo não conhece? E se você pudesse contar tudo isso em diferentes meios: fotos, vídeos, textos...?

Por isso, em julho e agosto o coletivo de comunicação Periferia em Movimento desenvolve o projeto Repórter da Quebrada – Jornalismo Cidadão conectando o Extremo Sul. Saiba mais sobre nós: <http://periferiaemmovimento.com.br/>

Com o apoio de profissionais da comunicação, artistas e militantes do Extremo Sul de São Paulo, vamos entrevistar gente interessante, produzir conteúdos, publicar na internet, mandar pelo Whatsapp, imprimir.... E espalhar nossas percepções por aí.

O curso é totalmente gratuito e inclui lanche, vale-transporte e uma verba coletiva para produção das reportagens. São apenas 20 vagas!

Pais ou responsáveis que desejarem podem acompanhar as aulas também.

Leia todas as informações, inscreva-se até o dia 06 de julho e seja um repórter da quebrada. Pois se a história é nossa, deixa que a gente conta!

ANOTAÍ!

O QUÊ? Curso "Repórter da Quebrada", do Periferia em Movimento

QUANDO? Aos sábados (11, 18 e 25 de julho; 01, 08, 15, 22 e 29 de agosto), das 14h às 18h

ONDE? Os encontros acontecem no CEDECA Interlagos, localizado na rua Nossa Senhora de Nazaré, 51 - Cidade Dutra - Próximo à lombada eletrônica e do Sonda Supermercados.

POR QUÊ? Para se tornar um agente de comunicação local e dar visibilidade às histórias interessantes que acontecem na nossa região.

PARA QUEM? Qualquer pessoa com idade a partir dos 13 anos pode se inscrever (leia abaixo os critérios de preferência adotados por conta da limitação de vagas)

TEM QUE PAGAR? Não. O curso é gratuito para os participantes. As despesas são pagas com fomento do Edital Redes e Ruas, da Prefeitura de São Paulo.

COMO PARTICIPAR? Preencha seus dados abaixo, cruze os dedos e aguarde nosso contato!

CRITÉRIOS DE PREFERÊNCIA

Em caso de grande quantidade de inscrições, o Periferia em Movimento se reserva no direito de adotar critérios para selecionar até 20 participantes na seguinte ordem de importância:

- Tempo disponível para participar do curso aos sábados (11, 18 e 25 de julho; 01, 08, 15, 22 e 29 de agosto), das 14h às 18h
- Interesse em jornalismo, comunicação ou temáticas sociais
- Ter entre 13 e 17 anos
- Morar na região Extremo Sul de São Paulo (distritos de Grajaú, Cidade Dutra, Marsilac,

³² Antes disso, a Inserir Nota - A Primeira Experiência chamada Repórter da Quebrada do Periferia em Movimento aconteceu em 2013 durante a Virada Sustentável. Na ocasião, no dia 08 de junho de 2013, 17 moradores de Marsilac e região (Extremo Sul de São Paulo) participaram de uma oficina e produziram uma reportagem sobre os Direitos dos moradores no bairro que fica 60 km distante do marco zero de SP. A Reportagem colaborativa: Marsilac, o distrito mais periférico de SP pode ser visualizada em: <http://periferiaemmovimento.com.br/reportagem-coletiva-marsilac-o-distrito-mais-periferico-de-sao-paulo/>.

Parelheiros ou Socorro)

- Estudar em escola pública

- Ser indicado ou atuar em coletivos, movimentos, grêmios estudantis, ONGs, igrejas, associações de moradores, entre outras organizações

- Ter participado de uma atividade anterior do Periferia em Movimento

Aplicados esses critérios e preenchidas todas as vagas, os demais inscritos entram em uma lista de espera e serão chamados caso haja desistência de algum participante ao longo do curso.

Bora se inscrever? ;-)

(Periferia em Movimento, 2015)

Os inscritos teriam que preencher um questionário sobre o seu interesse em participar do curso, relatando sua experiência prévia em projetos parceiros ou outras oficinas já realizadas, e sobre quais as áreas que mais gostariam de ter contato.

O jovem que se inscrevesse teria que preencher seu nível de interesse: “Meça seus interesses, parça! Dessa forma, conseguiremos definir melhor a programação e os convidados especiais para os nossos encontros: Nasci pra isso ;-); Interessa muuito!; É, pode ser...; Interessa nadazZz; Afff – para as áreas de foto, vídeo, texto, áudio e design. Também teria que responder o que motiva a participar “desse curso em pleno sabadão”. O questionário era, portanto, além de um mecanismo de seleção, mais uma forma de mostrar que o curso seria adaptado conforme o interesse dos participantes.

No total, 30 adolescentes foram selecionados e convidados para realizarem o Curso que trabalhou a integração entre Jornalismo e Direitos Humanos com participantes entre 13 e 18 anos. As aulas tiveram os seguintes temas: Aula 1 – Nossa História; Aula 2 – Nossos Direitos; Aula 3 – Nossa Expressão; Aula 4 – Nossa Escuta; Aula 5 – Nossa Reflexão; Aula 6, 7 e 8 – Nossos Olhares.

O primeiro encontro aconteceu no dia 11 de julho de 2016 no Centro de Defesa da Criança e do Adolescente, CEDECA Interlagos. Seguindo a temática *Nossa História*, a dinâmica inicial consistiu em uma conversa para que todos pudessem se conhecer e compartilhar suas motivações. A partir de uma atividade em que todos diziam o que queriam e o que não queriam que acontecesse durante o *Repórter da Quebrada*, foram acertadas as regras de convivência em grupo. Tal atividade, segundo os integrantes do coletivo, era essencial visto que o grupo era muito diverso em questões de raça, identidade de gênero, orientação sexual e religião. Não seria possível nem ideal realizar um curso de formação em direitos humanos em que qualquer um dos participantes se sentisse desrespeitado e não pudesse falar sobre isso. Após a dinâmica, integrantes do Periferia em Movimento apresentaram uma introdução sobre a proposta do curso e sobre o direito à comunicação, sempre buscando partir das concepções que os jovens tinham sobre os conceitos para então fazerem as reflexões em conjunto. Dessa maneira, aconteceu o resgate à própria história, e de como isso acontece através da comunicação.

Depois de um intervalo para o lanche³³, dois convidados conversaram com o grupo sobre suas vivências. Pedro Gomes é produtor audiovisual nascido na região do Grajaú, e Allan Zas é professor de história e músico na banda Razallfaya. A conversa teve como proposta ser um momento de identificação dos participantes com os convidados, de conversar sobre as histórias do bairro e também sobre as oportunidades capazes de mudar trajetórias. A tarefa de casa para o próximo encontro seria conversar nas suas próprias casas sobre os motivos porque se mudaram para o Grajaú, e como é a história da família em relação à moradia. O encontro foi registrado e publicado na página do facebook do Periferia em Movimento, e o post alcançou 3.010 pessoas:

Juventude quer falar: No último sábado (11 de julho), o Periferia em Movimento iniciou uma jornada de dois meses pelas quebradas do Extremo Sul fazendo jornalismo com mais de 20 jovens entre 13 e 20 anos que vivem em Cidade Dutra, IV Centenário, Grajaú, Jardim Gaivotas, Jardim Prainha, Jardim Eliana, Ilha do Bororê, Parelheiros, Colônia, Barragem e por aí vai... Muitas vivências, muitos pontos de vista e muita vontade de contar sua própria história: são os participantes que movem o Repórter da Quebrada, um curso de jornalismo cidadão que acontece com fomento do Edital Redes e Ruas da Prefeitura de São Paulo.

Gratidão ao Cedeca Interlagos pela parceria e espaço cedido, e aos nossos convidados Pedro Gomes e Alan Zas (da Razallfaya) pelas histórias compartilhadas.

Fotos: Mariana Caires

Saiba mais em <http://periferiaemmovimento.com.br/reporter-da-quebrada/>

#reduçãoNãoÉSolução

#JornalismoJovem

#RepórterdaQuebrada

#ExtremoSul

#PeriferiaemMovimento

(Periferia em Movimento, 2015. Publicação original disponível em:

<https://www.facebook.com/PeriferiaemMovimento/posts/930348463692371>

Observa-se no post o envolvimento do público com o projeto nos comentários “Viva!!! Muito bom ver esses jovens mobilizados. Sábado que vem a Duda estará com vcs” (Cristiane Rosa), “parabéns pelo trabalho (José Carlos Bimbatte Júnior), “Adorei a iniciativa...” (Cassia de Azevedo), “Adorei e iso ai (Elizete Silva), “Posta as histórias, se possível, seria massa e daria mais visibilidade ao movimento” (Giselle Eckmann), “Lindezaaaa” (Mariana Belmont), além dos comentários com marcações de outras pessoas para convidá-las a conhecerem o projeto, e outro que marcava um nome acompanhado da palavra “pauta”, o que mostra que o curso seria pautado por outros jornalistas, como realmente aconteceu.

O Segundo encontro (Nossos Direitos, realizado no dia 18/07/2015) aconteceu no Circo Escola – Grajaú, durante o encerramento da *Semana do Estatuto da Criança e do Adolescente*. No início, foi feita uma atividade de colocar nos papéis as respostas da tarefa de casa, e então o grupo debateu as experiências de cada um. Após a dinâmica aconteceu a exibição de parte dos curta-

³³ Importante notar que as 4 horas por sábado contavam com intervalo e que a refeição era custeada pelo projeto, assim como o transporte. Todos os gastos do grupo eram considerados na planilha de prestação de contas do Repórter da Quebrada.

metragens quem manda na sua cidade? (produzido pelo MTST) e Entre Rios (apenas o trecho inicial). Então, convidados presentes conversaram sobre o que são Direitos, quais os Direitos das Crianças e dos Adolescentes, e quais os Direitos Humanos em geral. Foi um momento de primeiro contato com os direitos, ainda sem nenhum registro jornalístico, apenas para apuração. Como tarefa de casa, os estudantes receberam a missão de ler a Declaração Universal dos Direitos Humanos e o Estatuto da Criança e do Adolescente e destacar quais direitos registrados no papel não são parte de suas vidas.

O terceiro encontro, no dia 25/07/2015, explorou a área da produção audiovisual dentro da temática *Nossa Expressão*. O local escolhido para a atividade foi um estúdio de gravação independente localizado na Vila Natal, também Extremo Sul de São Paulo. Além de aprenderem sobre a parte técnica de um estúdio e como funciona a gravação, os participantes fizeram uma conversa com o convidado Anderson Resende, professor e advogado, e gravaram em forma de vídeo suas opiniões sobre os direitos humanos que estão na Declaração Universal da ONU. “Como os direitos *estão/deveriam estar/não estão* presentes nas nossas vidas?”. Os depoimentos gravados seriam, posteriormente, editados e compilados em vídeos a serem compartilhados. A lição de casa foi que cada um se preparasse para realizar entrevistas nas ruas no sábado seguinte. O encontro também foi registrado em publicação no facebook, que obteve 1.388 visualizações e alguns comentários parabenizando o grupo pelo trabalho realizado.

Juventude quer falar

No último sábado (25 de julho), o Periferia em Movimento realizou mais um encontro do curso “Repórter da Quebrada” - uma jornada de dois meses pelas quebradas do Extremo sul fazendo jornalismo com mais de 20 jovens entre 13 e 20 anos que vivem em Cidade Dutra, IV Centenário, Grajaú, Jd das Gaivotas, Jd Prainha, Jd Eliana, Ilha do Bororé, Parelheiros e por aí vai...

Dessa vez, visitamos o estúdio Adágio Produções, localizado na Vila Natal; trocamos uma ideia sobre a Declaração Universal dos Direitos Humanos, a Constituição Federal e o Estatuto da Criança e do Adolescente com o parceiro, militante e advogado Anderson Resende; e gravamos depoimentos sobre a garantia ou violação desses direitos. Sábado que vem é dia de ir pra rua saber o que o povo pensa sobre isso também.

“Repórter da Quebrada” é um projeto de jornalismo cidadão que acontece com fomento do Edital Redes e Ruas, da Prefeitura de São Paulo, e o apoio de diversos parceiros do Extremo Sul.

Fotos: Adágio Produções, Ana Paula Fonseca, Mariana Caires, Thiago Borges.

Saiba Mais: <http://periferiaemmovimento.com.br/reporterdaquebrada/>

#ReduçãoNãoÉSolução #JornalismoJovem #RepórterDaQuebrada #ExtremoSul
#PeriferiaEmMovimento

(Periferia em Movimento, 2015)

O tema do quarto encontro (01/08/2015) era *Nossa Escuta*. Após uma conversa com mais convidados sobre técnicas de fotografia e jornalismo, os participantes entrevistaram pessoas que circulavam no Calçadão Cultural do Grajaú, local de grande movimentação de pessoas. Assim, puderam exercitar técnicas de entrevista e registrar o que as pessoas pensam sobre os direitos que os

próprios jovens selecionaram. Os registros foram feitos com os celulares dos participantes e gravadores do Coletivo de Comunicação. Mais uma vez, todo o material produzido foi guardado para ser posteriormente editado.

No quinto encontro, com o tema “Nossos Olhares”, no dia 08/08/2015, os participantes foram repórteres em uma entrevista coletiva com quatro temas diferentes, realizada no espaço do Cedeca Interlagos. Os jovens e adolescentes entrevistaram integrantes do Movimento de Luta pelos Transportes no Extremo Sul (Vinicius Faustino e Luíze Tavares) sobre o direito ao transporte; o criador do Periferia Trans, Bruno César, sobre ser LGBT na quebrada; a militante, rapper e fundadora do Abayomi Aba Tati Preta Soul sobre Racismo e Feminismo Negro; a professora de filosofia e poetisa Maria Vilani sobre educação e território. Todas as entrevistas foram registradas com câmeras e gravadores de áudio pelos jovens. A atividade, realizada no CEDECA Interlagos, foi registrada e publicada na página do facebook do Periferia em Movimento:

QUAL É A SUA PAUTA?

Imposições sociais e tolerância à diversidade, preconceito, racismo, redução da maioridade penal, problemas e alternativas apontados pelos movimentos sociais e culturais das quebradas... Nos últimos dois sábados (01 e 08 de agosto), essas pautas vieram à tona durante o curso "Repórter da Quebrada" - uma jornada de dois meses pelas quebradas do Extremo Sul fazendo jornalismo com mais de 20 jovens entre 13 e 20 anos que vivem em Cidade Dutra, IV Centenário, Grajaú, Jardim Gaivotas, Jardim Prainha, Jardim Eliana, Ilha do Bororé, Parelheiros e por aí vai...

Além de trocar uma ideia sobre ética no jornalismo e o olhar do fotógrafo para os direitos humanos com os profissionais e lutadores Rogério Godinho e André Bueno), saímos pelas ruas do Grajaú para entrevistar os moradores sobre esses assuntos.

E, para aprofundar o debate, realizamos coletivas de imprensa com quem tá na luta no Extremo Sul: a educadora e escritora Maria Vilani falou de 40 anos de vivência e militância na região; também conversamos com Bruno César, integrante da Cia Humbalada de Teatro e curador do festival Periferia Trans; Vinicius Faustino e Luíze Tavares, da Luta do Transporte no Extremo Sul; e Tati Preta Soul, rapper, educadora e fundadora do Abayomi Aba. Muitos aprendizados. Agradecemos ao Cedeca Interlagos e à Casa De Cultura Palhaço Carequinha pela utilização dos espaços, além do apoio de diversxs parceirxs do Extremo Sul.

"Repórter da Quebrada" é um projeto de jornalismo cidadão do Periferia em Movimento focado em jornalismo e direitos humanos no contexto das periferias e que acontece com fomento do Edital Redes e Ruas da Prefeitura de São Paulo.

Saiba mais: <http://periferiaemmovimento.com.br/reporter-da-quebrada/>

#ReduçãoNãoÉSolução

#JornalismoJovem

#RepórterDaQuebrada

#ExtremoSul

#PeriferiaEmMovimento

(Periferia em Movimento, 2015, disponível em:

<https://www.facebook.com/PeriferiaemMovimento/posts/944954725565078>.

A publicação teve 2.041 visualizações, e os três primeiros comentários na *postagem* são de jovens que estavam participando do projeto e expressam a sua satisfação com os resultados. “parabéns aos organizadores está sendo tanto um aprendizado profissional quanto de vida – Matheus Oliveira”, “Sem palavras pra esse projeto - Evelyn Arruda”, “Tá sendo ótimo participar desse projeto - Élder

Sobral”.

No sexto encontro, dia 15 de agosto, os jovens participaram do evento “Midialivrismo ao Extremo”, na Ilha do Bororé, Extremo Sul de SP. Lá, participaram de oficinas e de uma conversa com diversos coletivos de mídia livre de São Paulo que foi disponibilizada ao vivo no facebook e gravada³⁴. A publicação do Periferia em Movimento sobre a atividade foi:

MIDIALIVRISMO AO EXTREMO

Assista ao debate sobre as narrativas das periferias, que rolou no último sábado (15 de agosto), na Ilha do Bororé: <http://wp.me/p5NMGr-Pa>

Promovido pela Ecoativa, o encontro contou com oficinas, shows com Mano Money's, Robsoul e Drezz do Xemalami Xequê Mate La Misió, além de uma prosa sobre mídia e periferias com Escola de Notícias, Cedeca Interlagos, Instituto Cultural Dandara, Actantes, Guerrilha GRR, Revista Vaidapé, Lab. E e nós do Periferia em Movimento.

E colamos com a turma do curso "Repórter da Quebrada", composta por mais de 20 adolescentes que vivem no Jardim IV Centenário, Jardim Prainha, Pq. Residencial Cocaia, Jardim Gaivotas, Parelheiros, Chácara Cocaia, Jardim Varginha, Grajaú, Ilha do Bororé e outros pontos da região Extremo Sul da cidade.

Fotos: Ana Paula Fonseca, Ester Souza, Pablo Sobral, Ítalo, Thiago Borges

#RepórterDaQuebrada #MidialivrismoaoExtremo #DemocratizaçãoDaMídia #IlhaDoBororé #ExtremoSul #PeriferiaEmMovimento

(Periferia em Movimento, 2015, disponível em <https://www.facebook.com/PeriferiaemMovimento/posts/947250772002140>)

Nos encontros seguintes, os participantes trocaram experiências sobre edição de conteúdos e sobre quais os produtos que gostariam de criar para a Mostra Final do projeto. Decidiram por vídeos curtos para cada tema trabalhado e um texto que englobasse todos os temas e apresentasse os vídeos e as fotos. Todo o material seria divulgado no facebook e no site do Periferia em Movimento. Os participantes definiram suas áreas de interesse e se dividiram para realizarem a edição. O processo de edição também foi registrado no facebook.³⁵

Depois de um mês, no dia 17 de outubro, aconteceria a Mostra Repórter da Quebrada, na Casa de Cultura Palhaço Carequinha, que atualmente é o Centro Cultural do Grajaú, local que concentra diversas atividades culturais como teatro, dança, artesanato e grupos de estudos.

A divulgação sobre a Mostra pelo facebook conteve as seguintes informações:

Repórter da Quebrada: Hora de compartilhar!

Após três meses de formação em jornalismo e direitos humanos na periferia, jovens repórteres realizam encontro aberto para mostrar os resultados.

O Repórter da Quebrada foi um curso elaborado pelo Periferia em Movimento com adolescentes do Extremo Sul de São Paulo. Foi só chamar pro debate, dar caneta, bloquinho, e câmera nas mãos, que os resultados estão impressionantes!

Desde julho, foram mais de 50 horas de trocas de ideias sobre direitos, periferia e comunicação,

³⁴ Disponível em: <http://wp.me/p5NMGr-Pa>. Visualização em 13.02.2017

³⁵ Disponível em: <https://www.facebook.com/PeriferiaemMovimento/posts/960720110655206>. Visualização em 13.02.2017.

e é com prazer que compartilharemos neste sábado, 17 de outubro, o material produzido durante esse tempo.

A Mostra Repórter da Quebrada começa às 14h no cinema da [Casa De Cultura Palhaço Carequinha](#), que fica perto do terminal Grajaú.

Durante o curso, os jovens vivenciaram todas as etapas do trabalho jornalístico. Desde o planejamento dos assuntos tratados, apuração do tema, entrevistas nas ruas e coletivas, filmagem em estúdio, até a edição dos produtos, tudo foi feito em coletivo pelos jovens e orientadores do Periferia em Movimento.

Participaram do curso cerca de 30 jovens de 13 a 20 anos que moram no Extremo Sul de São Paulo, em Cidade Dutra, IV Centenário, Grajaú, Jardim Gaivotas, Jardim Prainha, Jardim Eliana, Ilha do Bororé, Parelheiros, Colônia e Barragem.

Na Mostra, serão exibidos os vídeos e textos produzidos durante a formação. Igualdade, racismo, sexualidade, educação e mobilização social são alguns dos assuntos tratados. O momento será de trocas de experiências, principalmente sobre o papel do jornalismo na periferia e a participação da juventude. Ficou curioso? Sua presença é mais que necessária!

O “Repórter da Quebrada” é fomentado pelo Edital Redes e Ruas, das secretarias municipais de Serviços, Cultura e Direitos Humanos & Cidadania da Prefeitura de São Paulo.

Agradecimentos a quem colaborou imensamente nesse processo:

Alan Zas, André Bueno, Anderson Resende, Adágio Produções, Bruno César, Casa Ecoativa Casa de Cultura Palhaço Carequinha, Cedeca Interlagos, Circo Escola Grajaú, Ecolab, FIB - Fábrica de Ideias Brasileiras, Joilson Kariri Rodrigues, Kleber Luis, Tavares Luíze, Luta do Transporte no Extremo Sul, Maria Vilani, Pedro Gomes, Renato Rocha, Rogério Godinho, Samuel de Abreu, Tatiana Rodrigues, Vinicius Faustino.

(Periferia em Movimento, 2015. Via facebook³⁶)

Um dia antes da Mostra, o Coletivo Periferia em Movimento publicou o primeiro produto do curso em formato de vídeo, com a edição da entrevista com Maria Vilani, chamado “Minha Morada no Grajaú”. A publicação alcançou mais de 7 mil pessoas em seus 62 compartilhamentos.

Durante a Mostra realizada no dia 17 de outubro, os jovens contaram ao público de aproximadamente 60 pessoas sobre todo o processo do Projeto Repórter da Quebrada e apresentaram os vídeos. Ao mesmo tempo, no facebook, era publicado mais um vídeo, com os depoimentos dos jovens sobre os Direitos Humanos. O post teve 4.528 visualizações e 33 compartilhamentos.

Você conhece seus direitos?

Neste momento, acontece a "Mostra Repórter da Quebrada" com produções sobre direitos humanos em texto e vídeo de 20 adolescentes aqui do Extremo Sul de São Paulo.

Neste vídeo, alguns deles apontam que direitos são esses. Confira tudo que foi produzido na reportagem especial: <http://periferiaemmovimento.com.br/reporterdaquebrada/>

O "Repórter da Quebrada" é um projeto do coletivo Periferia em Movimento com fomento do Edital Redes e Ruas da Prefeitura de São Paulo e apoio de diversos parceiros.

#RepórterDaQuebrada #DireitosHumanos #ExtremoSul #PeriferiaEmMovimento

(Periferia em Movimento, 2015. Via facebook).

Além dos vídeos publicados no facebook, no site e no youtube, também foi produzido uma reportagem em formato de *Zine*³⁷, impressa em folha A4 sulfite e distribuída em centros culturais da região. O texto foi escrito pelos estudantes sob supervisão dos jornalistas do Coletivo. O texto final

³⁶ Disponível em: <https://www.facebook.com/events/1629198427334231/>. Visualização em 13.02.2017.

³⁷ O material está nos apêndices com o título 10 - Zine Repórter da Quebrada.

publicado no site é este que segue, e acompanha 6 vídeos produzidos pela turma:

Expressão da Quebrada: Juventude ativa na luta por direitos

Publicado em 17 de outubro de 2015 por Periferia em Movimento

Todos os seres humanos nascem livres e iguais em dignidade e direitos (Art. 1 da Declaração Universal dos Direitos Humanos)

Os direitos humanos, do modo como estão no papel, podem até ser iguais para todos. No texto, todos teriam assegurados educação, moradia, transporte, lazer, cultura, saúde e tantas outras coisas. Mas é só sair da quebrada e pegar um trem que, da janela, dá pra ver que seus direitos são bem diferentes dos de outras pessoas da cidade.

Os hospitais sem leitos, as creches lotadas e as torneiras sem água de Parelheiros não se repetem em Pinheiros. Nas periferias, onde as pessoas realmente precisam e sentem falta de serviços públicos de qualidade, eles são violados.

Se você ligar a TV, vai ver que o jornal não conversa com quem é da periferia. Fala de dólar, mostra feiras de carros novos e crônicas de Nova Iorque. Da quebrada, só aparecem desgraça, violência e um ou outro caso de superação. A mídia não é nossa aliada na luta pela garantia dos direitos, e saber disso já é um motivo para nos manifestarmos.

Mas tamo aqui: as periferias vivem e lutam por seus direitos! Você sabe quais são? Conheça alguns deles no vídeo abaixo:

<https://www.youtube.com/watch?v=o6pSubm-zGA>

O vídeo acima e todo conteúdo a seguir foram produzidos por nós, jovens e adolescentes moradores de distritos do Extremo Sul de São Paulo, como Cidade Dutra, Grajaú, Parelheiros, durante o projeto “Repórter da Quebrada”.

Somos nós os repórteres das nossas quebradas: Bruno Henrique dos Reis, Daniela Correia, Danielle Vieira, Ester de Souza, Evelyn Arruda, Igor Silva, Ingrid Fialho, Ítalo Augusto Silva, Kristine Gonçalves, Layane Bemfica, Maria Eduarda Silva, Matheus Oliveira, Pablo Sobral, Patricia Carmo Pereira, Rafaela Bastos, Stefani Camurça, Suzana Sampaio Sobrinho, Tathiane Barros, Vitoria Gama e Wilson Oliveira.

Entre julho e outubro de 2015, vivemos mais de 50 horas de trocas de experiência sobre jornalismo e direitos humanos nas periferias e contamos com a presença de muitos convidados que fortalecem todos os dias a construção de conhecimento e as lutas no Extremo Sul. E é sobre esses assuntos que nos interessam que tratamos nesta reportagem. Confira!

Moradia pra quem?

Texto por Matheus Oliveira e Danielle Vieira

A luta por direitos no Extremo Sul de São Paulo é uma realidade vigente. Afinal, aqui vivem quase 800 mil pessoas, entre as represas Billings e Guarapiranga. Só no Grajaú são 360.787 moradores dispersos em uma área de 92,53 km², o que torna o distrito o mais populoso de São Paulo.

As moradias na região começaram ocupações populares, já que viver nas áreas centrais da cidade virou um privilégio de poucos. O crescimento ocorreu de forma desorganizada e desenfreada e, como grande parte do Grajaú fica em área de preservação ambiental, acabou desencadeando diversas remoções e reivindicações de posse.

A moradia é um direito assegurado pela Declaração Universal dos Direitos Humanos e é garantido pelo artigo sexto da nossa Constituição Federal de 1988:

São direitos sociais a educação, a saúde, a alimentação, o trabalho, a moradia, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados

Mas quem vive na periferia sabe que pouca coisa do que essa lei garante faz parte da realidade. Por isso, movimentos sociais nascem da insatisfação com esse panorama e com a

vontade de mudar. Segundo Idalício Reimberg, professor e militante do movimento por moradia Nós da Sul, “a ocupação é uma forma de pressionar o poder público a construir moradia popular”. Observa-se que o problema habitacional na região tem raízes bem profundas e consequências na garantia de outros direitos, e a ação do poder público é necessária para sanar essa questão.

A professora e escritora Maria Vilani, que mora e milita no Grajaú há mais de 40 anos, lembra das diversas lutas que a população local travou e continua travando.

Confira a entrevista:

<https://www.youtube.com/watch?v=wlbfgdrTDRs>

Nosso direito à cidade

Texto por Daniela dos Santos Correia

O transporte também é um direito fundamental assegurado pela Constituição. Faz parte do direito de ir e vir e de ter acesso a muitos outros direitos, como educação, saúde e lazer. Entretanto, se não existe opção de transporte público ligando nosso bairro a lugares essenciais como escolas, postos de saúde, parques ou museus, o direito ao transporte está sendo retirado de nós.

O movimento Luta do Transporte no Extremo Sul busca a garantia e respeito a esse direito humano e luta pra que o Estado invista no transporte em bairros como Barragem, Bosque do Sol e Marsilac, onde moradores caminham até três horas para chegar a um ponto de ônibus. Desde os protestos contra o aumento da tarifa em 2013, o movimento organizou linhas populares de transporte público, fez reuniões com a Prefeitura para exigir a criação de novas linhas e contra o corte das existentes, reivindicou ampliação das avenidas e novas ruas nos extremos da região Sul.

Nós entrevistamos Vinícius Faustino e Luíze Tavares, que fazem parte da [Luta do Transporte no Extremo Sul](#). Confira!

<https://www.youtube.com/watch?v=SJoY-P-NGQU>

De onde vem a nossa educação?

Texto por Patricia Pereira

A educação é mais do que decorar temas da escola: é um processo de transformação social. Mas o ensino que vem da escola é diferente do que vem de casa, e os dois têm que se completar para formar pessoas que pensam e vivem dentro de uma sociedade. Porém, com as escolas precarizadas (principalmente agora, com a ameaça de fechamento de várias unidades no estado pelo governador Geraldo Alckmin) e a ausência dos pais em casa, a importância da educação perde seu espaço na vida das pessoas.

Maria Vilani lembra que, muitas vezes, os pais saem de casa com os filhos dormindo e voltam do trabalho quando também já caíram no sono. As horas perdidas no ônibus sentido centro e as que demoram para voltar ao Extremo Sul são momentos que poderiam ser trocados pelo convívio com a família, “mas no fim do mês tem que ter comida na mesa, não dá pra deixar de trabalhar”, lembra Maria Vilani.

Os pais não têm muito tempo para ficar em casa pois estão trabalhando, e a educação fica mais para escola, que sofre com problemas de estrutura. E poucos são os que ainda conseguem colocar os filhos em associações e outras iniciativas que vão dar uma boa formação enquanto eles estão trabalhando.

Veja a entrevista com Maria Vilani sobre a importância do papel de educar, as dificuldades que a periferia sofre na educação e as mudanças que o ensino e o diálogo fazem na vida de uma pessoa:

<https://www.youtube.com/watch?v=4EI83JSJi8Y>

O racismo nosso de cada dia

Texto por Tathiane Barros

Racismo é uma maneira de discriminar as pessoas por cor da pele e outras características físicas. E esse assunto tem sido muito polêmico nos dias atuais. A verdade é que sempre foi um assunto polêmico, pelo fato de o branco diminuir o papel do negro e então o negro não aceitar ser menosprezado ou desmerecido. Não é raro ouvirmos falar que isso não é mais existente em nossa sociedade. Chega a ser ridículo, pois o que mais vemos é a mídia com seus atos racistas velados, é claro.

A rapper e militante Tati Preta Soul, do Barragem (Parelheiros), já foi chamada de exótica numa entrevista de emprego, enfrentou cabeleireira querendo alisar seu cabelo e ouviu reclamações do volume de seus cachos no ônibus. Ninguém é melhor que ninguém por sua cor da pele ou por suas características físicas. Estamos nesta luta contra o racismo. E falamos com a Tati sobre isso. Veja:

<https://www.youtube.com/watch?v=l08PEWmsobs>

Ser gay na quebrada...

Texto por Evelyn Arruda

Será que o preconceito é maior na periferia do que no centro? Segundo a nossa Constituição, temos o direito de ir e vir, nos expressar e ser quem quisermos e, no mínimos, merecemos respeito. Mas sabemos que não é bem assim. Estamos sujeitos a qualquer tipo de coisa saindo de casa para a rua, simplesmente por estar vestindo um tipo de roupa.

Agora, imagina não poder ser o que você é no seu próprio bairro? Ser oprimido por um ideal ultrapassado diferente do seu, conviver com o ideal imposto de uma sociedade, por acharem que só de te olhar podem ser influenciados e se tornar como você. Imagina pessoas querendo vigiar o que você faz na cama.

Para quem é gay, lésbica, bissexual ou transgênero, essa é uma questão diária. A homofobia e a transfobia são uma realidade no Brasil.

O ator e militante LGBT Bruno César, que mora no Extremo Sul, pautou essa temática neste ano com a realização do Festival Periferia Trans. E nós conversamos com ele sobre o que significa ser gay na periferia. Assista trechos da entrevista:

<https://www.youtube.com/watch?v=taU91XyNBMI>

Onde está a cultura?

Texto e apuração de Danielle Vieira, Ingrid Fialho, Kristine Gonçalves, Maria Eduarda Silva, Matheus Oliveira, Pablo Sobral e Vitoria Gama

A periferia da Zona Sul de São Paulo encontra-se com diversos espaços culturais que não estão sendo amplamente ocupados, como por exemplo a Casa de Cultura Palhaço Carequinha, no Grajaú, que disponibiliza muitas oficinas de teatro, capoeira, danças e entre outros. Para os jovens que frequentam o Calçadão Cultural em frente ao espaço, faltam investimentos do poder público e divulgação para a população – que influencia na baixa utilização da Casa de Cultura.

O jovem Paulo Cezar diz que os horários oferecidos para as oficinas não são viáveis. Além disso, a galera do Calçadão salientou a burocracia que dificulta o acesso às oficinas. “Só é uma pessoa que tem acesso e, se a pessoa não estiver ali, a gente fica sem nada. Não tem aquela ‘coisa’ que nos motiva, o bagulho não chega aqui. Você tem que preencher um monte de coisa, fazer cadastro. Já quando tem filme, todo mundo cola para assistir”, desabafaram.

Magno Duarte, novo gestor do equipamento público e morador da região, diz que a Casa de Cultura está buscando se aproximar da juventude do Calçadão. “A proximidade com o coletivo O Formigueiro (que foi fundado por um grupo de jovens a fim de promover eventos culturais e preservar o espaço) ajuda no sentido de unir o pessoal de fora conosco e melhorar a comunicação”, diz ele, que promete eliminar a burocracia.

Tanto a administração interna quanto o pessoal que ocupa o espaço comentam sobre a visão negativa que recai sobre o ambiente. Alguns moradores e comerciantes reclamam do uso de drogas e chegam a falar que se sentem ameaçados. Porém os jovens enxergam diferente, dizem que o pessoal generaliza e que estão apenas em busca de fazer um som, divertir-se, conhecer pessoas. “Tem cultura pra caralho perdida aqui”, diz Paulo Cezar, para quem o povo deve quebrar preconceito, ocupar o espaço público de forma ampla e valorizar a cultura própria da

periferia.

É necessário que esses espaços da periferia sejam ocupados e valorizados, seja a Casa Cultura Palhaço Carequinha que é administrada pela Prefeitura, sejam muitos outros como por exemplo a Casa Ecoativa, um espaço eco-sócio-cultural localizado na Ilha do Bororé que realiza várias atividades, com destaque para os saraus, as oficinas aos sábados e atividades de permacultura. E são muitos os artistas e coletivos atuantes na região.

Segundo a pesquisa “Cultura ao Extremo”, realizada pelos coletivos Periferia em Movimento e Expressão Cultural Periférica, existe ao menos 168 agentes culturais no Extremo Sul em diversas linguagens e com abordagem de temáticas como arte e cultura, direitos humanos, juventude, culturas populares, entre outros. A cultura ajuda a construir mecanismos de mudança para problemas sociais que as periferias enfrentam e pode se configurar como uma forma de resistência.

Um povo sem conhecimento, saliência de seu passado histórico, origem e cultura. É como uma árvore sem raízes (Bob Marley)

“Repórter da Quebrada” é um projeto do coletivo de comunicação Periferia em Movimento com fomento do Edital Redes e Ruas da Prefeitura de São Paulo. Foi realizado em 2015 no Extremo Sul da cidade.

Repórteres: Bruno Henrique dos Reis, Daniela Correia, Danielle Vieira, Ester de Souza, Evelyn Arruda, Igor Silva, Ingrid Fialho, Ítalo Augusto Silva, Kristine Gonçalves, Layane Bemfica, Maria Eduarda Silva, Matheus Oliveira, Pablo Sobral, Patricia Carmo Pereira, Rafhaela Bastos, Stefani Camurça, Suzana Sampaio Sobrinho, Tathyane Barros, Vitoria Gama e Wilson Oliveira.

Coordenação: Aline Rodrigues e Thiago Borges.

Orientação: Ana Paula Fonseca, Anderson Resende, Mariana Caires e Thiago Borges.

Supervisão de Texto: Mariana Caires.

Supervisão Audiovisual: Ana Paula Fonseca e Thiago Borges.

Edição final: Thiago Borges.

Convidados especiais: Alan Zas, André Bueno, Bruno César, Luíze Tavares, Maria Vilani, Pedro Gomes, Rogério Godinho, Tatiana Rodrigues e Vinicius Faustino.

Parceiros: Adágio Produções, Casa de Cultura Palhaço Carequinha, CEDECA Interlagos e Circo Escola Grajaú.

(Periferia em Movimento, 2015.Website)³⁸

Na Mostra Final do projeto, ficou evidente que para a maioria dos participantes, o curso representou uma grande mudança de visão de mundo. A satisfação também transpareceu nos grupos de *whatsapp* que reuniam tanto os jovens participantes, quanto os integrantes do Coletivo e alguns dos convidados. Mesmo durante a semana ocorriam discussões sobre temas relacionados aos direitos humanos, à educação, a empregos, sobre as ocupações das escolas³⁹, entre outros.

³⁸ A opção por inserir toda a reportagem no corpo do trabalho foi por este ser um dos principais materiais de análise que merece tal destaque. A Reportagem completa com os seis vídeos está disponível no link: <http://periferiaemmovimento.com.br/reporterdaquebrada/>.

³⁹ Em outubro de 2015, estudantes secundaristas de todo o Estado de São Paulo ocuparam suas escolas contra o Projeto de ‘Reorganização Escolar’, do governo do Estado de SP, que foi cancelado após a pressão dos estudantes. Mais informações sobre a luta dos estudantes e a mobilização online podem ser encontradas no livro “Escolas de Luta” da Coleção Baderna, 2016.

Após o Curso, o contato continuou entre participantes e o coletivo em diversos sentidos. Alguns criaram um projeto contemplado pelo VAI – Programa para a Valorização de Iniciativas Culturais, chamado *Jovens Em Cena*, que produzirá um documentário sobre moradias nos Extremo Sul e promove no mês de janeiro de 2015 um curso de formação em audiovisual com interessados das periferias de SP. Esse é um exemplo de como a educomunicação é capaz de incentivar mais educadores a cada formação. Hoje, algumas jovens estão formando um coletivo feminista na região. Outros também continuam na área do midialivrismo na Escola e em outros trabalhos.

O projeto, como mostrado, foi caracterizado pelo Periferia em Movimento como Jornalismo Cidadão. Em sua pesquisa, Salles de Souza (2011, p.93) classifica o Repórter da Quebrada como um projeto educutivo tendo como base os conceitos do Núcleo de Educação e Comunicação da ECA- USP. Entre outros motivos, porque o curso propõe uso criativo das tecnologias, protagonismo juvenil e gestão democrática. Em nenhum momento das atividades, foi citada a palavra e o significado de educomunicação. Apesar disso, muitas referências que os integrantes do Coletivo tiveram ao elaborar o curso vieram da educação não formal e da luta pelo acesso e democratização da comunicação, o que caracteriza academicamente o Projeto Repórter da Quebrada como uma atividade educadora.

O alcance do Repórter da Quebrada foi além dos 30 jovens, dos 15 convidados e dos 4 integrantes do coletivo. Mais de 40 mil pessoas visualizaram as publicações no facebook referentes ao projeto. Os vídeos também foram compartilhados pelo whatsapp e é imensurável o alcance obtido nessa plataforma.

Utilizando-se como base a classificação de Gall (2005, p.04), o Repórter da Quebrada é um projeto de educação por enfrentar a atitude dogmática característica da educação tradicional,

Si la comunicación-educación popular (la educación) se propone ampliar niveles de conciencia y enfrentar la actitud dogmática introyectada por la educación tradicional, no puede ella reducirse nunca a ser un inventario de principios y postulados generales que se interpreten y se apliquen como fórmulas (Gall, 2005: 04)

Também nos conceitos de Oliveira e Souza, (2009, p.X), pode-se dizer que o Repórter da Quebrada foi a educação colocada em prática: “La educación es una fuerza que intenta involucrar a un colectivo de personas en un proceso constructivo de explicaciones de todo lo que se cuestiona, de ahí su sentido político y la necesidad de enmarcarla en un proyecto de largo plazo”.

Em 2016, o Periferia em Movimento continuou com a prática dos cursos de formação em jornalismo em diferentes plataformas, e um dos projetos planejados foi a nova edição do Repórter da Quebrada, inscrito no programa Redes e Ruas, no Edital 2016. O projeto foi contemplado e acontece entre os meses de outubro de 2016 e julho de 2017. O direito à comunicação aliado ao direito à cidade

serão os temas de destaque nessa edição, que contará com fortalecimento dos conhecimentos dos jovens participantes da primeira edição que se interessarem, e com um intercâmbio para o Rio de Janeiro para trocas de experiências entre coletivos de midialivre das duas capitais.

A primeira ação de divulgação da próxima edição do Repórter da Quebrada foi um formulário online a ser preenchido por qualquer pessoa e enviado ao coletivo. Nele, tanto quem estiver interessado em participar do curso como aluno ou facilitador, quanto quem quiser apenas contribuir com ideias tem espaço livre para preenchê-lo. A seguir, a publicação que o Coletivo fez convidando as pessoas a colaborarem:

Em 2017, o Periferia em Movimento inicia uma nova edição do projeto “Repórter da Quebrada – Jornalismo e Direitos Humanos conectando o Extremo Sul” (confira aqui como foi a primeira edição).

Conquistamos reconhecimento, fincamos raízes, construímos identidades. Mas a luta não acabou. Enquanto assistimos ao avanço do fascismo e a retrocessos sociais e políticos, a marcha fúnebre prossegue. Nem nossas dores nem alegrias saem no jornal. A periferia continua à margem da mídia. Não somos representados pela mídia hegemônica e nem pela dita “alternativa”, que falam a partir do centro, com uma visão eurocêntrica, patriarcal, e legítima ou se omite diante da continuidade da violação de nossos direitos.

Por isso, com o apoio de profissionais da mídia livre, artistas e militantes, o coletivo de comunicação Periferia em Movimento busca reforçar narrativas de dentro pra dentro, a partir do Extremo Sul da cidade de São Paulo. Com a segunda edição do projeto “Repórter da Quebrada”, vamos atuar por meio da produção de conteúdos em diferentes linguagens e dar visibilidade a quem está na frente de luta pela garantia de direitos.

Também realizaremos 60h de oficinas em diferentes escolas com estudantes e educadoras/es, além de um curso de 50h para adolescentes, pretendemos refletir e retratar as lutas pela garantia de direitos na região Extremo Sul – principalmente contra o racismo e o genocídio, o machismo e a LGBTfobia, o direito à cidade e a valorização de manifestações culturais e identidades nas nossas quebradas.

Por isso, contamos com sua participação nesse processo:

Você pode sugerir temas de reportagem, pessoas que podem falar sobre isso e como devemos abordar.

Você também pode indicar interesse em participar de algum curso ou oficina que vamos oferecer.

Para isso, pedimos que você responda ao formulário abaixo. Além da suas sugestões, nas páginas seguintes também temos uma rápida pesquisa de opinião para saber os meios de comunicação que você usa para se informar e o que você do trampo do Periferia em Movimento. Participe!

Por que participar?

Boa parte da estrutura e verba para produção de conteúdo informativo no Brasil está nas mãos de poucas famílias, que por sua vez controlam quais são os assuntos e as vozes que merecem destaque em seus veículos de comunicação. Saiba mais sobre isso aqui. Mas isso está mudando. O avanço da internet e o surgimento de novas tecnologias permitem que mais brasileiros tenham acesso a conteúdos e ferramentas antes restritos e, com isso, a uma diversidade maior de narrativas e opiniões.

Lembramos aqui do ano de 2016, que não foi fácil mas propiciou uma série de rupturas. No Periferia em Movimento seguimos avançando com outros coletivos e mídias livres para combater esse oligopólio.

Produzimos mais de 60 reportagens e artigos próprios, mais de 20 vídeos, além de publicarmos mais de 400 notas diárias, buscando dar visibilidade a quem está na frente de luta pela garantia de direitos nas quebradas – principalmente aqui no Extremo Sul de São Paulo, onde nascemos, atuamos e estamos articulados. Com isso, chegamos a uma média de 120 mil pessoas por mês em nossos canais – site, redes sociais e Youtube. Isso significa um crescimento de 200% em um ano.

Ainda é pouco, certo? Por isso apostamos na democratização da mídia na prática, promovendo cursos, oficinas, palestras e vivências sobre periferias, comunicação e direitos humanos. Ao todo, foram mais de 350 horas (100 horas a mais que em 2015) de encontros de aprendizagem

em diferentes lugares de São Paulo e até em Salvador (durante o I Encontro Baiano de Mídia Livre) com envolvimento direto de mais de 500 pessoas de todas as idades (especialmente adolescentes estudantes de escolas públicas), que discutiram e produziram conteúdos próprios, além de palestras e debates acompanhados por mais de 200 pessoas.

Continuamos articulados com coletivos e movimentos do Extremo Sul da cidade e também de outras pontas, em fóruns e redes diversos. Especificamente, neste ano contribuimos com a produção de conteúdo para o Portal da Juventude entre abril e agosto, criamos uma grupo de mídias e economia solidária com outros grupos do Grajaú e lançamos com mais de 10 mídias livres e 100 profissionais de comunicação das quebradas a Rede Jornalistas das Periferias, com objetivo de fortalecer as narrativas que esses grupos estabelecem na direção contrária da mídia hegemônica.

Em 2017, continuamos com os desafios de facilitar o acesso à informação pelos moradores das quebradas, furar as nossas próprias bolhas, contribuir para o fortalecimento das lutas diárias do nosso povo e, ao mesmo tempo, garantir recursos para manter todo esse trabalho.

(Periferia em Movimento, 2017, via facebook⁴⁰)

O novo curso será uma oportunidade de fortalecer a educomunicação e a mídia radical no Extremo Sul de São Paulo, também de fortalecer laços de mídia livre. O planejamento do curso está sendo feito de acordo com sugestões de pessoas que já participaram de formações do Periferia em Movimento. Em encontros promovidos com ex participantes, estão surgindo novos formatos para a o Repórter da Quebrada. Segundo integrantes do Periferia em Movimento, não faria sentido produzir uma segunda edição de maneira unilateral, a formação tem que ser dinâmica e refletir as vivências de todos que participarem.

⁴⁰ Disponível em: <http://periferiaemmovimento.com.br/reporter-da-quebrada-participe-do-projeto-do-periferia-em-movimento/>. Visualizaçã em 13.02.2017.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Educomunicação não é uma das disciplinas ensinadas no curso de Comunicação da Universidade Estadual Paulista e nem figura nas grades da maioria das Universidades. É uma ciência ‘nova’ que motivou a criação do Curso de Licenciatura em Educomunicação da Escola de Comunicação e Arte (ECA) da Universidade de São Paulo, e também é estudada no Instituto das Artes da Universidade Estadual de Campinas. Projetos como o *Repórter da Quebrada*, o *Fala, Guerreira!*, e tantos outros surgem não a partir do estudo da educomunicação e muitas vezes nem são caracterizados como tal pelos próprios criadores. Esse dado reflete que a educomunicação é uma ciência que nasce da experiência. Mas qual seria, então, a importância de levar a educomunicação aos estudos universitários em um projeto que busca mostrar jornalismo para além da academia? Essa dúvida acompanhou o trabalho do início ao fim, e pode ser respondida nas palavras de Paulo Freire.

Creio que qualquer luta política, ideológica, deve partir justamente da compreensão dessas resistências. Ou seja, não se deve combater a ideologia somente através das ideias, mas sim a partir dos elementos concretos de resistência popular. Portanto, toda luta contra a ideologia ou as ideologias dominantes deve basear-se na resistência levantada pelas classes populares e, a partir daí, elaborar ideologias que se oponham à ideologia ou às ideologias dominantes. E não o contrário, criando ideologias em oposição às ideologias dominantes, sem considerar que se deve partir de uma base concreta que são as resistências que se fazem através das massas; e isto é fundamental em qualquer luta política, em qualquer luta ideológica. É aí onde vai se vencer a luta ideológica – partindo disso e não de ideias. Porque lutar ideologicamente contra as ideologias é cair numa ideologia da ideologia. (Freire; Faúndez. 1985, p. 37)

Para o pedagogo que serviu de inspiração para o presente trabalho, a comunicação é dialética e a academia só tem sentido se partir de experiências para estudar dados e retorná-los como mudanças na dinâmica social.

O intelectual tem que percorrer o caminho inverso: partir da realidade, da ação cotidiana, do povo e de nós mesmos, pois nós estamos imersos numa cotidianidade, refletir sobre essa ação cotidiana e, então, ir criando ideias para compreendê-la. E essas ideias já não serão mais ideias modelo, serão ideias que irão se fazendo com a realidade.

Nesse sentido, acredito que eliminamos esse amor absoluto pelos modelos conceituais, esse amor absoluto pelos conceitos que adquirem um valor superior à própria realidade, na medida em que permitem “compreender” e “transformar” a realidade. (Freire; Faúndez, 1985, p. 40)

A conclusão dessa pesquisa é, portanto, uma retribuição acadêmica à experiência da educomunicação do Projeto Repórter da Quebrada e sugere novos formatos para a sua nova edição. A ser desenvolvido durante o primeiro semestre de 2017, o próximo Repórter da Quebrada recebe dessa pesquisa material (escrito e audiovisual) de base para as discussões sobre mídia, direitos humanos e educomunicação. Até o momento, fevereiro de 2017, os participantes da primeira edição foram contatados para ajudarem na criação do curso de 2017. Eles serão também facilitadores das oficinas e receberão uma bolsa auxílio, como espécie de estágio remunerado dentro do Coletivo. Como o Repórter da Quebrada também envolve produção de conteúdo, os jovens da edição 2016 revezarão entre conteúdo e oficinas de acordo com os seus interesses. De tal forma, a Mídia Radical

do Periferia em Movimento se configura como um bom exemplo de uma gama de pessoas desenvolvendo múltiplos processos em variadas plataformas através da criatividade e impulsionadas pela Economia Criativa⁴¹.

5.1 Mídia Corporativa – ignorá-la, contestá-la ou pautá-la?

Janeiro de 2017. O jornal da Globo mostra a crise no sistema penitenciário brasileiro. Também são notícias a continuidade das investigações de Lava Jato após da morte do relator do processo, Teori Zavaski, os primeiros tratados assinados por Trump como Presidente dos Estados Unidos da América e outros vários temas. Antes, em dezembro, retrospectivas mostraram um ano em que as taxas de desemprego aumentaram, os Estados brasileiros entraram em crise, a Polícia Federal prendeu inúmeros políticos em operações contra a corrupção, e a presidenta Dilma sofreu um impeachment e foi substituída pelo vice-presidente Michel Temer. Estar de frente a uma dessas retrospectivas preparadas pelas empresas de comunicação é um exercício curioso. Com o material à disposição, é interessante analisar porque, em todo o período de um ano, aquelas são as notícias que merecem destaque.

As pautas definidas pela mídia corporativa têm motivações conscientes ou inconscientes (tratando-se da consciência do editor). Quando o público se sente incomodado com um material divulgado, ele pode ter diversas reações. Ignorar? Deixar de assinar um jornal, não ter mais contato com a mídia corporativa, é um deles, e tem seus reflexos positivos e negativos nas vidas de todos. Contestar? Criticar o conteúdo online, protestar em transmissões ao vivo é também um caminho. Criar conteúdo? Produzir Mídia Radical também é uma escolha possível, que pode ajudar muito a levar informações de maneira diferente às pessoas. Pautar? Todas as intervenções citadas, entre tantas outras possíveis, têm o poder de pautar o que será dito ou a maneira que será apresentado o conteúdo nos jornais.

Esse projeto não pretendeu escolher a maneira mais adequada, nem poderia ou deveria, de reagir à mídia. Apenas apresentou dados sobre mídia, direitos humanos e educomunicação, relatou experiências de projetos que se pautaram em novos formatos de jornalismo e busca pautar novos projetos e pesquisas.

As pesquisas de opinião reunidas neste estudo mostram que a maioria dos brasileiros acredita que a mídia hegemônica não reproduz, não sabe sobre a legislação para a mídia e tem como principal canal de informação a televisão, mais precisamente o jornal nacional. Diante dessa realidade, o

⁴¹ A gestão de pessoas, processos e plataformas é um dos objetos de pesquisa do Núcleo de Estudos em Economia Criativa da UNESP de Bauru. Alguns dos materiais estão disponíveis em: <http://neocriativa.wixsite.com/neocriativa/blank-t0b9h> Visualização em 13.02.2017

presente trabalho de conclusão de curso foi um instrumento para reunir informações sobre a organização da mídia hegemônica no país, a relação do público com esse conteúdo. Para apresentar aos leitores acadêmicos ou não novos jornanismos contra-hegemônicos, também caracterizados como Mídia Radical. Estes são capazes de realizar mudanças sociais, porém têm público restrito, uma das consequências da falta de democratização da mídia no país. Também foi discutido o papel da mídia na promoção dos Direitos Humanos para a sociedade, tendo como material de análise projetos de comunicação da ONU e depoimentos de profissionais do Sistema das Nações Unidas. Ao apresentar a educomunicação como uma ferramenta capaz de apresentar o público ao contexto hegemônico das empresas de mídia brasileiras, constatou-se que através de trocas de vivências e experiências, é possível promover a construção de jornanismos que contribuam com melhoras no cenário dos direitos humanos e da mídia no país.

Em uma sociedade globalizada do século XXI como o Brasil, os veículos de comunicação hegemônicos têm a maioria de sua verba alcançada através da publicidade. As sete principais empresas de comunicação (Rede Globo, Rede Bandeirantes, Jornal do Brasil, Editora Abril, RBS, Grupo Folha e O Estado de São Paulo) disseminam todos os dias as informações que chegarão à maioria dos brasileiros. Cada um desses grupos constitui um oligopólio de diversas empresas de comunicação, mesmo que o inciso 5º do artigo 220 da Constituição Federal Brasileira (1988) proíba que meios de comunicação façam parte direta ou indiretamente de oligopólios. Na dinâmica capitalista, em que 99% da riqueza mundial é propriedade de 8 empresários, seria de se espantar que o setor midiático destoasse dessa regra de concentração de capital.

As sete empresas de mídia do Brasil, com seus oligopólios de canais de rádio, televisão, jornais escritos e online, quase não destoam entre seus conteúdos, como mostraram Kucinski e Lins da Silva. Tal fato acontece porque os grupos hegemônicos compartilham de ideologias semelhantes. As ideologias, como apresentado no trabalho, estão presentes em qualquer fato noticiado, implícita e explicitamente. Mas assim como os principais empresários do mundo justificam suas riquezas em seus discursos meritocráticos, os donos da mídia também têm suas palavras de ordem para justificar seu “direito” de continuarem como exceção à lei. Omitir a educação sobre a mídia é apenas uma das estratégias. As principais empresas de mídia utilizam o discurso da imparcialidade, que lhes cabe como uma luva para justificar não só sua existência, mas sua necessidade. Afinal, só um Padrão Globo de Qualidade seria capaz de fazer coberturas com grande capacidade profissional e isenção de opinião. Sendo esta isenta, não teria importância a origem do financiamento.

O discurso da imparcialidade da mídia dá margem para manipulações conforme a ideologia dos detentores de oligopólios. Essas são responsáveis pela construção de hegemonias sociais. O discurso da meritocracia é um deles. A falsa democracia racial também. Como mostra Jessé de Souza

em *A Tolice da Inteligência Brasileira* e em *A Ralé Brasileira*, a imprensa opera uma violência simbólica quando legitima desigualdades sociais.

A violência simbólica pode ser considerada um instrumento operado pelos Aparelho Ideológico do Estado, pois faz parte das “realidades que se apresentam ao observador imediato sob a forma de instituições distintas e especializadas” (Althusser, 1980, p.44). Quando se caracteriza como imparcial, a mídia corporativa consegue também a confiança do público, pois se garante o compromisso com a verdade, (depois de ter contato com os dois lados da informação, o público poderia tecer sua opinião).

Os meios de comunicação, através da ideia do panóptico constroem seus simulacros, conforme levantado por Muniz Sodré em *A Máquina de Narciso*. De tal forma, os meios se tornam operadores de fluxos sociais que organizam as massas. Não que o público seja passivo à informação que chega, como pode-se avaliar por exemplo em comentários às notícias na internet. Uma mesma notícia pode ter inúmeras reações. Porém, mesmo com a “liberdade de expressão” propiciada pela internet, o discurso hegemônico tem suas estratégias para manter-se no poder. Vide acusações de que o governo Chinês teria uma rede de 2 milhões de pessoas pagas para comentar positivamente sobre seu governo na internet, que estão catalogadas no Artigo “Como o governo chinês fabrica posts de mídias sociais para obter distração estratégica, não discussões engajadas”⁴², de pesquisadores das universidades de Califórnia, Harvard e Stanford publicado na revista acadêmica *American Political Science Review*. Tal prática é bastante influenciadora da esfera pública, pois cria-se um imaginário entre o público, que imagina que todos estariam apoiando o governo.

A insatisfação com o discurso hegemônico e suas estratégias de manipulação, somada às possibilidades que a internet dá, acabam por impulsionar a criação de novos conteúdos em formatos inovadores, por grupos, coletivos e pessoas individuais. O descontentamento com discursos hegemônicos acontece por diversos motivos, um deles, é se a pessoa tem consciência de que a mídia não é isenta de opinião e sabe de toda a estrutura que está por trás das empresas, de quem financia, de que oligopólios midiáticos são fora da lei, por exemplo. Para saber disso, um dos caminhos é a educomunicação, que desperta o público para uma crítica de mídia.

Outro caminho é a formação de coletivos que discutem e militam por questões sociais e não se sentem representados pela forma como a mídia retrata seu grupo social, como no caso do Fala, Guerreira!, que faz jornalismo feminista e periférico. Também, jornalistas que não se sentem representados pela grande mídia, como o Periferia em Movimento, com enfoque na questão cultural e periférica. Seja por gênero, por classe, por raça, ou outra questão, os coletivos têm contrubuído para a disseminação de novas hegemonias e encontram fora dos partidos políticos, mas dentro da política,

⁴² Disponível em: <http://gking.harvard.edu/files/gking/files/50c.pdf>. Visualizado em 24/01/2017

elos de ligação teórico-práticos. Esses veículos, junto ao setor de comunicação do MST, são exemplos de Mídia Radical, categorizada por Downing (2012). São jornalismo contra-hegemônicos que tem um essencial impacto social.

Os jornalismo da Mídia Radical atuam em contra-corrente às teses do jornalismo corporativo, que repercute estereótipos e não contribui para os Direitos Humanos. Assim como os próprios profissionais do sistema das Nações Unidas se manifestaram nas entrevistas coletadas, é preciso ter muita atenção aos termos, fotos e formatos das notícias, para que elas não sejam um desserviço aos direitos da população.

A preocupação com a comunicação dentro dos Direitos Humanos é tão grande que o Programa Mundial de Educação em Direitos Humanos dedicará quatro anos a projetos que envolvem profissionais de mídia e jornalismo. O papel de educar da mídia é complexo, e apesar de não existir uma deontologia específica para as práticas da mídia mundial, o Programa busca que os jornalistas tenham consciência do papel educador, principalmente quando o conteúdo entra em contato com crianças e adolescentes.

A utilização da linguagem deve ser objeto de discussão entre quem se propõe a criar mídias, seja as radicais ou corporativas. O Periferia em Movimento regularmente tem em suas reuniões de conteúdo debatida a questão da linguagem. O grupo opta pela linguagem que se assemelhe à coloquial, e à forma que mais será acessível tecnicamente aos leitores. Por isso, aposta em vídeos curtos que chamarão atenção para o conteúdo, e então se o leitor estiver disposto, poderá encontrar mais informações em textos maiores, com linguagem coloquial e conteúdo aprofundado.

Quando se classifica o jornalismo do Periferia em Movimento como Jornalismo de Quebrada (por seu caráter participativo-cidadão, Emancipação de quebradas, disputa de imaginários, incorporação de gírias, preocupação com a informação do leitor, militância pela garantia dos direitos fundamentais, adaptação do conceito de periferia, especificidade geográfico-espacial), se aceita que este é um formato inovador de jornalismo. E este tem dado resultados para os leitores, como pode ser visto nos comentários da página do facebook do Periferia em Movimento.

O coletivo está desempenhando o papel da mídia radical (Downing, 2012) de criar a **contra informação**, quebrando o silêncio, refutando as mentiras e fornecendo a verdade. Uma das maneiras utilizadas pelo Periferia em Movimento para não se esgotar na produção de conteúdo é o contato constante com o público durante os Encontros de formação em jornalismo. Essa é uma maneira de disseminar a crítica de mídia e a partir dela, criar novos formatos segundo as demandas do público. Mesmo sem se definir como um grupo de educadores, o trabalho que o Coletivo desenvolve em cursos como o Repórter da Quebrada é um exemplo de educação.

“O antidiálogo não comunica. Faz comunicados” (Freire. 1983, p.69) Ao escrever sobre o

antidiálogo, Freire o caracteriza como uma comunicação de relação de A sobre B, e é no diálogo que nos opomos a isso. O Repórter da Quebrada é um exemplo de diálogo em todas suas etapas, pois não possui imposições em sua estrutura e está sempre trabalhando com a renovação. É um curso que só é estruturado a partir dos interesses dos participantes, e não seria diferente no momento de criação dos produtos jornalísticos. O formato escolhido, de vídeos curtos, foi definido porque precisava ocupar pouco espaço na memória do celular, ser “baixado” pelo whatsapp mais rapidamente, e ser facilmente compartilhado. Os cursos não eram obrigatórios a ninguém, e se não estivessem significando um diferencial na vida dos jovens, não teria porque eles comparecerem.

A educomunicação é livre, e pode acontecer de diversas formas, como mostra Oliveiras Soares:

Distintas vertientes han caracterizado la práctica de la educación para los medios: desde una visión cerrada, vertical y moralista (el maestro enseña lo que debe ser visto y consumido por sus alumnos a partir de determinada concepción de orden filosófico religioso o moral), pasando por una perspectiva culturalista y escolarizada (los medios son parte de la cultura, por eso objeto de conocimiento), hasta llegar a una postura dialéctica más común en la práctica de movimientos sociales (el receptor analiza los medios a partir de su propio lugar social, económico y cultural). En este caso, el juicio crítico sobre la producción de la industria cultural se construye a partir de la inmersión del sujeto en la experiencia productiva con los medios, permitiéndose, a sí mismo, evaluar la manera y las razones de su relación con las tecnologías (Oliveira Soares, 2009, p. 197)

Um dos objetivos da pesquisa era criar um modelo para o novo curso de formação em comunicação e direitos humanos. Porém, como a produção será feita em conjunto entre os participantes, ficam aqui apontados alguns temas a serem sugeridos pelo Coletivo aos educandos, com material audiovisual editado livre para ser utilizado no site e durante as formações. O material contempla direitos das mulheres à cidade, jornalismo e feminismo negro, jornalismo e direitos humanos, direito à saúde sexual e reprodutiva, jornalismo e direito das pessoas LGBT e jornalismo sobre pessoas vivendo com HIV. Durante o mês de fevereiro, todas as entrevistas serão editadas em pílulas que ficarão disponíveis no site do Periferia em Movimento, em uma reportagem que apresentará a presente pesquisa.⁴³

Por fim, ficam as palavras de Paulo Freire “O intelectual precisa saber que a sua capacidade crítica não é superior nem inferior à sensibilidade popular. A leitura do real requer as duas”. Freire; 1985, p. 39). E de Faúndez,

Nenhum de nós tem a verdade, ela se encontra no devir do diálogo; como dizia Hegel, ‘a verdadeira realidade é o devir’, não é o ser nem o não ser, mas a tensão entre ambos – o processo histórico é o verdadeiro. Assim, quando se propõe que o verdadeiro é uma busca e não um resultado, que o verdadeiro é um processo, que o conhecimento é um processo, e, enquanto tal, temos de fazê-lo e alcançá-lo através do diálogo, através de rupturas, isto não é

⁴³ Uma das metas do Periferia em Movimento para 2017 é criar espaço no website para um banco de pesquisas referentes ao Coletivo e a assuntos que remetem aos direitos humanos, direito à cidade, principalmente com enfoque das periferias.

aceito pela grande maioria dos estudantes que se acham acostumados com que o professor hierarquicamente tenha a verdade, ele o sábio, e portanto, não aceitam o diálogo. Para eles, o diálogo é sinal de fraqueza do professor, para eles a modéstia no saber é mostra de fraqueza e ignorância. (...) é profundamente democrático começar a aprender a perguntar. (Freire, Faundez – trecho escrito por Antonio sobre a experiência de docência em Genebra. 1986, p.43)

Fica como resultado também a sugestão de materiais que podem ser utilizados como base nos cursos de educomunicação.⁴⁴ Espera-se que este material seja válido para alterar currículos também de dentro das universidades, como aconteceu com a *Revista Movimenta!*⁴⁵, criada no segundo semestre de 2016, produzida para as disciplinas de Jornalismo Impresso III e Planejamento Gráfico Editorial III - Curso de Jornalismo - FAAC/UNESP (6º termo).

Por fim, que esse seja só o começo.

⁴⁴ Todos os materiais estão indicados nos apêndices da pesquisa.

⁴⁵ Disponível em: https://issuu.com/anabfferreira/docs/revista_movimenta . Acesso em 13.02.2017

6. Referências Bibliográficas

_____. **Anuário de Mídia**. Pesquisas 2015 São Paulo: Meio e Mensagem, 2015. Versão online disponível em <http://portfoliomidia.meioemensagem.com.br/>. Acesso em 13 fevereiro 2017.

_____. **Atlas de Cobertura dasda Rede Globo**. Em: <http://comercial2.redeglobo.com.br/atlasdecobertura/Paginas/Home.aspx>. Acesso em 13 fevereiro 2017.

_____. **Constituição Federal de 1988. Promulgada em 5 de outubro de 1988**. Em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em 13 fevereiro 2017.

ABERT, **As Receitas da Indústria de Radiodifusão**. Em: <http://www.abert.org.br/web/index.php/dados-do-setor/estatisticas/faturamento-do-setor>. Acesso em 13 fevereiro 2017

ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. 2. ed. – São Paulo : Editora Fundação Perseu Abramo, 2016.

ADORNO, T. **Résumé sobre indústria cultural**. Revista Memória e Vida Social: História e Cultura Política, v. 1, maio 2001.

AGÊNCIA PATRÍCIA GALVÃO. **Dossiê Violência Contra a Mulher**. Em: <http://www.agenciapatriciagalvao.org.br/dossie/>. Acesso em 13 fevereiro 2017

Agência Nacional de Direitos da Infância, ANDI. **Relatório Mídia e Políticas Públicas de Comunicação**. Brasília, fevereiro 2007. Em: <http://www.andi.org.br/politicas-de-comunicacao/publicacao/midia-e-politicas-publicas-de-comunicacao>. Acesso em 13 fevereiro 2017.

ALTHUSSER, Louis. **Ideologia e Aparelhos Ideológicos do Estado**. 3ª edição. Editorial Presença. Lisboa. 1980.

A. Kienz, **Comunicação de Massa: Análise de conteúdo**. Rio de Janeiro, Eldorado, 1975. p. 144-5.

BASTOS, Stédile, Villas Boas. **Indústria Cultural e Educação**. Dicionário de Educação do Campo. 2012. p.413.

BARBOSA, Bia; MODÉ, Giovanna. **A Sociedade Ocupa a TV: o caso Direitos de Resposta e o controle público da mídia**. São Paulo: Intervenções – Coletivo Brasil de Comunicação Social, 2007

BARDWICK, Judith M. **Mulher, Sociedade Transição: Como o feminismo, a libertação sexual e a procura da auto-realização alteraram as nossas vidas**. Difusão Editorial. São Paulo. 1981.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Portugal; Edições 70, LDA, 2009.

BARRANQUERO, Alejandro. **“Concepto, instrumentos y desafíos de la educomunicación para el cambio social”**. Comunicar, Vol. XV, No. 29, Universidad de Huelva. 2007

BOLAÑO, C. R. S. **Mercado brasileiro de televisão**. 1ª.ed. Aracaju: UFS, 1988

CAIRES, Mariana. **A Mídia Do Estupro**, Revista Univerciência, Bauru, SP. 2015. Em:

<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/anagrama/issue/view/642>. Acesso em 13 fevereiro 2017.

CAMPOS DOS SANTOS, Maurício. **Repressão aos Movimentos Sociais (Campo e Cidade)**. Dicionário de Educação do Campo. p. 675. Expressão Popular. Rio de Janeiro e São Paulo. 2012.

CAMPOS, Antonia; MEDEIROS, Jonas; RIBEIRO, Márcio. **Escolas de Luta – Coleção Baderna**. Editora Veneta. Edição 1ª, jul 2016.

CHAUÍ, Marilena. **Simulacro e Poder: uma análise da mídia**. São Paulo: Fundação. Perseu Abramo, 2006.

CHAUÍ, Marilena – **O que é Ideologia**. São Paulo: Ed. Brasiliense, 2008.

CHOMSKY, Noam. **Os Caminhos do Poder. Reflexões Sobre a Natureza Humana e a Ordem Social**. Editora Artmed. Porto Alegre.1998.

COSTA, I. C. Prefácio. Teatro e Transformação Social. Coletivo Nacional de Cultura (org.). São Paulo: Cepatec/FNC/Minc, 2006. p. 4-7.

DE MORAES, Dênis de Moraes. **Crítica de Mídia e Hegemonia Cultural**. Editora Mauad. 2015

DURKHEIM, E. **As Regras do método Sociológico**. SP: Ed. Nacional, 1978.

FREIRE, Paulo, 1967, **Educação Como Prática da Liberdade**. Rio de Janeiro, Paz e Terra

FREIRE, Paulo. **Educação e Mudança**. Editora Paz e Terra. Rio de Janeiro, 1963

FREIRE, Paulo; FAUNDEZ, Antonio. **Por uma Pedagogia da Pergunta**. 1986. Segunda edição. Paz e Terra Educação. São Paulo, SP.

FUNDAÇÃO PERSEU ABRAMO. Pesquisa **Democratização da mídia**. Revista Teoria e Debate. 2014. Em: <http://novo.fpabramo.org.br/sites/default/files/fpa-pesquisa-democratizacao-da-midia.pdf>. Acesso em 13 fevereiro 2017.

GALL, Emanuel. **Prácticas educucomunicativas: miradas sobre lo inacabado**. , 2005.Em: http://www.aprendaki.com.br/art_not.osp?codigo=158. Acesso em 13 fevereiro 2017.

GAMA, SANTOS, FOFONCA. **Teoria das representações sociais: uma análise crítica da comunicação de massa e da mídia**. Outubro de 2010. Revista Eletrônica Temática. Ano VI, número 10. Em: http://www.insite.pro.br/2010/outubro/representacao_comunicacao_midia.pdf. Acesso em fevereiro 2017.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide - para uma teoria marxista do jornalismo**. Porto Alegre, Tchê, 1987.

GRAMSCI, Antonio. **Os Intelectuais e a Organização da Cultura**. 8ª edição, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1991.

GRAMSCI, Antonio. **O Conceito de Hegemonia em Gramsci**. 3ª edição, Rio de Janeiro, Graal, 1991.

GRAMSCI, A.. **Concepção dialética da história**. Rio de Janeiro: civilização Brasileira. 1978

GUARESCHI, P. Comunicação & poder. A presença e o papel dos meios de comunicação de massa estrangeiros na América Latina. 11a ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998

HALL, Stuart. **Da Diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2008.

HUSBAND, C. **The Right To Be Understood: Conceiving the Multi-ethnic Public Sphere**. Em *Innovation*, 9 (2), 1996, pp. 209-210.

Institute of Media and Communications Policy (IFM). **Media Data Base 2017**. Em: <http://www.mediadb.eu/en/data-base/international-media-corporations/google-inc.html>. Acesso em 13 fevereiro 2017

KUCINSKI, Bernardo. **Síndrome da Antena Parabólica**. Editora Perseu Abramo. 1998.

LEFORT, Claude. **Esboço de uma ideologia nas sociedades modernas**. Em: *As formas da história*. São Paulo, Brasiliense, 1982. P.320-321

LUKÁCS, Gyorgy. **Prolegômenos Para uma Ontologia do Ser Social: Questões de Princípios para uma ontologia hoje tornada possível**. São Paulo: Boitempo, 2010

MARCONDES FILHO, Ciro. **Até que ponto, de fato, nos comunicamos?** Editora Paulus, 2004.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo: a saga dos cães perdidos**. Ed. Hacker. 2002.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **La educación desde la comunicación**. Buenos Aires, Norma. 2002.

McLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1969.

MOSCOVICI, S. **A representação social da psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

MOSCOVICI, S. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. Rio de Janeiro, Vozes, 2003. 404 páginas (trad. Pedrinho A. Guareschi, a partir do original em língua inglesa *Social representations: explorations in social psychology* [Gerard Duveen (ed.), Nova York, Polity Press/Blackwell Publishers, 2000])

OLIVEIRA SOARES, Ismar. **Caminos de la educomunicación: utopías, confrontaciones, reconocimientos**. Revista Nômadas, U Central Bolivia, Número 30. Abril de 2009. Em: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwjszoX4tK3RAhXChZAKHT6xA7kQFggcMAA&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F5508105.pdf&usg=AFQjCNGhCXEWdZ7xCBEQG-HKjGm5YUKvOA&sig2=2jFPT03jQMpAouIxfIIZQw&cad=rja>. Acesso em 13 fevereiro 2017.

PIERANTI, MARTINS, 2007, p.12. **A Radiodifusão como um Negócio: um Olhar sobre a Geração do Código Brasileiro de Telecomunicações**. Revista de Economía Política de las TASSIGNY, Mônica Mota. **Ética e ontologia em Lukács e o complexo social da educação**. 2004.

Prefeitura de São Paulo, **Redes e Ruas**, 2016. p. 140. ISBN 978856228703-9.

REZENDE PINTO, José. **A teoria da ação comunicativa de Jürgen Habermas: conceitos básicos e possibilidades de aplicação à administração escolar**. Paidéia. Ribeirão Preto. 1995.

SODRÉ, Muniz. **A Máquina de Narciso**. Televisão, Indivíduo e Poder no Brasil. Cortez Editora. 2ª edição. 1990.

SOUSA SANTOS, Boaventura. **Para Além do Pensamento Abissal**. Novos Estudos. Novembro 2007.

SOUZA, Jessé. **Ralé brasileira : quem é e como vive**. Belo Horizonte : Editora UFMG, 2009

SOUZA, Jessé. **A tolice da inteligência brasileira: ou como o país se deixa manipular pela elite**. São Paulo, LeYa, 2015.

UNESCO. **Plano de Ação da Terceira Fase do Programa Mundial de Educação em Direitos Humanos**. 2015. Em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002329/232922POR.pdf>. Acesso em 13 fevereiro 2017.

7. Apêndices

Figura 1 - Hábitos de Mídia - Fundação Perseu Abramo, 2014



Figura 2 - O que é divulgado nos meios de comunicação Perseu Abramo 2014

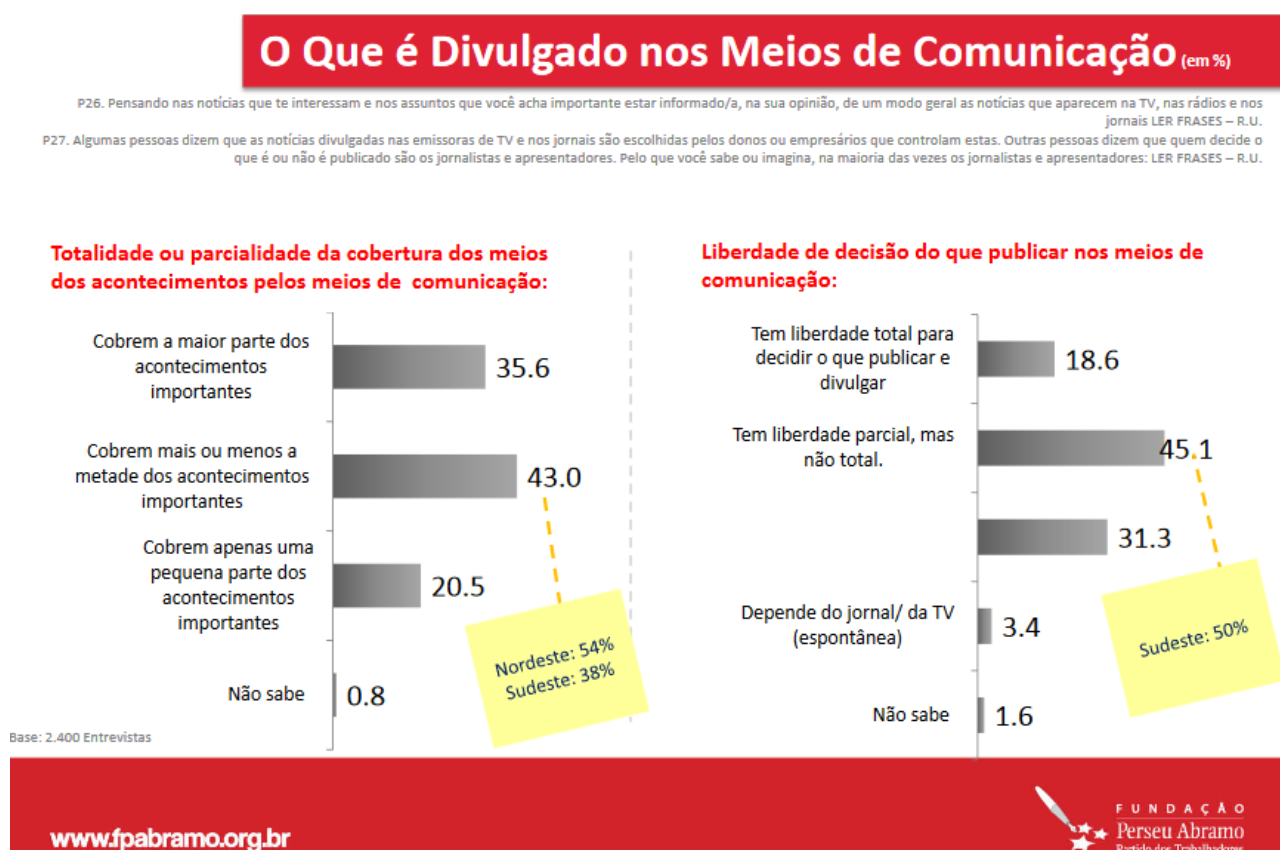


FIGURA 3 - Regras para Conteúdo - Fundação Perseu Abramo, 2014

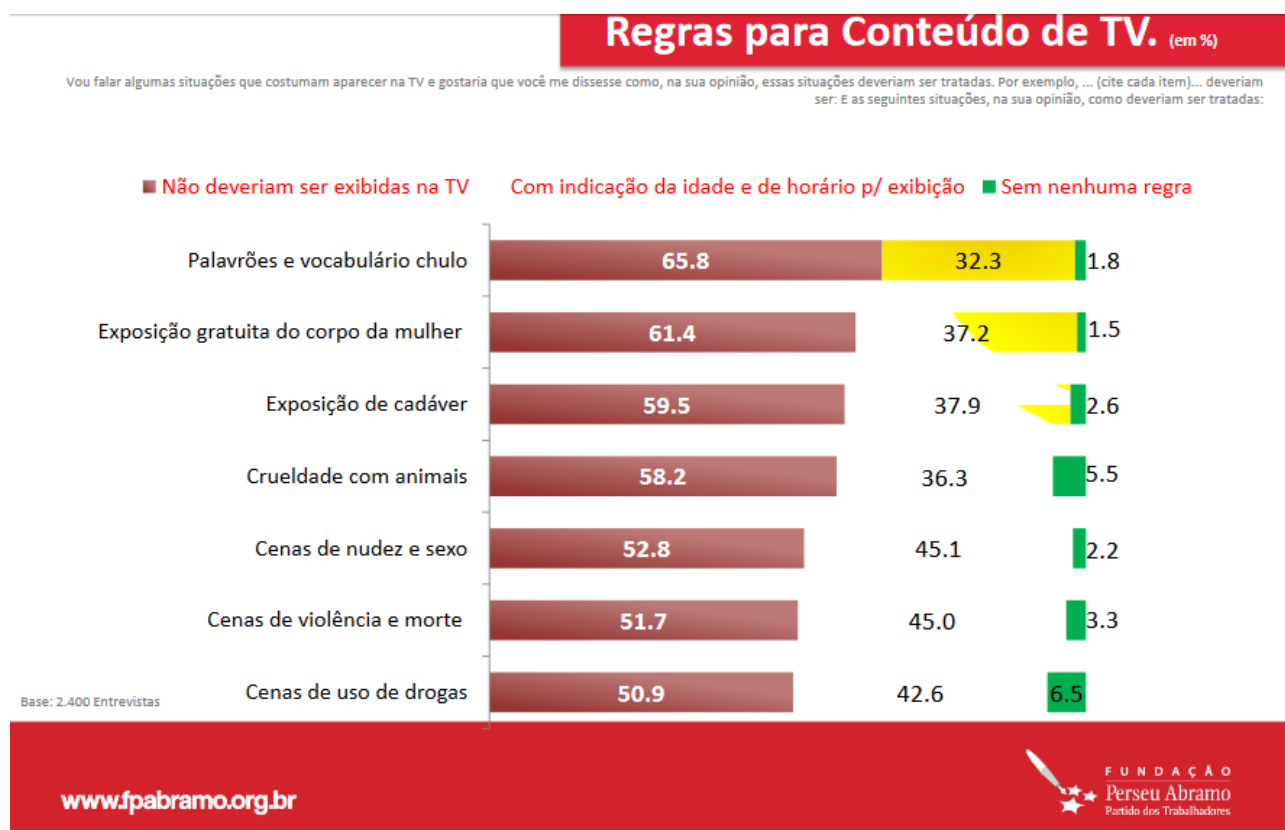


Figura 4 - Regras para Conteúdo - Fundação Perseu Abramo, 2014

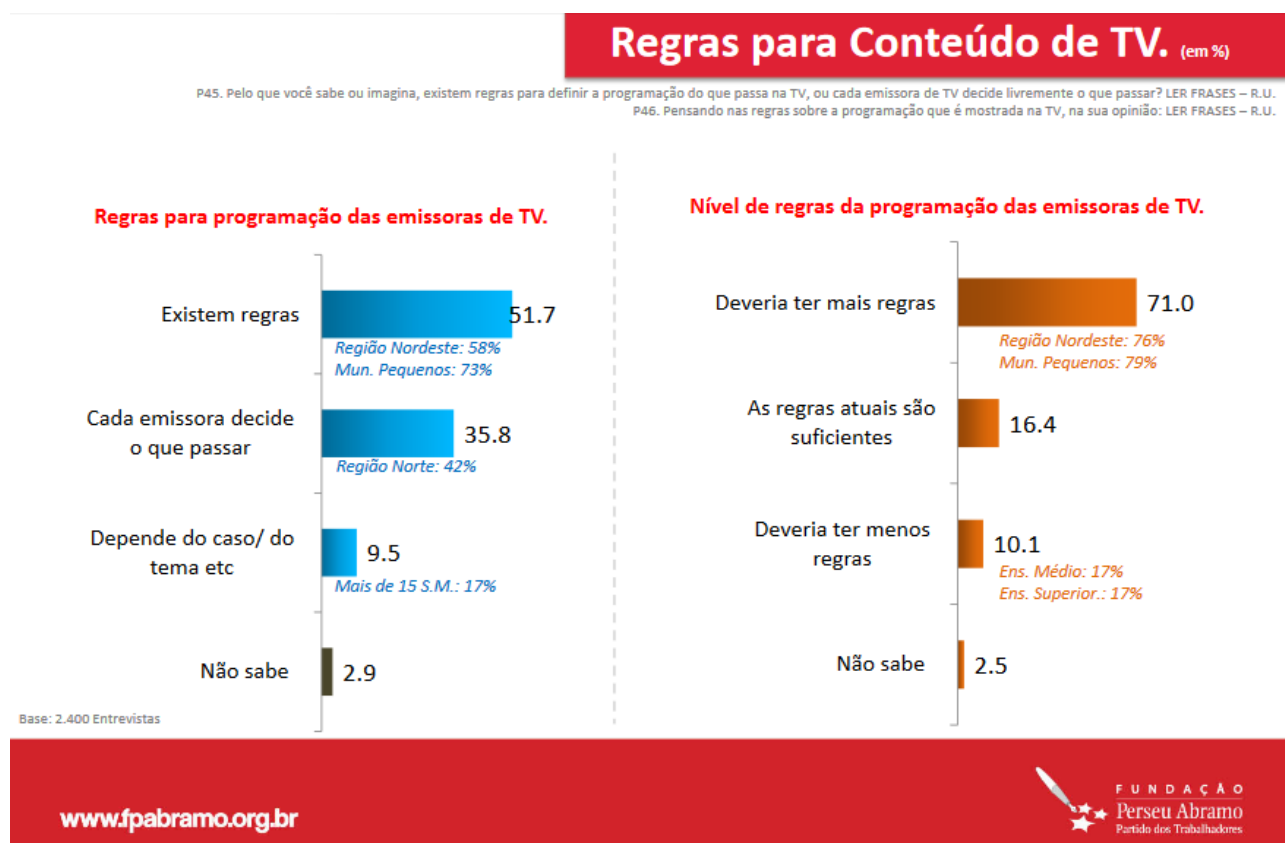


Figura 5 – Avaliação de Conteúdo - Fundação Perseu Abramo, 2014

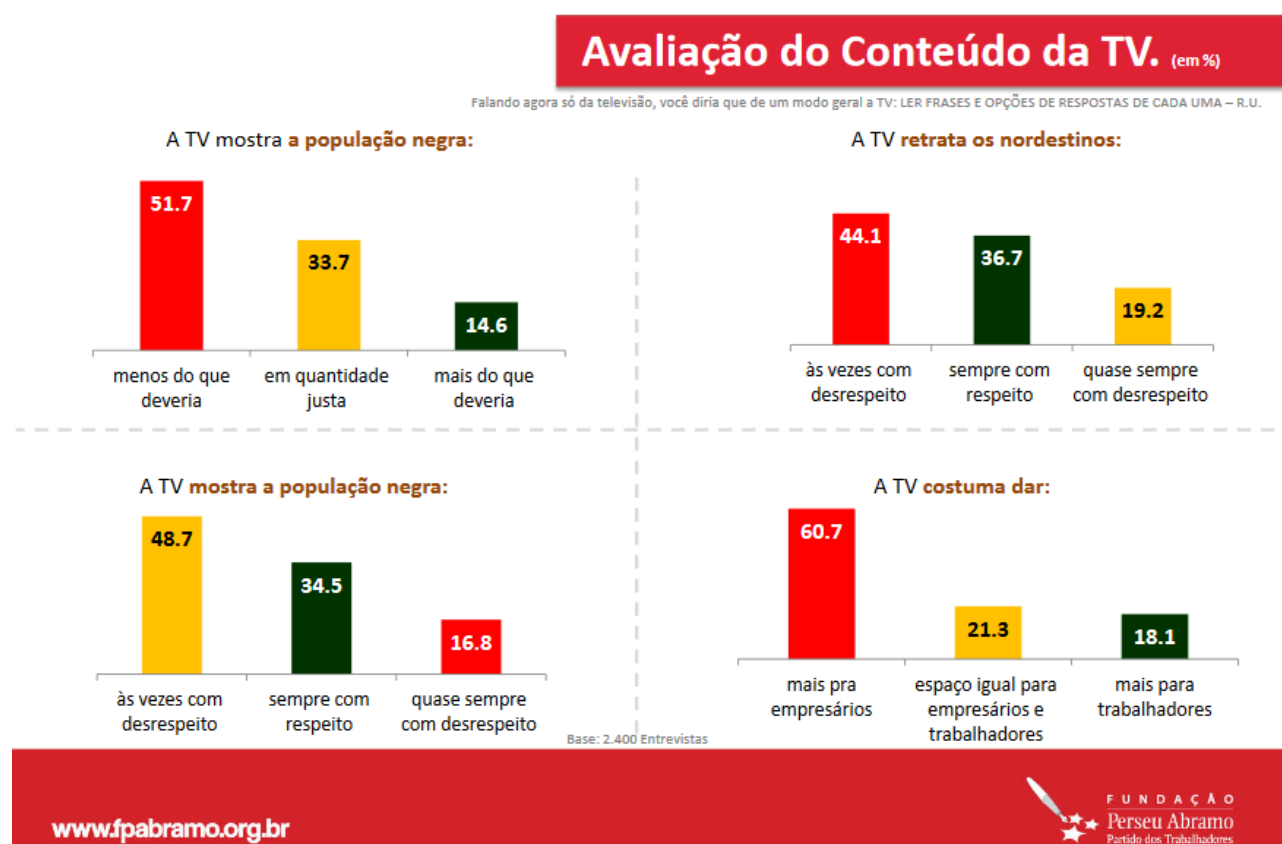
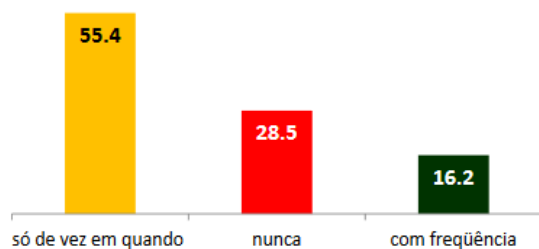


Figura 6 - Avaliação de Conteúdo - Fundação Perseu Abramo, 2014

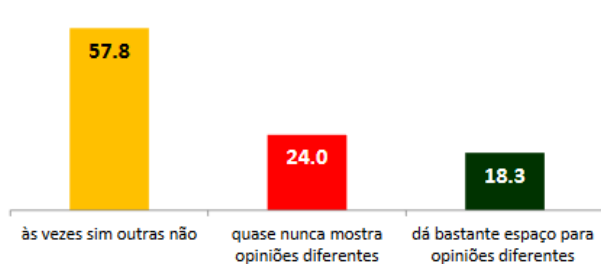
Avaliação do Conteúdo da TV. (em %)

Falando agora só da televisão, você diria que de um modo geral a TV: LER FRASES E OPÇÕES DE RESPOSTAS DE CADA UMA – R.U.

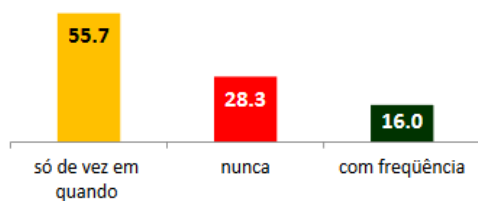
A TV defende os interesses de pessoas como você:



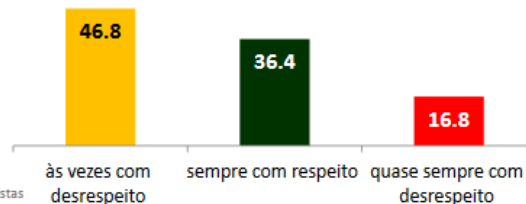
A TV dá bastante espaço para opiniões diferentes:



A TV costuma mostrar pessoas que pensam como você:



A TV retrata as mulheres:



Base: 2.400 Entrevistas

www.fpabramo.org.br

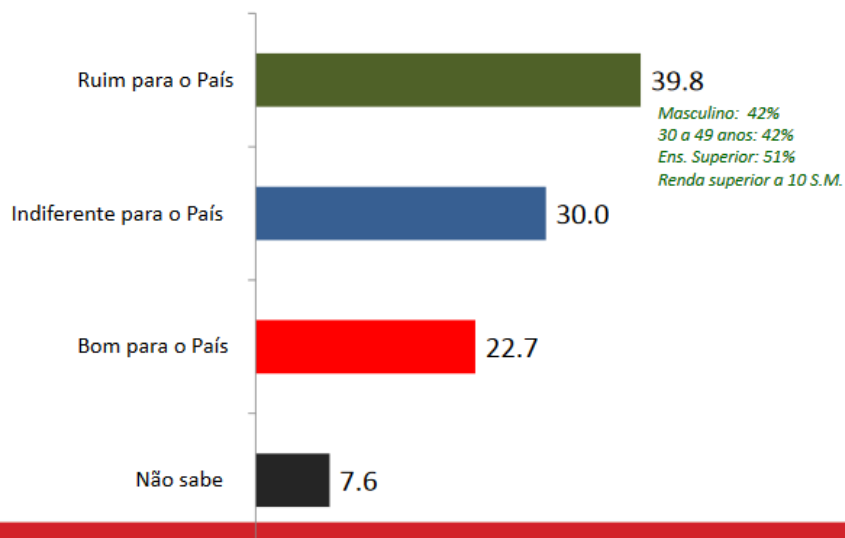
FUNDAÇÃO
Perseu Abramo
Partido dos Trabalhadores

Figura 7 - Grupos Privados de Comunicação - Fundação Perseu Abramo, 2014

Grupos Privados de Comunicação (em %)

P65. e P66 - Você diria que o número de grupos privados que controla as emissoras de TV e rádio no Brasil é: LER – R.U.
P67. No Brasil, a maior parte dos meios de comunicação, (TV, rádio, jornais, revistas e portais da internet), pertencem ou são controlados por cerca de dez famílias. Na sua opinião: LER FRASES – R.U.

(Após saber da quantidade de grupos que controla os grupos de comunicação) Poucas famílias no controle é:



Base: 2.400 Entrevistas

www.fpabramo.org.br

FUNDAÇÃO
Perseu Abramo
Partido dos Trabalhadores

Figura 8 - Revista Fala Guerreira, 2015

4

FALA GUERREIRA!

Nós precisamos conversar sobre o Feminismo! E queremos conversar assim, de mulheres pra mulheres, pluralizando as vozes para nos fortalecermos juntas. Foi assim que nasceu a ideia e a intenção da Revista Fala Guerreira, que você tem em mãos agora.

Desde a enxada no trem ao assédio do chefe, desde a dureza que é criar @ mentin@ sozinha ao desprezo intelectual d@s colegas de classe, desde a solidão dos espaços em que temos que falar sozinhas ao olhar que nos enxerga expostas numa vitrine de açougue, por estas e outras, ser mulher é foda. E com certeza é também um privilégio, basta olhar o quanto temos feito e lutado por nós e pelos outros. Nós não podemos parar e é sobre isso que queremos falar com você!

Essa revista faz parte de muitos encontros que se entrelaçam e chegam até aqui. São encontros que se iniciam no ano de 2012, quando resolvemos nos organizar para pensar a questão da mulher da periferia e suas lutas sociais. Passamos por três anos em que tivemos encontros festivos, dolorosos, críticos, mas principalmente de rompimentos e construção.

Ao longo dessa caminhada, percebemos que ser mulher periférica e se revoltar com o machismo, ou seja, ser feminista, era diferente de um feminismo encabeçado por mulheres que não vivenciaram a nossa realidade. Essas mulheres, geralmente brancas, estudadas, intelectualizadas, e com uma boa conta bancária, não compartilhavam das mesmas batalhas que nós.

Não estamos desvalorizando a trajetória do movimento feminista como um todo, até porque, compreendemos que a luta feminista é composta por uma diversidade de mulheres. Entendemos que todo processo de luta teve seu contexto para mudar nossas vidas.

Fala Guerreira! é fruto desse processo de revolta e nossa reivindicação para dar visibilidade à outra experiência feminista, o feminismo periférico. Partindo da vivência na nossa quebrada, Jd. Ibirapuera, unimos nossas caminhadas até aqui. Somos negras, brancas, indígenas, lésbicas, travestis, transsexuais, pobres, filhas de nordestin@s, clandestinas, prostitutas, imigrantes, latino-americanas espalhadas nas periferias do mundo e das cidades.

A construção do nosso feminismo se dá reconhecendo a trajetória das nossas mães, tias, avós, irmãs e a nossa própria realidade. E nos distanciando das vozes e visões que teimam em nos classificar em conceitos branco-europeizados com medo, de nós "as outras" e tentando nos controlar.

Nas próximas páginas, você vai descobrir que o feminismo está presente em muitas coisas que você já faz porque essa luta é contra uma inferioridade que nos persegue há tempos. E que não vamos aceitar.

Desejamos que você se descubra e nos descubra a cada linha, a cada página virada. E queremos que esse papo flua bem, ecoe no seu corpo e você não ajude a espalhar essa ideia pra todas as guerreiras da quebrada. **VAMOS?**



Índice

2 MICHELE MESQUITA	28 CRIS ROSENO
4 EDITORIAL	30 COLETIVO DIVERSOU
6 ELZA OLIVEIRA	32 JAQUE CONCEIÇÃO
8 DANIELLE REGINA	34 JESSICA DARA
12 THAIS BUARQUE	40 VIOLÊNCIA DOMÉSTICA
18 FORMIGA	42 ESTAMOS DE OLHO
22 ALESSANDRA TAVARES	44 CONSELHO TUTELAR
26 BIANCA ZORZAM	46 JENYFFER NASCIMENTO

Expediente

PROJETO FALA GUERREIRA!
MULHER E MÍDIA NA QUEBRADA
#1 outubro/2015

REVISÃO: Dayse Oliveira
PROJETO GRÁFICO: Silvana Martins
AS PARÇAS: Carolina Teixeira, Dayse Oliveira, Thaís Buarque

realização

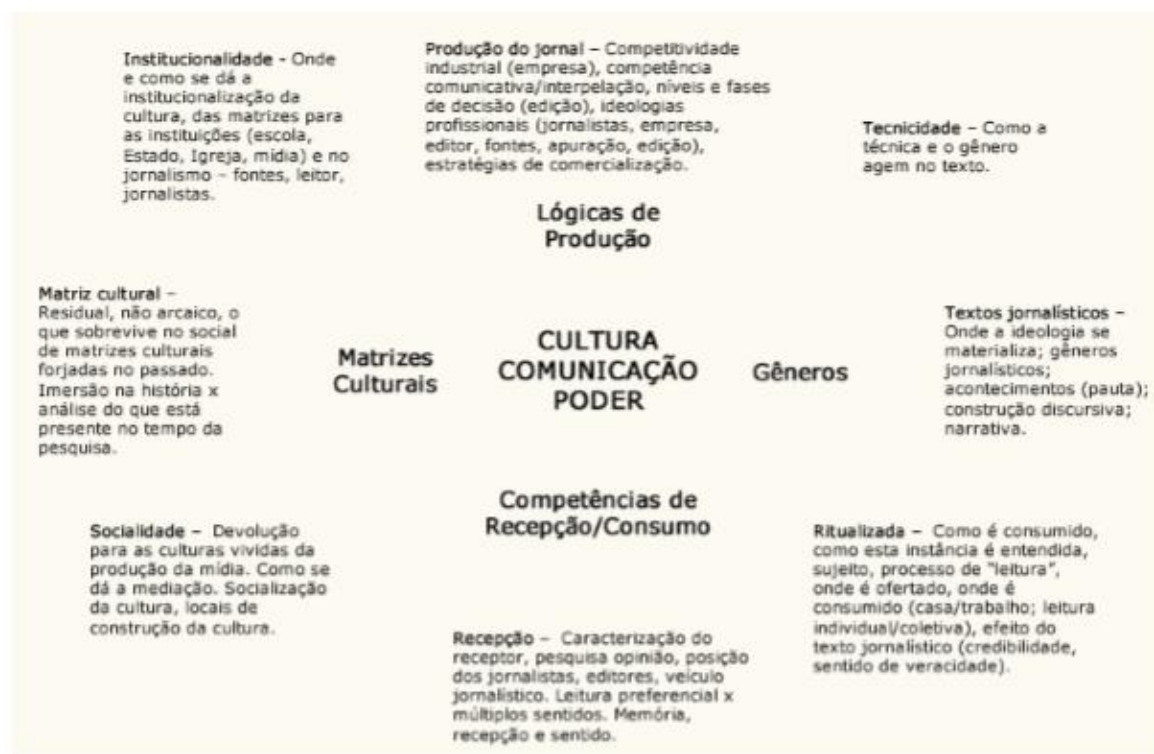
EQUIPE: Alessandra Tavares de Oliveira, Anabela Gonçalves, Aralida Carla Aguiar, Danielle Regina de Oliveira, Izabela Machado, Jenyffer Nascimento, Mariana Brito, Paula Franco, Silvana Martins Costa

parceiros: BLOCO BICO, PREFEITURA DE SÃO PAULO

5

Figura 9 - Barbero Cultura Comunicação e Poder

Figura 1 - Proposta metodológica para o estudo do jornalismo



Fonte: ESCOSTEGUY, Ana Carolina; FELLIPI, Ângela. Jornalismo e estudos culturais: a contribuição de Jesús Martín-Barbero. *Revista Rumores*, São Paulo, n.14, vol. 7, jul-dez 2013. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/69427/72007>>. Acesso em: 19 ago. 2015.

Figura 10 - Zine Repórter da Quebrada

Repórter da Quebrada

Jornalismo e Direitos Humanos conectando o Extremo Sul



"Todos os seres humanos nascem livres e iguais em dignidade e direitos"

(Artigo 1 da Declaração Universal dos Direitos Humanos)

Os direitos humanos, do modo como estão no papel podem até ser iguais para todos. No texto, todos teriam assegurados educação, moradia, transporte, lazer, cultura, saúde e tantas outras coisas. Mas é só sair da quebrada e pegar um trem que, da janela, dá pra ver que seus direitos são bem diferentes dos de outras pessoas da cidade.

Os hospitais sem leitos, as creches lotadas e as torneiras sem água de Parelheiros não se repetem em Pinheiros. Na periferia, onde as pessoas realmente precisam e sentem falta de serviços públicos de qualidade, eles não existem.

E, se você ligar a TV, vai ver que o jornal não conversa com a gente. Fala de dólar, mostra feiras de carros novos e crônicas de Nova Iorque. Da quebrada, só aparece desgraça, violência, e um ou outro caso de superação. A mídia não é nossa aliada na luta pela garantia dos direitos, e saber disso já é um motivo para nos manifestarmos. Mas támo aqui: a periferia vive e luta por seus direitos!

No Repórter da Quebrada, vivemos 50 horas de trocas de experiência sobre jornalismo e direitos humanos nas periferias. Contamos com a presença de muitos convidados que fortalecem todos os dias a construção de conhecimento e as lutas no Extremo Sul de São Paulo.

Os relatos a seguir fazem parte de uma grande reportagem especial produzida por nós, mais de 20 adolescentes de Cidade Dutra, Grajaú e Parelheiros, que participamos desse processo. Lê, curte, comenta, repassa!

Supervisão de Texto: Mariana Cairés

MORADIA PRA QUEM? *Por Matheus Oliveira e Danielle Vieira*

O Extremo Sul de São Paulo tem quase 800 mil habitantes. Só no Grajaú são 360.787 moradores em uma área de 92,53 km², o que faz do distrito o mais populoso de São Paulo. Grande parte da região fica em área de preservação ambiental por abrigar duas represas: Billings e Guarapiranga. O crescimento ocorreu de forma desorganizada e desenfreada, o que gerou remoções e reivindicações de posse. As moradias começaram por ocupações populares, já que viver nas áreas centrais virou privilégio de poucos.

A moradia é um direito assegurado pela Declaração Universal dos Direitos Humanos e garantido pela Constituição, mas quem vive na periferia sabe que pouca coisa faz parte da realidade. Os movimentos sociais nascem da insatisfação com esse panorama e vontade de mudar. Segundo Idalício Reimberg, professor e militante do movimento Nós da Sul, "a ocupação é uma forma de pressionar o poder público a construir moradia popular".

NOSSO DIREITO À CIDADE *Por Daniela dos Santos Correia*



O transporte também é um direito assegurado pela Constituição. Faz parte do direito de ir e vir, de ter acesso a outros direitos, como educação, saúde e lazer. Se não existe transporte público ligando nosso bairro a escolas, postos de saúde, parques ou museus, o direito à cidade está sendo retirado de nós.

O movimento Luta do Transporte no Extremo Sul busca a garantia e respeito a esse direito e chamou atenção da Prefeitura com protestos e fechamentos de avenidas, linhas populares em bairros de Parelheiros e Marsilac e reuniões para exigir novas linhas, ampliação das avenidas e novas ruas na região.

DE ONDE VEM NOSSA EDUCAÇÃO? *Por Patrícia Pereira*

A educação é mais do que decorar temas da escola: é um processo de transformação social. O ensino da escola é diferente do que vem de casa, mas os dois têm que se completar. Porém, com escolas precarizadas e a ausência dos pais em casa, a educação perde espaço na vida das pessoas. Muitas vezes, os pais saem de casa com os filhos dormindo e voltam do trabalho quando também já caíram no sono. As horas perdidas no ônibus sentido Centro e as que demoram para voltar ao Extremo Sul são momentos que poderiam ser trocados pelo convívio com a família, "mas no fim do mês tem que ter comida na mesa, não dá pra deixar de trabalhar", fala Maria Vilani, poetisa, filósofa, ativista e professora no Grajaú.

O RACISMO NOSSO DE CADA DIA

Por Tathiane Barros

Racismo é uma maneira de discriminar as pessoas pela cor da pele e características físicas. A verdade é que sempre foi um assunto polêmico, pelo fato de o branco diminuir o papel do negro e então o negro não aceitar ser menosprezado ou desmerecido. Até ouvimos falar que não é mais existente em nossa sociedade. Chega a ser ridículo, pois o que mais vemos é a mídia com seus atos racistas *velados*, é claro. A rapper Tati Preta Soul, por exemplo, já ouviu reclamações no ônibus por conta do volume de seu cabelo. Ninguém é melhor que ninguém. Nossa luta é para acabar com o racismo.

SER GAY NA QUEBRADA...

Por Evelyn Arruda

Será que o preconceito é maior na perifa do que no centro? Nossa constituição assegura o direito de ir e vir, à expressão e ao respeito. Mas imaginem não poder ser o que você é no seu próprio bairro? Ser oprimido por um ideal ultrapassado diferente do seu, conviver com o ideal imposto de uma sociedade, por acharem que só de te olhar podem ser influenciados e se tornar como você. Imagina pessoas querendo vigiar o que você faz na cama!

A homofobia e a transfobia são uma realidade no Brasil. E o ator e militante do movimento LGBT Bruno César, que vive no Extremo Sul, promove essas discussões pela perspectiva de quem está na quebrada com o festival cultural Periferia Trans.

Repórteres da Quebrada: Bruno Henrique dos Reis, Daniela Correia, Danielle Vieira, Ester de Souza, Evelyn Arruda, Igor Silva, Ingrid Fialho, Ítalo Augusto Silva, Kristine Gonçalves, Layane Bemfica, Maria Eduarda Silva, Matheus Oliveira, Pablo Sobral, Patrícia Carmo Pereira, Raíhaela Bastos, Stefani Camurça, Suzana Sampaio Sobrinho, Tathiane Barros, Vitoria Gama e Wilson Oliveira.

Coordenação, orientação e edição: Aline Rodrigues, Ana Paula Fonseca, Anderson Resende, Mariana Calres e Thiago Borges.



ONDE ESTÁ A CULTURA?

Por Danielle Vieira, Ingrid Fialho, Kristine Gonçalves, Maria Eduarda Silva, Matheus Oliveira, Pablo Sobral e Vitoria Gama

O Extremo Sul de São Paulo encontra-se com diversos espaços culturais que não estão sendo amplamente ocupados. Como, por exemplo, a Casa de Cultura Palhaço Carequinha, que disponibiliza oficinas de teatro, capoeira, danças e entre outros, mas segundo os jovens que frequentam o local faltam de investimentos do poder público e a ausência de divulgação para a população.

Paulo Cezar diz que os horários oferecidos pelo centro cultural para as oficinas não são viáveis. A galera do Calçadão Cultural do Grajaú, em frente ao espaço, aponta a burocracia. “Só é uma pessoa que tem acesso e, se a pessoa não estiver, ali a gente fica sem nada. Não tem aquela ‘coisa’ que nos motiva, o bagulho não chega aqui. Você tem que preencher um monte de coisa, fazer cadastro. Quando tem filme todo mundo cola para assistir”, desabafaram alguns dos frequentadores do Calçadão.

Magno Duarte, novo gestor e morador da região, diz que a Casa de Cultura está se aproximando da juventude do Calçadão. “A proximidade com o coletivo O Formigueiro (que foi fundado por um grupo de jovens a fim de promover eventos culturais e preservar o espaço) ajuda no sentido de unir o pessoal de fora conosco e melhorar a comunicação”, diz ele, que pretende melhorar o equipamento, eliminar a burocracia e aumentar a frequência.

Tanto a administração interna quanto o pessoal que ocupa o espaço comentam sobre a visão negativa que recai sobre o ambiente. Alguns moradores e comerciantes reclamam do uso de drogas e chegam a falar que se sentem ameaçados. Porém os jovens enxergam diferente, dizem que o pessoal generaliza e que estão apenas em busca de fazer um som, divertir-se, conhecer pessoas. “Tem cultura pra caralho perdida aqui”, diz Paulo Cezar. No geral, ele defende que o povo deve quebrar esse preconceito e ocupar o espaço público de forma ampla, valorizando a cultura da periferia.

É necessário que os espaços públicos da periferia sejam ocupados e valorizados. Tanto a Casa Cultura Palhaço Carequinha quanto muitos outros, como por exemplo a Casa ECOATIVA (foto), um espaço autônomo eco-sócio-cultural localizado na Ilha do Bororé, onde acontecem várias atividades culturais entre elas se destacam os saraus, oficinas aos sábados e atividades de permacultura.

Segundo a pesquisa “Cultura ao Extremo”, realizada pelos coletivos Periferia em Movimento e Expressão Cultural Periférica, a região Extremo Sul tem 168 agentes culturais, em diversas linguagens. A cultura ajuda a construir mecanismo de mudança para problemas sociais que as periferias enfrentam e pode-se configurar como uma forma de resistência.

“Um povo sem conhecimento, saliência de seu passado histórico, origem e cultura é como uma árvore sem raízes” (Bob Marley).



Confira fotos, vídeos e relatos completos em:
PeriferiaEmMovimento.com.br /ReporterDaQuebrada

11. Links para usar como base em novos projetos de educomunicação:

Currículo de Gênero da ONU Mulheres:

<http://www.onumulheres.org.br/programasemdestaque/genero-na-escola/>

Dossiê Violência contra as Mulheres:

<http://www.agenciapatriciagalvao.org.br/dossie/>

Glossário da ONU sobre Igualdade de Gênero:

<http://migre.me/w3u4s>

Revista Fala, Guerreira! E Gibi #FalaGuerreirinha!:

<http://blogfalaguerreira.blogspot.com.br/p/revista-on-line.html>

Vídeos da Globalgirl.media:

<http://globalgirlmedia.org/>

Escola de jornalismo do Coletivo É Nós!:

<http://escoladejornalismo.org/>

Revista Movimenta!:

https://issuu.com/anabfferreira/docs/revista_movimenta

TV Doc Capão:

<https://www.facebook.com/tvdoccapao/>

Projeto Quarto Mundo (TV USP):

<http://www5.usp.br/16772/tv-usp-estreia-nova-temporada-do-programa-quarto-mundo/>

Escola de Notícias:

<http://escoladenoticias.org/>