

# **As estratégias de veículos digitais progressistas brasileiros e argentinos frente à atuação uníssona e conservadora dos grandes conglomerados jornalísticos latino-americanos.**

Patrícia Paixão.

Cita:

*Patrícia Paixão (2017). As estratégias de veículos digitais progressistas brasileiros e argentinos frente à atuação uníssona e conservadora dos grandes conglomerados jornalísticos latino-americanos. XXXI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. Asociación Latinoamericana de Sociología, Montevideo.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-018/3325>



**XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

**ESTRATÉGIAS DA MÍDIA CONTRA-HEGEMÔNICA NO BRASIL E NA ARGENTINA  
FRENTE À ATUAL CONJUNTURA CONSERVADORA**

Patrícia Paixão

paixao.patricia@uol.com.br

Universidade de São Paulo

Brasil



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

### RESUMO

Este texto tem como objetivo estudar as estratégias de comunicação de alguns blogs, sites e coletivos midiáticos progressistas da América Latina, com foco no Brasil e na Argentina, verificando de que forma esses veículos alternativos têm funcionado como um “antídoto” à visão hegemônica e sectária dos grandes conglomerados midiáticos da região, contribuindo para a valorização das iniciativas dos países do continente e sua integração. A parcialidade e a falta de pluralismo, em prejuízo da captação da realidade em todos os seus aspectos, é um problema que os grandes conglomerados jornalísticos latino-americanos parecem estar longe de superar. Como grandes empresas inseridas na lógica capitalista, e dependentes que são de grupos políticos e econômicos, a mídia hegemônica dos países do continente realiza, comumente, uma cobertura fragmentada da realidade, sem dar espaço a todas as vozes e nuances presentes nela. Com frequência, atuam como porta-vozes das elites da região, agendando assuntos e vieses, no processo de produção da notícia, que são do interesse desses setores. Costumam “se vender”, em seu marketing, como “imparciais”, quando se comportam como verdadeiros partidos políticos, como aponta o jornalista brasileiro Perseu Abramo, no livro Padrões de Manipulação da Grande Imprensa. De acordo com Abramo (2004), os meios de comunicação recriam a realidade por meio da manipulação da notícia para exercerem poder na sociedade onde atuam. Contra o interesse público, que deveria permear o jornalismo, determinadas visões de mundo são privilegiadas. Iniciativas latino-americanas são comumente divulgadas como “atrasadas” em contraposição a determinados paradigmas europeus e norte-americanos, tidos como “desenvolvidos” pelas elites regionais. Em contrapartida à essa visão uníssona e conservadora, graças à impulsão e desenvolvimento da internet observa-se hoje em diferentes países da América Latina o surgimento de veículos digitais progressistas que desmascaram a “velha mídia” e propõem à sociedade visões alternativas, contribuindo com a pluralidade. Dentre outros, pode-se destacar, no Brasil, o Jornal GGN, do jornalista Luís Nassif, o blog Viomundo, de Luiz Carlos Azenha, o Blog do Miro, de Altamiro Borges, a Mídia Ninja e a rede de coletivos Fora do Eixo. Já na Argentina pode-se citar o blog do pesquisador e professor universitário Martín Becerra, o site Página 12, o coletivo fotográfico



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

M.A.f.I.A (Movimiento Argentino de Fotógrafxs Independientes Autoconvocadxs), o portal de notícias Notas Periodismo Popular, dentre outros. O presente estuda aborda as estratégias desses veículos alternativos, por meio da análise qualitativa de alguns de seus textos e do impacto de suas publicações (número de seguidores e compartilhamentos), e através de entrevistas com seus responsáveis.

### **ABSTRACT**

The objective of this text is studying the communication strategies of some latin american blogs, sites and alternative media groups, focusing on Brazil and Argentina, verifying how these vehicles have worked as an "antidote" to the hegemonic and sectarian view of the large media conglomerates of the region, contributing to the valorization of the initiatives of the countries of the continent and their integration. Partiality and lack of pluralism, to the detriment of the capture of reality in all its aspects, is a problem that the great Latin American journalistic conglomerates seem far from overcoming. As major corporations embedded in the capitalist logic, and dependent on political and economic groups, the hegemonic media of the countries of the continent usually perform a fragmented coverage of reality without giving space to all the voices and nuances present in it. They often act as spokesmen for the region's elites, scheduling issues and biases in the news production process, which are of interest to these sectors. In their marketing, they tend to sell themselves as "impartial" when they behave like true political parties, as the Brazilian journalist Perseu Abramo points out in the book *Definitions of Manipulation of the Great Press*. According to Abramo (2004), the media recreates reality through the manipulation of news to exercise power in the society where they act. Against the public interest, which should permeate journalism, certain worldviews are privileged. Latin American initiatives are commonly reported as "backward" in contrast to certain European and North American paradigms, regarded as "developed" by regional elites. In contrast to this unanimous and conservative vision, thanks to the growth and development of the Internet, the emergence of progressive digital vehicles that reveal the "old media" and propose to society alternative visions, contributing to plurality . Among others, one can highlight in Brazil the *Jornal GGN*, by the journalist Luís Nassif, the blog *Viomundo*, by Luiz Carlos Azenha, *Blog do Miro* by



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Altamiro Borges, the Ninja Media and the group network Fora do Eixo. Already in Argentina can be mentioned the blog of the researcher and university professor Martín Becerra, the site Page 12, the photographic collective M.A.f.I.A (Movimiento Argentino de Fotógrafxs Independentes Autoconvocadxs), the news portal Notes Popular Journalism, among others. The present study deals with the strategies of these alternative vehicles, through the qualitative analysis of some of their texts and the impact of their publications (number of followers and shares), and through interviews with those responsible.

### **Palavras-chave**

Mídia contra-hegemônica, Brasil, Argentina.

### **Keywords**

Counter-hegemonic media, Brazil, Argentina

## **I. Introdução**

A concentração da mídia nas mãos de poucos e poderosos grupos empresariais representa um dos problemas mais sérios a serem enfrentados hoje pelos países latino-americanos. A afirmação que à primeira vista pode parecer exagerada, já que as nações do continente convivem com chagas profundas em diferentes aspectos da economia, política e sociedade, se justifica, quando constatamos que não existe de fato democracia e, portanto, plena liberdade de voz e ação para os povos latino-americanos, num contexto em que conglomerados de jornalismo impõem uma única visão de mundo como sendo a correta.

Observamos, em boa parte dos países da região, impérios midiáticos atuando a serviço dos interesses de seus donos. Consolidados no século XX, como empresas inseridas na lógica do sistema capitalista, esses impérios apresentam-se, com frequência, como porta-vozes das elites agrárias e industriais e dos grupos políticos e econômicos conservadores do continente.



**XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Foi assim que a imagem de “atraso” relacionada à América Latina, em contraposição aos paradigmas da Europa e dos EUA, tidos como inovadores e representativos do progresso, foi “comprada” por diferentes setores das nações da região. É desta forma também que a integração entre os países do continente vem sendo prejudicada, por ser considerada algo “menor” ou “desvantajosa”, nos enfoques de diversos veículos jornalísticos.

No Brasil e na Argentina, focos deste estudo, a situação foi agravada no momento em que ascenderam ao poder forças políticas alinhadas aos chamados “barões da mídia”: Michel Temer (PMDB), no Brasil, que chegou à Presidência em 2016, após a deposição de Dilma Rousseff (PT)<sup>1</sup>, e Mauricio Macri (PRO – Proposta Republicana), eleito em novembro de 2015, na Argentina. Vale destacar que Temer e Macri ocuparam a Presidência com demonstrações de entusiasmo por parte dos veículos de imprensa dos dois países.

Felizmente, frente à verdadeira “ditadura da informação” imposta pelos conglomerados jornalísticos regionais, aumenta a cada dia o número de veículos contra-hegemônicos - considerados aqui como meios de comunicação populares e alternativos, que lutam para oportunizar, de fato, o pluralismo que a grande mídia diz ofertar, e desmascarar coberturas jornalísticas que pouca relação têm com os fatos reais.

Este artigo teve como objetivo estudar as estratégias de parte da mídia contra-hegemônica brasileira e argentina na atual conjuntura dos dois países, verificando o que foi alterado em suas ações e planejamento, em face do novo cenário.

Teriam esses veículos recrudescido suas estratégias diante de uma conjuntura favorável aos interesses das elites da região e seus porta-vozes midiáticos? Esse é o problema de pesquisa que procurou-se investigar.

---

<sup>1</sup> Dilma foi eleita em 2010 e reeleita em 2014. Ela teve seu mandato interrompido por um processo de impeachment em 2016, que teve como argumento um crime fiscal, as chamadas “pedaladas fiscais”, manobras contábeis que envolveriam o uso de recursos de bancos federais para maquiar o orçamento federal – prática adotada sem punição, contraditoriamente, por diferentes governadores brasileiros e pelos ex-presidentes Fernando Henrique Cardoso e Luiz Inácio Lula da Silva. O processo de impeachment foi engendrado pelas forças de oposição, que conspiraram com o vice-presidente, Michel Temer, do PMDB.



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Os resultados apontados aqui são parte de um estudo maior que estou desenvolvendo para a minha tese de doutorado sobre mídia contra-hegemônica na América Latina, a ser apresentada ao Programa de Pós-Graduação Integração da América Latina, da Universidade de São Paulo (USP).

### **II. Marco teórico**

O artigo teve como marco teórico o pensamento do sociólogo e jornalista Perseu Abramo, que compara os jornais a partidos políticos, e mostra como a imprensa muitas vezes manipula as informações, embora apresse-se em destacar que faz uma cobertura imparcial, desatrelada de interesses. Também foram usados os conceitos de hegemonia e contra-hegemonia do filósofo marxista Antonio Gramsci (é a partir deles que são desenvolvidos, neste artigo, os conceitos de mídia hegemônica e contra-hegemônica).

Uma das principais características dos grandes conglomerados de mídia é seu vínculo estreito com forças conservadoras da economia e da política. Esse problema é ainda mais marcante em países em desenvolvimento, como o Brasil e a Argentina, onde a dependência financeira dos veículos jornalísticos é maior.

Apesar de se venderem como “independentes” e “plurais”, os grupos jornalísticos brasileiros e argentinos não oferecem igual oportunidade de voz aos diferentes atores de suas sociedades.

No livro *Padrões e Manipulação da Grande Imprensa* (2004), Perseu Abramo desmascara a auto-proclamada “objetividade” da imprensa comercial-burguesa, mostrando que uma das características marcantes do jornalismo praticado hoje é a manipulação.

(...) a maior parte do material que a imprensa oferece ao público tem algum tipo de relação com a realidade. Mas essa relação é indireta. É uma referência indireta à realidade, mas que distorce a realidade. Tudo se passa como se a imprensa se referisse à realidade apenas para apresentar outra realidade, irreal, que é a contrafação da realidade real. É uma realidade artificial, não-real, irreal, criada e desenvolvida pela imprensa e apresentada no lugar da realidade real. A relação que existe entre a imprensa e a realidade é parecida com a que existe entre um espelho deformado e um objeto que ele aparentemente reflete: a imagem do espelho tem algo a ver com o objeto, mas não só não é o objeto como também não é a sua imagem: é a imagem de outro objeto que não corresponde ao objeto real.



**XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Abramo compara os veículos jornalísticos a partidos políticos, que recriam a realidade por meio de padrões de manipulação da notícia, para poderem exercer poderes na sociedade onde atuam. Nesse sentido, segundo o autor (2004, p. 45), “os órgãos de comunicação também procuram conduzir a sociedade, em parte ou no todo, na direção da conservação ou da mudança das instituições sociais; têm, portanto, um projeto histórico relacionado com o poder”.

Bem anteriormente a Abramo, Antonio Gramsci apontava os jornais como “partidos políticos” que interferem nos modos de seleção e interpretação dos acontecimentos. Na pesquisa *Gramsci e a imprensa: jornalismo, hegemonia e contra-hegemonia*, o professor Dennis de Moraes, autor do livro *Mídia, poder e contrapoder: da concentração monopólica à democratização da informação*, ressalta que Gramsci denunciava o alinhamento ideológico de grandes jornais ao poder, bem como as fórmulas verticalizadas de controle do noticiário e da opinião. No artigo *Os jornais e os operários*, de 1916, Gramsci (2005) ressaltava que os jornais burgueses “apresentam os fatos, mesmo os mais simples, de modo a favorecer a classe burguesa e a política burguesa com prejuízo da política e da classe operária”.

A falta de transparência desses grupos jornalísticos com relação ao seu real posicionamento político leva a população a acreditar em muitas de suas coberturas, que claramente são manipuladas, mas vendem-se como objetivas.

Felizmente, uma rede formada por veículos jornalísticos contra-hegemônicos, de diferentes naturezas, em diversos países latino-americanos, vem conseguindo desmascarar a suposta independência desses conglomerados jornalísticos, mostrando seus verdadeiros interesses, e o desvirtuamento que eles promovem na cobertura dos fatos.

E como classificar um veículo como contra-hegemônico? Pode-se responder a essa questão a partir dos conceitos de hegemonia e contra-hegemonia de Gramsci. Para o filósofo italiano, hegemonia é a dominação que uma classe exerce sobre as outras. Essa dominação, inclui, além do aspecto político, a cultura, a ideologia e a moral. Ou seja, o consenso obtido pela classe hegemônica sobre as demais, nesse sistema de dominação, passa não apenas pela direção política, mas pela de outros meios, inclusive os de comunicação. Gramsci entendia os jornais como importantes ferramentas de disputa política, como aparelhos privados de hegemonia, que cumprem, ao lado de



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

outros tipos de aparelhos, a função de órgãos formadores de consenso, para que as classes dominadas aceitem as colocações da classe que detém o poder, “de modo que uma só força modele a opinião e, portanto, a vontade política nacional, desagregando os que discordam numa nuvem de poeira individual e inorgânica” (GRAMSCI, 2000, p. 265).

De acordo com o professor Dênis de Moraes (2010, p.20), no artigo *Comunicação, Hegemonia e Contra-hegemonia: a contribuição teórica de Gramsci*<sup>2</sup>, o filósofo italiano situa as ações contra-hegemônicas como instrumentos cuja função é “(...) denunciar e tentar reverter as condições de marginalização e exclusão impostas a amplos estratos sociais pelo modo de produção capitalista. A contra-hegemonia institui o contraditório e a tensão no que até então parecia unísono e estável.”

Podemos situar nesse campo de ação os veículos que buscam furar o monopólio mantido pelas grandes empresas de mídia brasileiras e argentinas, mostrando outras visões de mundo, e denunciando o privilégio que esses grupos dão às classes detentoras do poder. Baseando-se em Gramsci, portanto, consideramos estes veículos como sendo contra-hegemônicos.

### III. Metodologia

Para desvendar as estratégias que a mídia contra-hegemônica brasileira e argentina tem utilizado frente ao contexto atual de seus países foi utilizada como principal método de pesquisa a entrevista com representantes de alguns veículos significativos, que possuem prestígio e grande número de seguidores no campo da contra-hegemonia.

Da Argentina, foram entrevistados Javier Tolcachier, pesquisador do Centro de Estudos Humanistas de Córdoba e comunicador na agência internacional de notícias *Pressenza*; Néstor Busso, presidente do Fórum Argentino de Rádios Comunitárias (*Farco*) e Camila Parodi, do coletivo editorial argentino *Marcha*<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup>Disponível em:< <http://www.seer.ufrgs.br/debates/article/viewFile/12420/8298>> Acesso em 15 jun 2017.

<sup>3</sup> Coletivo jornalístico argentino surgido em 2011, que tem como objetivo combater a lógica da imprensa de mercado e buscar a multiplicação de vozes na sociedade. Site disponível em< <http://www.marcha.org.ar/>> Acesso em 22 jul 2017.



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Do Brasil, foram entrevistados o jornalista Altamiro Borges, coordenador do *Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé* (que congrega diversos veículos de mídia contra-hegemônica do país), e a jornalista Vivian Fernandes, coordenadora do *Brasil de Fato* (site de notícias e radioagência. Possui jornais regionais no Rio de Janeiro, em Minas Gerais, em São Paulo, no Paraná e em Pernambuco).

Vale destacar que, inicialmente, tinha-se como objetivo entrevistar apenas representantes de veículos digitais, porém, após uma pesquisa exploratória sobre o assunto, verificou-se a importância de incluir a Farco (representante das rádios comunitárias), que tem atuação bastante significativa na Argentina, no campo da contra-hegemonia.

#### IV. Análise e discussão dos dados

Atualmente, as iniciativas de comunicação contra-hegemônica no Brasil e na Argentina são numerosas e de diferentes naturezas. Dentre diversos veículos alternativos no Brasil pode-se citar o Jornal GGN, do jornalista Luís Nassif, o blog Viomundo, de Luiz Carlos Azenha, a Mídia Ninja e a rede de coletivos Fora do Eixo. Já na Argentina pode-se citar o blog do pesquisador e professor universitário Martín Becerra, o site Página 12, o coletivo fotográfico M.A.f.I.A (Movimiento Argentino de Fotógrafxs Independientes Autoconvocadxs), o portal de notícias Notas Periodismo Popular, dentre outros.

Altamiro Borges<sup>4</sup> ressalta o caráter histórico e diversificado da mídia contra-hegemônica no Brasil:

Desde que surgiram essas grandes empresas de comunicação que defendem os interesses privados, há formas de imprensa alternativa no Brasil. Os anarquistas rapidamente perceberam que, ao investir na sua própria imprensa, teriam como difundir suas ideias e fazer frente à imprensa tradicional, que vivia demonizando-os. A mesma coisa aconteceu com os comunistas, com o movimento sindical. Quando eu penso em imprensa contra-hegemônica, penso não só em blogs, revistas, mas na imprensa sindical, na imprensa comunitária, na imprensa dos movimentos de mulheres, dos movimentos dos negros, das comunidades LGBT. Quer dizer, veículos que vão se constituindo exatamente para defender causas que, na mídia hegemônica, são demonizadas.

---

<sup>4</sup> Em entrevista presencial concedida a esta pesquisa em 17 de julho de 2017.



**XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

De acordo com Javier Tolcachier<sup>5</sup>, na Argentina há um grande e diversificado rol de meios contra-hegemônicos que realizam comunicação democrática. Alguns deles, segundo Tolcachier, são “meios universitários, cooperativos, meios gerenciados por sindicatos, meios ligados a povos indígenas, emissoras comunitárias. Quase todos encontram-se aderidos a diversas redes institucionais.”

Néstor Busso<sup>6</sup>, presidente do Fórum Argentino de Rádios Comunitárias (*Farco*)<sup>7</sup>, ressalta a força das emissoras comunitárias na comunicação contra-hegemônica do país.

Na Argentina há algumas rádios comunitárias que não são pequenas, que já tem um nível de potência, audiência e alcance relativamente grande e, através desses meios, se tenta mostrar a mobilização social e os protestos. (...) Acredito que as rádios comunitárias são a principal rede de meios que representam a expressão dos setores populares na Argentina. Certamente são o setor mais organizado dessa comunicação popular.

Camila Parodi<sup>8</sup> reforça a multiplicidade de veículos contra-hegemônicos no país vizinho. Dentre eles, ela cita a *Red de Medios Alternativos*<sup>9</sup> – RNMA (Rede de Meios Alternativos), em que confluem muitos meios gráficos, audiovisuais e rádios comunitárias do país; o *Emergente*, com uma lógica similar ao brasileiro *Mídia Ninja*<sup>10</sup>, e o *Resumen Latinoamericano* (Resumo Latinoamericano), que tem como slogan *La otra cara de las noticias de América Latina y el Tercer Mundo* (*A outra cara das notícias da América Latina e do Terceiro Mundo*). “Cada um conta com formas específicas de trabalho, mas o que une todos é a organização da informação e do editorial, de forma horizontal e em regime de assembleia, a presença nas ruas, a articulação com os movimentos sociais, entre outras ações”, destaca Camila.

---

<sup>5</sup> Em entrevista concedida a esta pesquisa por e-mail, em 9 de julho de 2017 (tradução nossa).

<sup>6</sup> Em entrevista concedida a esta pesquisa, por intermédio de arquivo de áudio no WhatsApp, em 20 de julho de 2017 (tradução nossa).

<sup>7</sup> Site do Farco disponível em: < <http://www.farco.org.ar/> > Acesso em 22 jul 2017.

<sup>8</sup> Em entrevista concedida a esta pesquisa, por email, em 12 de julho de 2017 (tradução nossa).

<sup>9</sup> Site da RNMA. Disponível em: < <http://www.rnma.org.ar/> >. Acesso em 27 jul 2017.

<sup>10</sup> *Mídia Ninja* (Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação) é uma rede descentralizada de mídia de esquerda, com atuação em mais de 250 cidades no Brasil. Sua abordagem é conhecida pelo ativismo sociopolítico, declarando-se ser uma alternativa à imprensa tradicional. A *Mídia Ninja* faz parte da mesma rede a que pertence o coletivo *Emergente*, a rede *Facción* (*Facção*).



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

O Brasil e a Argentina vivem, nesse momento, um cenário bastante adverso à mídia contra-hegemônica. Com claro alinhamento neoliberal, os governos Temer e Macri vêm retirando pouco a pouco algumas conquistas obtidas no período em que Néstor e Cristina Fernández Kirchner e Luiz Inácio Lula da Silva e Dilma Rousseff estavam no poder, na Argentina e no Brasil, respectivamente. Apesar de terem decepcionado as forças progressistas de seus países em diversos pontos (Lula e Dilma, por exemplo, seguiram, na política econômica, praticamente a mesma cartilha neoliberal de seus antecessores, distanciando-se significativamente das bandeiras históricas do Partido dos Trabalhadores), esses governos implementaram programas sociais e medidas que contribuiram para a redução da pobreza e a ascensão das classes menos favorecidas da sociedade, e tiveram uma postura mais soberana e de integração com os demais países latino-americanos. Cristina Kirchner, em especial, teve um posicionamento mais combativo em relação às elites do país, inclusive os empresários de mídia. Enfrentou uma verdadeira “guerra” com a imprensa argentina, ao implementar a regulamentação da mídia (popularmente chamada no país de *Ley de Medios – Lei dos Meios*).

Segundo Javier Tocalchier, “as medidas tomadas pelo novo governo [Macri] abriram caminho para uma fulminante concentração midiática – muito maior que antes – e, ao mesmo tempo, a eliminação e/ou precarização de toda voz crítica”. Diante desse cenário, o comunicador da agência internacional *Pressenza* destaca que, dentre outras linhas de trabalho, a mídia contra-hegemônica argentina vem atuando com as seguintes estratégias:

1. Batalhar legalmente contra a inconstitucionalidade das atuações do governo em matéria comunicacional, que violou uma lei vigente sem propor uma nova legislação nos órgãos competentes para substituí-la.
2. Denunciar publicamente a ilegitimidade dessas ações e da afronta ao direito à comunicação através, por exemplo, de uma apresentação formal na Comissão Interamericana de Direitos Humanos (CIDH). (...)
3. Elaborar um programa coletivo, chamado os “novos” *21 Puntos por una Comunicación Democrática* [21 Pontos por uma Comunicação Democrática], atualizando o programa anterior – também formado por 21 princípios – que foram a base que alcançou a lei hoje ignorada pelo governo Macri.
4. Assegurar, com diversas táticas, a sobrevivência das emissoras que hoje estão postas em risco pela falta de financiamento estatal.



**XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Néstor Busso, do *Farco*, avaliza a opinião de Tocalchier. Segundo ele, a chegada de Maurício Macri ao governo significou um grande retrocesso em matéria de liberdade de expressão e direito à comunicação.

As políticas de Macri favorecem aos grandes grupos econômicos e a concentração da propriedade dos meios, e há dificuldades para os meios populares alternativos. Houve, inclusive casos de fechamentos de algumas rádios populares (...). A principal dificuldade é a paralisia do fundo de fomento para meios comunitários, criado pela Lei dos Meios. Hoje esses meios estão vivendo com o fundo de projetos do ano de 2015. Não foi dado o resultado dos concursos correspondentes ao ano de 2016, e não foram chamados concursos que corresponderiam a 2017. Nossa rede, o Fórum Argentino das Rádios Comunitárias teve seus projetos e convênios com o Estado cancelados, e isso significa falta de recursos. Portanto, do ponto de vista econômico, há grande dificuldade para os meios comunitários hoje na Argentina.

Camila Parodi, da *Marcha*, afirma que, diante do novo cenário, as estratégias dos meios alternativos argentinos encontram-se mais articuladas, “já que com o governo Macri a situação política e econômica foi agravada e nos exige maior permanência nas ruas”. O objetivo das mídias alternativas, segundo Camila, é dar visibilidade, em caráter de denúncia, às medidas e políticas de direita levadas a cabo pelo governo Macri, “como é o caso das repressões ao campo popular, a criminalização da pobreza, a implementação de políticas de cortes em programas sociais e ajustes, o aumento das tarifas, a especulação imobiliária, dentre tantas outras”. Camila ressalta que estas estratégias precisam ser bem planejadas e amplas, de forma que permanentemente a voz dos meios populares gere um incômodo. Ela defende que o momento que as mídias contra-hegemônicas vivem na Argentina exige formas comunicativas revolucionárias que busquem romper com a dependência tecnológica e mercantil, e que operem sem o jogo das corporações de comunicação. “Por isso outra estratégia dos meios alternativos nesse contexto de permanente hostilidade é a utilização de redes sociais (*telegram, twitter, facebook, instagram*, entre outras), com as quais é possível romper a barreira de serem meios voltados apenas a militantes, conseguindo atingir outro público”, salienta Camila. É preciso, de acordo com ela, comunicar as notícias de forma criativa, mesclando áudios, vídeos, imagens, notas de opinião, entrevistas, dados gráficos, para diversificar o foco, desde o momento de recebimento da informação.



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Altamiro Borges destaca que hoje no Brasil o comportamento da mídia contra-hegemônica é diferente, em face do cenário conservador: “Nos governos Lula e Dilma a mídia contra-hegemônica apoiava o projeto no geral, mas era muito crítica, e agora está sendo só crítica, até por ser um governo ilegítimo, fruto de um golpe midiático”.

Vivian Fernandes<sup>11</sup>, coordenadora do *Brasil de Fato*, avaliza a opinião de Borges:

Nossa linha editorial sempre foi independente a governos, mas é claro que a gente faz certas leituras em relação a algumas ações governamentais. Nos governos anteriores, da Dilma e do Lula, havia alguns pontos com os quais concordávamos, como a guinada que foi dada em prol da integração latino-americana e do privilégio às relações dos blocos do sul. Então, com aqueles governos ainda conseguíamos ter algumas pautas positivas. Com o governo atual o número de pautas negativas aumentou muito. Hoje vivemos uma maré de derrotas. Cobrir Brasília agora é cobrir um golpe atrás do outro.

A jornalista ressalta que o acesso à informação também ficou mais complicado:

Antes a gente pedia uma informação e normalmente recebíamos o que precisávamos. Já esse governo bloqueia muito a informação, porque não quer que seja mostrado que ele está cortando investimento em políticas públicas. Isso sem contar no número de processos que temos enfrentando. A direita hoje está muito mais raivosa. Não aceita que seus erros sejam apontados. Estamos numa trincheira muito maior de resistência.

É consenso entre os entrevistados que o caminho para fortalecer a mídia contra-hegemônica, amplificando seus efeitos contra a ditadura da informação promovida pelos grandes conglomerados de mídia, é a união.

É imprescindível a unidade em rede, em alianças infocomunicacionais abertas e permanentes, respaldadas por organizações sociais, universitárias ou de solidariedade internacional progressistas. É preciso produzir “escala” mediante a convergência de uma grande quantidade de pequenas unidades de produção independentes, diversas e autônomas. Urge impulsar um programa de aliança público-comunitária de onde seja possível, a nível municipal, estadual ou, se o signo político permitir, a nível nacional, para projetar esse programa a redes de nível regional e internacional. (TOLCACHIER, 2017)

---

<sup>11</sup> Em entrevista presencial concedida a esta pesquisa em 11 de setembro de 2017.



**XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

O comunicador da agência *Pressenza* considera ainda que é preciso despertar na população o pensamento crítico sobre esse assunto, numa tarefa de “educomunicação” que permita às pessoas exercitarem um olhar mais atento à informação que elas recebem, mostrando que todo o conflito gira em torno do mesmo objetivo: “a priorização do bem-estar e da evolução geral contra o afã violento e a ganância de uma minoria. (...) Trata-se de uma segunda alfabetização”.

Camila Parodi, da *Marcha*, afirma que seu coletivo mantém permanente diálogo com veículos alternativos do continente latino-americano, como o *Brasil de Fato*, no Brasil, e o *Colômbia Informa*, na Colômbia. “No atual contexto, só nos resta potencializar esses espaços, de forma que a informação de toda Nossa América possa chegar às nossas realidades”.

Vivian, do *Brasil de Fato*, confirma a interação que o site possui com a *Marcha* e outros veículos contra-hegemônicos do continente. Segundo ela, o *Brasil de Fato* busca fazer uma cobertura em conjunto com outras forças progressistas latino-americanas:

Realizamos encontros de articulação com veículos contra-hegemônicos desses países. Em novembro de 2015, por exemplo, organizamos um grande encontro que aconteceu na Escola Nacional Florestan Fernandes [escola de formação do MST - Movimento dos Trabalhadores Sem Terra], em Guararema [interior de São Paulo]. O evento reuniu cerca de 30 meios de comunicação de todo o continente. Contamos também com um grupo no WhatsApp que usamos para trocar pautas e informações entre nós. Trabalhamos muito em parceria com esses veículos. Isso é muito importante para termos acesso aos fatos que vêm acontecendo nos diferentes países do continente. Se dependermos da mídia tradicional, não ficamos sabendo do que está acontecendo de fato.

Néstor Busso, do *Farco*, concorda com a importância das diferentes mídias contra-hegemônicas atuarem em parceria.

Estou convencido de que precisamos trabalhar unidos. O *Farco* é parte da Alela – Associação Latino-americana de educação radiofônica – que tem produções e distribuição a nível continental. Produzimos diariamente três informativos latino-americanos, realizados em diferentes países. Temos que fortalecer sem dúvida a unidade dos setores populares em Nossa Pátria Grande



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Para Altamiro Borges, do *Centro de Mídia Alternativa Barão de Itararé*, a união é a única forma de enfrentar a atual conjuntura. “O Chávez<sup>12</sup> usava uma frase bonita que diz: ‘Ou a América do Sul e a América Latina se integram, ou ela se desintegra’. Nossas elites não concordam com isso, mas esse é o caminho”.

### V. Conclusão

A plena democracia e a integração e fortalecimento do continente latino-americano no cenário global dependem substancialmente de um processo de democratização da estrutura midiática dos países da região, hoje fortemente concentrada nas mãos de poucos empresários que há anos mantêm poder nessas nações.

A mídia contra-hegemônica, não só no Brasil e na Argentina, mas em outras pátrias irmãs, exerce papel fundamental, oportunizando espaço a vozes que são silenciadas nos veículos hegemônicos, e desmascarando a cobertura supostamente imparcial desses meios jornalísticos, cujo único objetivo é atender os interesses de forças políticas e econômicas conservadoras, alinhadas aos preceitos neoliberais e, portanto, contra o Estado de bem-estar social e a integração do continente.

As estratégias desses veículos alternativos, sempre críticas aos ocupantes do poder, foram fortalecidas diante da nova conjuntura, marcada por governos alinhados à grande mídia.

A união desses meios contra-hegemônicos, não só em termos locais (dentro de cada nação), mas em termos regionais (no continente), é um caminho seguro para a luta contra esse estado de coisas.

### VI. Bibliografia

ABRAMO, P. *Padrões de manipulação na grande imprensa*. São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2004. 63p.

---

<sup>12</sup> Hugo Chávez Frias foi o 56.º presidente da Venezuela, tendo governado o país por 14 anos, de 1999 até sua morte em 2013. Foi líder da Revolução Bolivariana. Chávez defendia a doutrina bolivarianista, promovendo o que denominava de socialismo do século XXI. Foi também um crítico do neoliberalismo e da política externa dos Estados Unidos



**XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

BORGES, A. Entrevista concedida à Patrícia Paixão, presencialmente. 17 jul. 2017.

BUSSO, N. Entrevista concedida à Patrícia Paixão, por WhatsApp. 20 jul. 2017.

FARCO. Foro Argentino de Radios Comunitarias. Disponível em:< <http://www.farco.org.ar/>>. Acesso em 9 de jun 2017.

FERNANDES, V. Entrevista concedida à Patrícia Paixão, presencialmente. 11 set. 2017.

GRAMSCI, A. *Cadernos do cárcere* - Os Intelectuais. O Princípio Educativo. Jornalismo. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, vl. 2, 2000.

\_\_\_\_\_. *Os jornais e os operários*. Disponível em:< <https://www.marxists.org/portugues/gramsci/1916/mes/jornais.htm>>

LEY de Servicios de Comunicación Audiovisual. Disponível em:< <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>>. Acesso em 18 jul 2017.

MARCHA. Coletivo Editorial. Disponível em:< <http://www.marcha.org.ar/>>. Acesso em 5 jun 2017.

MORAES, D. de. *Comunicação, Hegemonia e Contra-hegemonia: A contribuição teórica de Gramsci*. Revista Debates, Porto Alegre ,v.4, n.1, p. 54-77, jan.-jun. 2010. Disponível em:< <http://www.seer.ufrgs.br/debates/article/viewFile/12420/8298>> Acesso em 15 jun 2017.

\_\_\_\_\_. (Org.). *Mídia, Poder e Contrapoder: Da concentração monopólica à democratização da informação*. São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: Faperj, 2013

PARODI, C. Entrevista concedida à Patrícia Paixão, por e-mail em 12 jul. 2017.

PRESSENZA. Agência de imprensa internacional. Disponível em:< <https://www.pressenza.com/pt-pt/>> Acesso em 3 jun 2017.

RED Nacional de Medios Alternativos. RNMA. Disponível em:< <http://www.rnma.org.ar/>>. Acesso em 27 jul 2017.

TOLCACHIER, J. Entrevista concedida à Patrícia Paixão, por e-mail. 9 jul. 2017.