

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA**  
**FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO**

**Patrícia Vergara**

**A CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA NO PORTAL CHOIKE.ORG:  
COMUNICAÇÃO ALTERNATIVA NA INTERNET**

**Bauru/SP**

**2012**

**PATRÍCIA VERGARA**

**A CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA NO PORTAL CHOIKE.ORG:  
COMUNICAÇÃO ALTERNATIVA NA INTERNET**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Campus Bauru, para a obtenção do grau de bacharel no curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo

Orientador: Prof.Dr. Maximiliano Martin Vicente

Bauru/ SP

2012

**PATRÍCIA VERGARA**

**A CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA NO PORTAL CHOIKE.ORG:  
COMUNICAÇÃO ALTERNATIVA NA INTERNET**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Campus Bauru, para a obtenção do grau de bacharel no curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo

Bauru, 29 de Novembro de 2012

Banca Examinadora:

---

Prof. Dr. Maximiliano Martin Vicente  
(UNESP)

---

Profa.Dra. Raquel Cabral  
(UNESP)

---

Profa. Ma. Larissa Fernanda Domingues Rosseto  
(UNESP)

## **AGRADECIMENTOS**

Ao Max, por entender minhas dificuldades e ansiedades e se manter sempre paciente e presente, até mesmo a distância. Aos meus pais e minha irmã, por aceitarem minhas escolhas e me apoiarem sempre. Agradeço as minhas amigas Jakeline, Mariana, Paula, Marina e Mariana, por entenderem meus compromissos e serem sempre uma ótima companhia que vou sentir falta todos os dias; aos amigos de classe por transformarem os últimos anos em lembranças inesquecíveis. Agradeço ao Diego, pela paciência e por vibrar comigo a cada capítulo finalizado. Por fim, agradeço aos mestres da FAAC pela dedicação e preciosas lições.

## RESUMO

Este projeto pretende estudar a influência das tecnologias de informação na construção de novas formas de cidadania. Um espaço amplo, como o possibilitado pela internet, permite o surgimento de fontes alternativas de notícias, em contraponto aos meios de comunicação de massa. A pesquisa dar-se-á a partir do estudo do portal de notícias Choike.org. Mantido por representantes da sociedade civil, o portal tem a proposta de abordar temas que não são freqüentes nos meios hegemônicos. Para viabilizar o estudo, estabelecemos um recorte. Vamos analisar cinco boletins do portal Choike.org entre os anos de 2005 e 2010 que abordem a questão da reforma agrária na América Latina, em especial no Brasil. A temática é discutida pela mídia em geral, no entanto tem mais ênfase entre os meios de jornalismo alternativo. Para o portal Choike.org, a reforma agrária esta intrinsecamente ligada ao desenvolvimento social. Para tanto, a presente análise procura evidenciar o papel das novas tecnologias como uma relevante ferramenta de auxílio a discussão da temática na mídia tendo como recorte específico a questão da reforma agrária.

**Palavras-chave:** Jornalismo Alternativo; Jornalismo Digital; *Choike*; Reforma Agrária; Internet.

## **ABSTRACT**

This project aims to study the influence of information technology in the construction of new forms of citizenship. A large space as possible by the Internet allows the emergence of alternative news sources, as opposed to the means of mass communication. The research will take from the study of the news portal Choike.org. Maintained by civil society representatives, the website has a proposal to address topics that are infrequent in the media hegemony. To facilitate the study, we established a cut. Let's look at five bulletins Choike.org portal between the years 2005 and 2010 that address the issue of agrarian reform in Latin America, especially in Brazil. The issue is discussed by the media in general, however has more emphasis between the means of alternative journalism. For Choike.org portal, agrarian reform this intrinsically linked to social development. Therefore, this analysis seeks to highlight the role of new technologies as an important tool to aid discussion of the issue in the media as having specific focus to the issue of land reform.

Keywords: Alternative Journalism, Digital Journalism; Choike; Agrarian Reform; Internet.

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Características da comunicação popular e comunitária.....	17
Tabela 2: Termo “Reforma Agrária” .....	87
Tabela 3: Tipos de Texto .....	95

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Movimentos Sociais .....	89
Gráfico 2: Conceito de Agricultura .....	92
Gráfico 3 : Questões Externas Regiões .....	93
Gráfico 4: Questões Externas Países .....	94
Gráfico 5: Aprofundamento das matérias.....	96
Gráfico 6: Origem das matérias .....	97

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO .....	9
2. IMPRENSA ALTERNATIVA .....	10
2.1 Jornalismo comunitário e popular .....	14
2.2 Brasileiros alternativos .....	18
2.3 Algumas Considerações.....	22
3. O PORTAL CHOIKE.ORG .....	24
4. A NOTÍCIA E OS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE .....	27
4.1 O processo produtivo e suas influências.....	31
5. JORNALISMO E A INTERNET .....	53
5.1 Cúpulas de Genebra e Tunísia .....	63
5.2 Fases do Jornalismo Online .....	69
5.3 O Texto Online.....	71
5.4 O jornalista Online.....	75
5.5 Portais de notícias .....	77
6. ÉTICA NO JORNALISMO E NO WEBJORNALISMO .....	80
6.1 Ética no Webjornalismo .....	84
7. ANÁLISE .....	86
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	102
9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	105
10. ANEXOS .....	111

## 1. INTRODUÇÃO

Nosso interesse pelo estudo do portal Choike.Org surgiu exatamente por ele unir dois temas de grande relevância atualmente, principalmente no campo da comunicação, mas que ainda são pouco explorados na maioria dos cursos de jornalismo: a internet como um novo meio para a imprensa; a mídia alternativa como uma opção a comunicação e por fim suas características.

Este projeto pretende estudar a influência das tecnologias de informação na construção de novas formas de cidadania. Um espaço amplo, como o possibilitado pela internet, permite o surgimento de fontes alternativas de notícias, em contraponto aos meios de comunicação de massa. Pretendemos estudar como a rede está consolidando a participação do sujeito na economia da informação, além de delinear o papel das novas tecnologias de informação no exercício e como formadora de novas formas de cidadania. Nossa pesquisa será baseada no estudo do portal de notícias *Choike.org*.

Mantido por representantes da sociedade civil, o portal produz e reúne textos de toda a América Latina e mantém um diretório de ONGs e organizações contra a desigualdade social, todos com proposta de abordar temas que não são frequentes nos meios hegemônicos.

O objetivo principal será entender como as novas tecnologias podem ser ferramentas para a criação de canais alternativos de comunicação, tornando-se um espaço aberto e crítico não influenciado pelos meios de comunicação de massa.

Depois, serão analisados cinco boletins retirados do portal Choike.Org, relacionados ao tema Reforma Agrária. Três deles relacionados ao Brasil e outros dois sobre a situação na América Latina. A análise de conteúdo fornecerá dados para o entendimento da estrutura da notícia no portal *Choike.org*. Os dados estudados também serão cruzados para a realização de estudo comparativo.

Esses procedimentos ajudarão na confirmação, ou não, da hipótese desta pesquisa na qual se aceita o portal *Choike.org* como órgão independente no âmbito da comunicação de massa.

## 2. IMPRENSA ALTERNATIVA

Este capítulo é destinado a propor um debate sobre o que é a imprensa alternativa e quais são as características que podemos considerar para definir uma determinada publicação como sendo jornalismo alternativo. Desde já deixamos bem claro que a intenção não é esgotar o tema e sim apresentar algumas das definições e explicações relacionadas com o conceito de Imprensa Alternativa

Segundo o dicionarista Aurélio Buarque de Holanda, alternativo é tudo o que se propõe em substituição ao sistema cultural, técnico ou científico estabelecido. Há, inclusive, na segunda edição de seu Novo Dicionário, a definição do termo "alternativo" como algo "que não está ligado aos interesses ou tendências políticas dominantes: imprensa alternativa".

A ideia central da imprensa alternativa é propor uma visão diferenciada àquelas propostas pela chamada grande mídia. Essa grande imprensa, como define Rivaldo Chinem, é ligada a classe que a pode manter:

Esses jornais podem exercer um papel de esclarecimentos da sociedade, porém só até o limite dos interesses de seus proprietários, vinculados à manutenção de um complexo econômico, política e institucional. (CHINEM, 1995, pp11)

A imprensa alternativa seria, então, o modo encontrado por quem não concorda com a forma que a grande mídia lida com as informações: o jornalista que não se sente satisfeito como o jornalismo é feito nas grandes empresas de comunicação; o leitor que não se sente representado pela grande mídia, e os setores populares, que encontram na imprensa alternativa a forma para se expressar e legitimar sua luta.

Vamos iniciar nossos estudos a partir da ideia de que comunicação alternativa se desmembra em três formas: o jornalismo alternativo, que ganhou força nos períodos ditatoriais tanto no Brasil quanto na América Latina; o jornalismo comunitário e o jornalismo popular. Iremos analisar as características de cada um e como elas são difundidas para que então possamos definir o que de fato é comunicação alternativa.

No Brasil, o jornalismo alternativo teve seu momento de maior ascensão durante o período da ditadura militar. Foi nessa época que se consolidaram as características desse tipo de jornalismo. Para Chinem (1995, p.8), mídia alternativa é o “*jornal de jornalistas*”, onde é proposta uma alternativa não só para a notícia que está sendo veiculada, mas também uma nova postura em relação ao mercado, a organização acionária e ao jornal em si em qualquer época e em qualquer país. Para Chinem, devem ter como exemplo principalmente os anos de

censura que o Brasil viveu para que os meios de comunicação deem valor à liberdade de expressão e continuem lutando contra o arbítrio e a censura, que ainda são encontrados na grande mídia. Essa luta, segundo ele, começou principalmente com os jornais criados nas universidades e por jornalistas nos “anos de chumbo”. Quando a censura dominou os meios de comunicação, quem fazia jornalismo foi o primeiro a sentir o peso da mudança e criar uma nova forma para tentar se expressar. Dessa forma, o autor define e caracteriza o jornalismo alternativo como sendo “o meio onde a informação não é tratada como mercadoria e os critérios culturais e informativos prevalecem sobre os comerciais, difundindo a verdade acima de tudo” (Chinem, 1995 p.84-87).

Mas, até que ponto se pode garantir que essa *verdade*, citada por Chinem, não possui em sua estrutura profunda raízes ideológicas? E, se assim o é, o que difere então a imprensa alternativa em termos de grande imprensa, senão somente a ideologia?

Para Sergio Caparelli, jornalismo alternativo não é aquele que busca o utópico, que tenta transmitir uma informação isenta de opinião. Ao contrário, esse tipo de jornalismo é a maneira encontrada por quem não se sentia representado pela grande mídia para divulgar assuntos e conteúdos que considera importante, sempre deixando claro sua opinião de acordo com os temas escolhidos.

Alternativa indica uma relação com outro, um alter que chama a si os que se desviam de um caminho inicial, no caso, a imprensa tradicional. Aqui, a alternativa poderia ser do ponto de vista do produtor, que, não contente com a imprensa tradicional, se propõe a elaborar ele mesmo seu produto. Ou do leitor, que no mercado capitalista das ideias, tem opção a uma maior diversidade de conteúdos, fugindo ao monopólio dos grandes grupos que reforçam o status quo. (CAPARELLI, 1980, p. 44)

Não satisfeito com o que era considerada notícia pela a grande mídia e a forma como essa notícia era vinculada, esses jornais alternativos foram criados por produtores e leitores para discutir os acontecimentos sócio-políticos-econômicos do país, coisas “que os jornais consagrados e empresarias não comentam ou, quando o fazem, obedecem à ideologia dominante.” (CAPARELLI, 1980, p.44.) Ou seja, oferecem somente o ponto de vista ligados aos interesses que defendem.

Esse tipo de imprensa no Brasil recebeu várias denominações diferentes. As definições mais conhecidas são: nanica, política, opinativa e alternativa. Para Caparelli, a mais apropriada para esse tipo de comunicação, e não só no Brasil, é a alternativa. Isso, porém, não exclui as características existentes nas outras definições. Por ser um meio com um pequeno

número de tiragem, no caso dos jornais, e ser quase inexistente em relação à TV e a rádio no começo de sua história, o termo *nanica* foi um dos primeiros a definir a comunicação alternativa. Apesar de ter tido um grande avanço nos dias atuais e mesmo na época da ditadura, com jornais como o *Pasquim* que chegou a tiragem de 100 mil exemplares, podemos considerar uma mídia em expansão, mas ainda pequena em relação à divulgação e influência dos grandes meios de comunicação. O termo *política*, segundo o autor, pode definir qualquer tipo de jornal. Esse termo foi criado para tentar explicar a presença de uma ideologia carregada nas mídias alternativas. Segundo Caparelli (1980, p.42) “é próprio da ideologia dominante considerar como naturais as ideias dominantes, procurando ideológica e falsamente apresentá-las como objetivas e neutra”. O termo, portanto, não está incorreto, mas não representa somente os meios de comunicação alternativa, e sim também os considerados de massa – a única diferença é a forma como essa ideologia é apresentada. O mesmo pode ser considerado em relação ao termo *jornalismo opinativo*. A grande imprensa prega a divisão entre o editorial, geralmente destinado a evidenciar o posicionamento do jornal em relação a determinados temas e situações, e o restante do seu conteúdo no qual primariam visões e interpretações nem sempre alinhados à postura “oficial” do meio de comunicação. Segundo o autor, a ideologia defendida pela grande imprensa adquire dimensão do disfarce subliminar, que esconde na verdade a ideologia da classe dominante. Enquanto isso, a imprensa alternativa toma posição crítica em relação aos acontecimentos, realçando as notícias esquecidas pela grande imprensa, divulgando mensagens que a indústria cultural não julga de interesse público.

Podemos então definir algumas características para o *jornalismo alternativo*, segundo Sergio Caparelli: trata-se de uma publicação de menor alcance em relação à grande mídia, que apresenta claramente em seu conteúdo sua ideologia, em conjunto com uma posição crítica, além de divulgar assuntos que são esquecidos pela mídia de massa muitas vezes por motivos ideológicos – ideologia essa oposta à da mídia alternativa. O *jornalismo alternativo* faz questão de opinar e deixar claro qual é a proposta do autor, que recorre a todos os meios de produção jornalística comuns, mostrando versões variadas em relação aos acontecimentos, mas sempre deixando explícita qual a posição de quem escreve.

Essa característica de contraponto à imprensa burguesa também é defendida por Perseu Abramo, mas ao contrário do que possa tentar definir Rivaldo Chinem, Abramo não acredita que a imprensa alternativa veio para substituir a de massa, pois ela nunca foi de fato uma alternativa a essa outra imprensa. Para ele, esse tipo de mídia não conseguiu oferecer ao leitor uma opção de leitura que o levaria a abandonar outros veículos de comunicação. O

principal motivo disso seria a pequena quantidade de recursos, tanto financeiros como materiais para enfrentar a concorrência massiva da grande imprensa.

Mas isso, evidentemente, não explica tudo. Outra pista para entender o caráter real da imprensa chamada alternativa é o de que, na verdade, tratava-se muito mais de fazer um contraponto à imprensa burguesa do que efetivamente substituí-la. (ABRAMO, 1988, p. 14)

Abramo sustenta que durante a ditadura, a imprensa alternativa surgiu da necessidade de se ter um contraponto à cultura dominante durante aqueles anos. Mas, mesmo para que isso pudesse acontecer, a imprensa alternativa era dependente da chamada grande. Para o autor, essa dependência era necessária pelo fato de que seu objetivo era “clarear o obscuro”:

Dependência contraditória, evidentemente, para não dizer dialética. Era preciso que os grandes jornais e revistas dissessem alguma coisa para que os pequenos alternativos pudessem dizer o contrário, ou completar o que não fora dito, corrigir o dito, desmistificar a distorção, desvendar os mistérios reais habilmente escondidos pelas palavras oficiais. (ABRAMO, 1988, p. 34)

Para Abramo, portanto, jornalismo alternativo é calçado na grande mídia; o que é alternativo, portanto, é o ângulo de abordagem da matéria, sua interpretação, ideologia, além da própria forma como era construída uma reportagem: buscar ser diferente e se opor ao que era encontrado em outros veículos. Nos anos de ditadura no Brasil, principalmente, fazia crítica ao modelo econômico e denunciava violações de direitos humanos, notícias sumariamente ignoradas pela grande imprensa.

Esta última definição também é apontada por Bernardo Kucinski como uma das características principais da imprensa alternativa. Em “Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa”, Kucinski cita quatro definições para esse tipo de mídia:

*alternativa* contém quatro dos significados essenciais dessa imprensa: o de algo que não está ligado a políticas dominantes; a de opção entre duas coisas reciprocamente excludentes; o de única saída para uma situação difícil e, finalmente, o de desejo de gerações dos anos 60 e 70 a protagonizar as transformações sociais que pregavam. (KUCINSKI, 1991, p. XIII)

A imprensa alternativa sempre se identificou com o combate político-ideológico; a história mostra que, pelo menos no Brasil, na origem de cada projeto alternativo há um tipo de articulação entre jornalistas, intelectuais e ativistas políticos. Os jornais alternativos criam um espaço público alternativo. (KUCINSKI, 1991, p. XXII)

Segundo Kucinski, o componente básico dos jornais alternativos sempre foi repúdio ao lucro. Podemos considerar, portanto, que o objetivo principal é a forma como a notícia será divulgada – o que remete a uma das definições dada por Rivaldo Chinem: “jornal feito por jornalistas”. Ou seja, a mídia alternativa é a forma encontrada por jornalistas de fazer notícia, deixando de lado a visão de que o jornal em sua forma física e estrutural também é uma organização comercial.

Um dos traços mais marcantes do modelo alternativo sempre foi uma aversão ao modelo capitalista de mercado. O objetivo principal era o *fazer jornalismo* e não grandes vendas ou atingir altos patamares no ibope pois “as estruturas do poder da imprensa alternativa explicitavam propósitos democráticos e participativos.” (KUCINSKI, 1991, p. XIX)

No Brasil, podemos considerar o apogeu da imprensa alternativa nos anos em que o regime militar teve seu período mais severo. Historiando sobre a trajetória dessas publicações Regina Festa (1986, p. 25) apresenta três momentos vivenciados pela imprensa alternativa na época da ditadura:

A primeira fase que corresponde ao período de 68 a 78 – entre o AI-5 e a abertura política - caracteriza-se por uma comunicação de resistência, denúncia e acumulação de forças por parte das oposições; a segunda fase, de 78 a 82, período de explosão social, eleições nacionais, abrandamento das restrições políticas, caracteriza-se por projetos políticos bem definidos e pela existência de uma comunicação popular, multiplicadora de meios nas bases e pelo quase desaparecimento da comunicação alternativa; e o terceiro período, de 82-83, caracteriza-se por uma atomização do processo de comunicação popular e alternativa na medida que reflete a incapacidade das forças de oposição para articularem uma alternativa política à crise atual vivida pela sociedade brasileira;

O interessante nas colocações anteriores reside não só em mostrar alguns momentos da denominada imprensa alternativa e sim a de constatar como ela se configura em relação ao período em que concretiza. Se na ditadura era necessário reivindicar maior liberdade política ela assumia esse caráter assim como passa a ter uma conotação mais social e a busca por outros modelos com a abertura política uma vez que, em tese, já não faria mais sentido lutar pela democratização. Entendemos, nesse sentido, que o denominado conceito de imprensa alternativa abre outras possibilidades que passaremos a estudar nas páginas seguintes.

## **2.1 Jornalismo comunitário e popular**

Comunicação popular e comunicação comunitária se fundem e se confundem quando o objetivo é tentar definir o que é um determinado meio alternativo. Isso ocorre pelo fato de que ambos nascem de um mesmo embrião – a população – mas a partir dele percorrem caminhos diferentes, que seguem se encontrando para depois se distanciarem novamente.

Esses dois tipos de comunicação se constroem com a finalidade de representar segmentos da população subalterna que lutam por melhores condições de vida, movimentos sociais mobilizados pela justiça social, todos buscando suprir a falta de expressividade dessa camada da população. Como na imprensa alternativa, essa forma de jornalismo difere nos conteúdos, formato, gestão, e pela participação do público que influencia diretamente na pauta desses meios. Segundo Peruzzo,

O sentido político é o mesmo, ou seja, o fato de tratar-se de uma forma de expressão de segmentos excluídos da população, mas em processo de mobilização visando atingir seus interesses e suprir necessidades de sobrevivência e de participação política. (PERUZZO, 2006, P.2)

Nessas duas formas, o povo é o protagonista principal; a iniciativa coletiva busca uma forma de inclusão e reconhecimento social, estruturado em torno de uma luta histórica, que também renasceu mais forte durante o período ditatorial, principalmente no Brasil. Peruzzo define ainda essa comunicação, por tratar-se da busca por uma mudança social e ampliação da cidadania, como uma *Comunicação para o Desenvolvimento* (PERUZZO, 2008, p.5), já que incentiva e influencia novos formatos e ideias que vão resultar em um benefício social aos menos favorecidos.

É a partir dessa conjunção e desse objetivo em comum que o jornalismo comunitário e o popular começam a adquirir características próprias. Para Eduardo Yamamoto, é importante ressaltar que “a distinção entre Comunicação Popular e Comunitária constitui apenas um ponto de vista em relação ao próprio contexto sócio-político em que estas práticas sociais se inscrevem” (YAMAMOTO, 2006, p.11).

A comunicação comunitária, por exemplo, têm como seu contexto social a própria comunidade, suas problemáticas e ideologias. O conceito ‘comunidade’ pode ser definido tanto em razão geográfica como em interesses em comum, onde o meio de comunicação tem como objetivo obter contato direto com quem faz parte deste grupo e representá-lo, ampliando seus conhecimentos, direitos de cidadão e à cultura.

Envolve a participação ativa horizontal (na produção, emissão e na recepção de conteúdos) do cidadão, tornando-se um canal de comunicação

pertencente à comunidade ou ao movimento social e, portanto, deve se submeter às suas demandas. (PERUZZO, 2008, p.12)

Pautados na cidadania, os conteúdos desses jornais comunitários buscam obter a identificação do leitor mostrando o cotidiano dessas pessoas, incluindo os personagens locais como os problemas de infraestrutura e bem-estar. Amarildo Batista Carnicel aponta esses critérios noticiosos como a principal diferença entre os jornais desse tipo e os da grande mídia; as prestações de serviços e reivindicações de melhorias da comunidade entram com muito pouco espaço na grande imprensa, e normalmente os personagens e a valorização de pessoas comuns conhecidas em toda a comunidade normalmente só entram em um jornal de grande porte quando o plano de fundo é a falta de matéria ou um cenário violento.

Apesar da busca pela inclusão, reconhecimento e ampliação do conhecimento da comunidade, podemos dizer que o conteúdo transmitido nestes meios comunitários busca mudar a realidade em que vivem, mas isso não garante que estejam excluídos os valores dominantes. Ou seja, por mais que a necessidade dos grupos representados seja de mudança e os meios de comunicação tentam ser uma forma de ajuda nesse sentido, é quase impossível distinguir dessa ideologia valores impostos pela ideologia dominante. Portanto, “mesmo quando levam à mobilização ou quando expressam reivindicações claras, podem estar ‘contaminados’ de valores dominantes.” (MOTTA, 1987, p.4)

Isso também se reflete na forma como os canais comunitários são conduzidos, por exemplo, as rádios comunitárias que em sua maioria seguem o formato de rádios comerciais. Mas há também os meios que buscam entrar na comunidade através da educação, como projetos ligados a organizações não governamentais, de extensão em universidades e de rádio-escola, que saem do isolamento do campo educacional para alcançar adultos que não tiveram a oportunidade dos estudos, e incentivar jovens. Há também outras formas consideradas novas, como blogs, fanzines, fotologs, etc. Esses últimos são a forma que a comunicação comunitária encontrou para se renovar e continuar atendendo às necessidades do local e do grupo que representa no século XXI.

Essa ligação com a ideologia dominante, que muitas vezes se mistura ao que a comunicação comunitária alternativa tenta transformar, é o que podemos considerar como a diferenciação da comunicação popular. O conceito de ruptura, usado por Eduardo Yamamoto, pode ser usado para definir essa diferença. Apesar da perspectiva inicial das mídias comunitárias ser a mudança em si, não há a ruptura com o modelo vigente, o que torna essa mudança mais difícil ou demorada.

O sentido de comunidade suscitado nos discursos midiáticos, científicos ou no senso comum toma a palavra como índice das qualidades positivas, na perspectiva de negação das contradições do mundo capitalista, embora não se coloque como proposta de ruptura. (YAMAMOTO, 2006, p.13)

É a partir desse senso de ruptura que se baseia a comunicação popular. Por ser uma comunicação que está quase sempre ligada a movimentos sociais, envolve a participação de segmentos populares, minorias, mas que são bem definidos. O jornalismo popular é usado para dar apoio e legitimar as lutas e reivindicações desses movimentos, que vão desde ONGs, associação de moradores, fundações, órgãos públicos, igrejas, grupos organizados na luta pela terra, até mesmo o movimento sindical, que representa uma classe trabalhadora pela busca de melhorias.

Yamamoto (2006, p.11) define que as principais características da comunicação popular são a elaboração de meios de comunicação para a expressão de classes sociais consigam, por si só, promoverem a igualdade entre essas classes, enquanto a comunicação comunitária foca principalmente nos conceitos e propagações culturais:

**Tabela 1: Características da comunicação popular e comunitária**

	<i>Comunicação comunitária</i>	<i>Comunicação popular</i>
<b>Pensamento subjacente</b>	Ideológico	Utópico*
<b>Estrutura social</b>	Multiculturalismo	Sociedade de classe
<b>Proposta de ação</b>	Conciliação	Conflito, ruptura
<b>Polarização</b>	Diferenças culturais	Diferença econômica
<b>Administração</b>	Autoritarismo	Autogestão

Luiz Gonzaga Motta destaca que esses movimentos populares atendem tanto ao nível de produção, quanto quando acontece uma paralisação em uma fábrica, como ao nível de reprodução da força do trabalho, por exemplo, em uma manifestação contra o transporte público:

A grosso modo, pode-se dizer que os meios e mensagens alternativos desempenham duas funções nos movimentos populares: a função de apoio e a função de potencialização. (MOTTA, 1987, p.46-47)

Neste caso, a imprensa popular auxilia na divulgação desses movimentos, o que acaba atraindo novos participantes em busca de uma participação mais justa na sociedade.

Para Regina Festa (p.25; 1984, p.169-170), “a comunicação popular nasce efetivamente a partir dos movimentos sociais, mas, sobretudo da emergência do movimento operário e sindical, tanto na cidade como no campo”.

Mas não vamos considerar somente o conceito de ruptura proposto por Yamamoto. Em comunicação popular também estão inseridos formas como literatura de cordel e pasquins, e também comunicações gestuais e orais, como anedotas, provérbios e outras manifestações culturais populares.

Em outras palavras, a comunicação popular busca representar a população de acordo com seu segmento e suas necessidades, transmitindo a realidade de cada um de forma que estes possam se sentir representados e participativos na luta, seja por uma realidade melhor, ou pela propagação da cultura.

## **2.2 Brasileiros alternativos**

A imprensa alternativa no Brasil teve seu auge nos anos 70, junto com governo do general Emílio Medici, considerado um dos períodos mais duros e repressivos do regime militar. Mas seu desdobramento começou desde meados dos anos 50 até o início da década de 1960, quando a extinção do cambio preferencial para o papel fez o preço do produto triplicar e aumentar a crise nos jornais e revistas, que tiveram seu fechamento progressivo em 1964, junto com o golpe militar. Meios que já questionavam o governo nacional e por isso possuíam baixos índices de investimento e capital não resistiram à condição econômica imposta e foram extintos pelo golpe - jornais de partidos políticos de esquerda foram os primeiros a desaparecerem. O golpe de 64 destruiu até mesmo grandes veículos de massas que eram voltados ao campo popular (como no caso da cadeia de jornais Última Hora, que chegou a vender 500 mil exemplares em onze edições). Mas essa queda não durou por muito tempo.

Os profissionais que trabalhavam nesses jornais e revistas foram os mesmos que voltaram no início da década de 1970 para renascer com a imprensa alternativa. O período de transição entre o golpe, o fechamento de jornais e a mudança gradativa dos jornais populistas resultou em praticamente dois anos sem jornais alternativos, de 1967 a 1969. É o tempo das passeatas estudantis e do maio de 68 na França, entre outros eventos que ajudaram a renascer com a comunicação alternativa brasileira.

Os primeiros jornais alternativos nasceram do vazio deixado pelo desbaratamento da imprensa vinculada ao campo popular e pelo

estreitamento do espaço crítico na grande imprensa. (KUCINSKI, 1991, p.38)

No final de 1969 cria-se a AI-5, modificando as condições para a prática do jornalismo crítico na imprensa convencional, o que levou a demissão de jornalistas mais críticos e combativos da mídia convencional. Unido a isso, multiplicavam-se as expulsões de professores e o controle ideológico nas universidades públicas do país. Entre os mais famosos e influentes jornais desse período, destacam-se: O PASQUIM (1969), OPINIÃO (1972) e MOVIMENTO (1975), entre outros.

Exatamente seis meses depois do AI-5, em julho de 1969, surgiu O Pasquim, um jornal de contestação, debochado e irreverente. Com uma linguagem atrevida comparada ao que era visto na época, o jornal saiu com uma tiragem de 10 mil exemplares. Sob a coordenação de Ziraldo, menos de quatro meses depois, via-se no Brasil um novo quadro cultural, com Tropicália e Cinema Novo, junto com uma tiragem de mais de cem mil exemplares do periódico.

Uma das fortes características do Pasquim era a linguagem. Sem pressões comerciais, a forma escrita no jornal era a mesma daquela ouvida pelas ruas no cotidiano. Para Rivaldo Chinem (1995, p.45), O Pasquim foi o melhor em linguagem, já que “não há jornal brasileiro importante que não tenha sido influenciado pelo idioma do Pasquim, direta ou indiretamente”. A linguagem escrita no jornal era a mesma que a linguagem falada, além do humor que estava sempre presente, principalmente nas charges que ilustravam todo o jornal. Mas nem por isso os temas abordados eram menos importantes e críticos. O Pasquim recebia textos de colaboradores conhecidos, além das crônicas, comentários e colunas de sua própria redação.

Exatamente por esse modelo de jornalismo crítico e diferenciado que o jornal sofre forte censura. No final de outubro de 1970, toda a redação do Pasquim foi presa, um por um. No total, nove pessoas responsáveis pela existência do jornal ficaram 61 dias presas, o que levou a uma baixa na venda dos exemplares. Quem continuava o jornal era Millôr, com colaboração de jornalistas e cartunistas do Brasil inteiro. “Do mesmo modo como foi presa, a turma do Pasquim foi solta: sem nenhuma explicação. A partir daí, o jornal começou a ficar político.” (CHINEM, 1995, p.48)

Somente em 1975 o Pasquim começou a circular sem censura. Em sua edição de número 300 estampou sua filosofia – que tentou publicar durante três anos -: “Imprensa é oposição, o resto é armazém de secos e molhados”. Inimigos foram declarados e cada vez mais a crítica política e aos costumes eram presentes nas páginas do periódico, sempre em

forma de humor irreverente. O jornal sobreviveu à abertura política, em 1985, e só foi fechar as suas portas em 1991.

Podemos considerar o jornal como um exemplo de comunicação alternativa que foi criado como uma busca pelo espaço da crítica e opinião que influenciou até mesmo a grande imprensa e ajudou a mudar a forma de fazer jornalismo após o fim da ditadura.

Junto com O Pasquim, o jornal Opinião foi um dos importantes órgãos de imprensa brasileira durante o regime militar. Lançado em 1972, ele foi considerado um dos mais influentes jornais alternativos durante esse período. Por conta de sua postura nacionalista, em defesa da democracia, “foi também um dos veículos mais perseguidos pelos censores da ditadura, que deram plantão na sua redação de janeiro de 1973 a abril de 1977.”<sup>1</sup> Por esse principal motivo, parou de circular em 1978.

Opinião circulava semanalmente com uma tiragem que chegou a atingir 38 mil exemplares e com artigos e crônicas de Fernando Henrique Cardoso, Bernardo Kucinski, Fernando Gasparian, Raimundo Pereira, entre outros. Circulavam também matérias traduzidas do jornal francês Le Monde. Em função da forte pressão sofrida a equipe de redação tinha que elaborar um grande número de matérias, muito acima do necessário para uma edição, prevendo que a censura iria banir muitos textos. “Devido à leitura prévia praticada pela censura, muitas vezes a equipe de Opinião era obrigada a reelaborar números inteiros, o que talvez justificaria uma certa desordem na organização dos artigos de todo o jornal”<sup>2</sup> Houve um momento em que os mesmos assuntos que eram publicações por outros meios de comunicação acabavam censurados no Opinião.

Ao contrário do tom humorístico que possuía O Pasquim, o jornal Opinião mesclava classicismo, crítica e muita cultura, fatores que agradavam os universitários e segmentos mais politizados, mas que acabou afastando o grande público pouco familiarizado com a temática e análises propostas por esse meio de comunicação.

Raimundo Pereira, que era editor do Opinião e saiu do cargo momentos antes do fechamento do jornal, foi um dos fundadores do jornal Movimento que veio após o fechamento do Opinião, e durou seis anos, no período de 1975 a 1981. Segundo o próprio Raimundo, é um jornal que surgiu através de um projeto de jornalistas e políticos que acreditavam que a abertura política iria trazer mais desenvolvimento para o país. O jornal

---

<sup>1</sup> Disponível em: <http://www.abi.org.br/paginaindividual.asp?id=554>, acessado em 6 de março de 2012.

<sup>2</sup> Disponível em: [http://www.cce.ufsc.br/~nelic/Boletim\\_de\\_Pesquisa4/texto\\_eduard.htm](http://www.cce.ufsc.br/~nelic/Boletim_de_Pesquisa4/texto_eduard.htm) acessado em 8 de março de 2012

contava com a colaboração ainda de importantes intelectuais como o jornalista Duarte Pereira, Perseu Abramo, Chico Buarque de Holanda, Chico Pinto, entre outros.

Seções como Gente Brasileira e Histórias Brasileiras, e Ensaios buscavam valorizar o papel da comunicação popular e com uma linguagem fácil e popular, desenvolver análises de um tema da semana em forma de editorial. Movimento ajudou também a promover a campanha pela Assembleia Nacional Constituinte, apoiando a Campanha pela Anistia Ampla e Irrestrita e a candidatura presidencial do general nacionalista Euler Bentes Monteiro. Cobriu ainda as greves e o movimento operário no ABC paulista e em outras regiões.

Movimento pôde aproveitar o fim da censura prévia e ter mais força para publicar notícias de cunho político-social. Em suas matérias, utilizava-se de vozes oficiais, oficiosas e primárias, buscando sempre o princípio da pluralidade – deixando claro seu apoio à classe trabalhadora, ao popular e a abertura política.

Com a abertura política gradual, a partir de 1979, a grande imprensa começou a apropriar-se de temas até então exclusivos da mídia alternativa, tornando uma concorrência desleal – mesmo com as ideologias diferentes -, ainda, segundo Kucinski, muitos jornalistas que estavam na mídia alternativa foram recontratados pela grande imprensa.

Opor-se ao governo deixou de ser monopólio da imprensa alternativa. Além disso, a retomada da atividade política clássica, no âmbito dos partidos e de seus jornais, que após a decretação da anistia saíram da clandestinidade, esvaziou a imprensa alternativa de sua função de espaço e realização sócio-política (KUCINSKI, 1991, p.45).

Sem o empecilho da censura, fatores tecnológicos e econômicos começam a pesar muito mais do que antes, já que o capital das mídias alternativas é muito menor. A partir daí começam a ganhar força a imprensa alternativa restrita a públicos específicos, como entidades políticas e sindicais, que não possuem expressividade no país em geral, mas têm uma linha editorial político-partidária forte, mantidos muitas vezes por uma organização superior. Caros Amigos (1997) e Bundas (1999) conseguem manter um ponto crítico independente, herdado da época da censura, mas mantêm também os baixos números em relação à circulação e investimento.

Apesar da tentativa de mudar o quadro político e social do Brasil, por muito tempo a imprensa alternativa atingiu em sua maioria intelectuais, normalmente da classe média, ou apenas vanguardistas dos movimentos sociais. Quadro este que vem sendo modificado pelas novas tecnologias, e que discutiremos com profundidade mais adiante.

### 2.3 Algumas Considerações

A partir do que foi apresentado até aqui, considerando que a comunicação está sempre em constante mutação para se adaptar ao contexto social e político no qual está inserida, podemos chegar a algumas conclusões sobre o que é considerado jornalismo alternativo. Sua principal característica é a busca por algo que não é explorado pelos meios de comunicação comerciais, mas que possui grande importância e presença no cotidiano do leitor em geral ou de algum bloco específico. O objetivo, portanto, não é substituir essa grande mídia, mas apresentar outras formas de interpretação dos fatos do cotidiano, sem moldes pré-definidos para a construção da notícia. Normalmente, o ponto de vista proposto pela comunicação alternativa é mais crítico e politizado, característica sempre muito clara nos textos para que o leitor possa entender e se identificar com o fundamento ideológico no qual o autor e/ou meio está baseado.

Outra característica que mantém e é sustentada por essa forma de fazer jornalismo é a baixa influência que a parte comercial tem na linha editorial do meio de comunicação. Normalmente, jornais alternativos possuem baixos recursos e por isso procuram sempre outras formas de conseguir se manter no mercado. Há também aqueles que não têm interesse em lucrar, como é o caso das publicações comunitárias e populares, onde o principal objetivo é difundir uma ideologia, obter reconhecimento e diálogo entre pessoas de um grupo específico em relação ao mundo.

Considerando a linguagem, podemos destacar que o objetivo principal é alcançar o público-alvo de forma que ele se identifique e compreenda o que está sendo passado pelo meio. É por isso que, para que haja uma análise menos superficial dos fatos (como acontece nas grandes mídias por inúmeros motivos), é comum encontrarmos artigos escritos por intelectuais e professores universitários, da mesma forma que ao mesmo tempo também é uma característica do jornalismo alternativo uma escrita mais próxima do coloquial, daquele encontrado nas ruas, ou até mesmo usando o humor.

Podemos concluir, portanto, que Comunicação Alternativa é toda aquela que busca mostrar um ponto de vista diferente da que é massivamente distribuída pelos grandes meios de imprensa; isso se dá através de matérias mais elaboradas, com um objetivo ideológico claro que tenta alcançar as classes menos favorecidas para que possa haver uma mudança política e comportamental em temas que são muitas vezes marginalizados.

Levando em consideração as reflexões anteriores tentaremos mostrar como o portal Choike.Org, desenvolvido no Uruguai, se encaixa dentro do conceito de Comunicação Alternativa tal como veremos nas páginas seguintes.

### 3. O PORTAL CHOIKE.ORG

O portal Choike.Org é um projeto desenvolvido pelo Instituto Del Tercer Mundo<sup>3</sup>, com sede em Montevidéu, dedicado divulgar o trabalho realizado por ONGs e movimentos sociais da América Latina. O site se denomina uma plataforma onde cidadãos disseminam seus trabalhos ao mesmo tempo em que adquirem conhecimento a partir da perspectiva e diversas fontes das sociedades da América do Sul. “Choike.Org ajuda os usuários da internet a encontrar o melhor do sul na web.”<sup>4</sup> Dessa forma, Choike oferece:

“- Un directorio de ONG organizado por temas. No se trata de un listado exhaustivo sino de una selección de sitios útiles y relevantes. El directorio comprende exclusivamente sitios de ONG del sur. La información relevante proveniente de otras fuentes tiene su lugar en otras secciones.

- Un buscador que permite rastrear información en los sitios de las ONG. Esta herramienta permite buscar en el conjunto acotado de páginas web que por su calidad y relevancia forman parte del directorio. Las ONG que deseen **incorporar el buscador de Choike** a su sitio pueden hacerlo a través del propio portal.

- Una selección de contenidos producidos por las ONG y de información relevante para la sociedad civil y quienes estén interesados en sus puntos de vista. Se accede a estos contenidos a través de los informes, las noticias y los recursos de información.

- Informes especiales sobre temas claves que proporcionan información básica y muestran los distintos puntos de vista, especialmente la posición que la sociedad civil ha adoptado frente a ellos.

---

<sup>3</sup> O Instituto do Terceiro Mundo (ITeM), conforme informações do “El instituto”, é uma organização da sociedade civil, ao serviço das sociedade civil que estimula a participação cidadã. O ITeM é uma “ associação não-governamental (ONG), laica e não partidária, com sede em Montevidéu, Uruguai, em status consultivo especial ante o Conselho Econômico e Social (ECOSOC) da ONU. ITeM se constituiu formalmente como Associação Civil sem fins lucrativos em 7 de julho de 1989, com pessoa jurídica reconhecida pelo Ministério de Educação e Cultura (MEC) e exoneração de impostos nacionais outorgada por um decreto presidencial de 1994. Estas iniciativas são possíveis graças a doações de indivíduos e instituições de todo o mundo, como Novib de Holanda, a Fundação Ford de Estados Unidos e o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, entre outras”. Segundo o site do Instituto, o portal *Choike.org*. é “destinado a melhorar a visibilidade na internet dos conteúdos produzidos no Sul”.

<sup>4</sup> Informações extraídas do próprio site do portal Choike.org. IN: <http://www.choike.org/nuevo/about/index.html>. Acesso em 12 de março de 2012.

- Difusión de acciones y campañas de las ONG.

Choike es el nombre mapuche de la Cruz del Sur, la constelación que ayuda a los viajeros a encontrar su camino. Del mismo modo Choike.org ayuda a los usuarios de Internet a encontrar los mejores contenidos del sur en la red.

Choike es un proyecto del **Instituto del Tercer Mundo**, ONG en estatus consultivo especial ante el Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas con sede en Montevideo, Uruguay”<sup>5</sup>

O Instituto del Tercer Mundo se dedica a promover políticas conducentes ao desenvolvimento social, de redes de organizações cívicas em defesa ao meio ambiente, inclusão de pessoas com necessidades especiais, etc. Tudo é financiado através de doações do mundo todo.

Junto com o ITeM, o portal Choike.Org tem também o apoio da rede internacional Social Watch. Conhecido como Watchers, é um sistema que compactua todas as organizações de sociedades civis que buscam a realização dos direitos humanos e a erradicação da desigualdade social. O Social Watch está agregado ao portal Choike para ampliar o leque de informações e artigos sobre a América Latina.

Social Watch apunta a lograr sus objetivos a través de una estrategia integral de promoción, sensibilización, monitoreo, desarrollo organizacional y de redes. El objetivo de la red es fortalecer la capacidad de las coaliciones nacionales para llevar a cabo un monitoreo eficaz e influir sobre políticas que tengan impacto sobre las mujeres, las personas que viven en la pobreza y otros grupos vulnerables.<sup>6</sup>

O portal Choike.Org utiliza-se da possibilidade que a internet dispõe de unir todo conteúdo noticioso sobre a sociedade civil da América Latina em um só local. Criado e apoiado por grupos que mobilizam-se para tentar mudar o quadro de desigualdade social da nossa região, podemos considerá-lo alternativo pela clara busca por um jornalismo participativo, informacional, e que apresente um diferente ponto de vista da realidade apresentada pelas agências de notícias, até mesmo aquelas criadas exclusivamente para a internet.

Como podemos observar nas colocações anteriores, fica bastante claro que o abastecimento das matérias veiculadas no portal emana de organismos e instituições mais

---

5 INSERIR TRADUÇÃO

6 Disponível em <http://www.socialwatch.org/es/node/11157> acessado em 12 de março de 2012.

relacionadas com questões de cidadania e direitos dos povos e dos menos favorecidos do que propriamente dos meios convencionais, como poderiam ser as agências de notícias ou de outros meios de comunicação de massa.

Por termos optado por analisar as notícias veiculadas nesse portal nos parece de fundamental importância estabelecer alguns parâmetros apresentados por pesquisadores da área de comunicação, notadamente do jornalismo, para definir o que se entende por notícia para posteriormente, reflexionar sobre as notícias divulgadas por [choike.org](http://choike.org) tendo como fundamento uma base teórica proveniente das nossas leituras e aceita na academia como procedente. Por essa razão o seguinte capítulo se destina à compreensão do que seja notícia.

#### 4. A NOTÍCIA E OS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE

Para Sousa (2001) a notícia é o gênero fundamental do jornalismo, sendo assim é o discurso sobre um acontecimento recente, vários acontecimentos ou desenvolvimentos de acontecimentos. Além disso, representa uma informação nova, atual e de interesse geral. As notícias são, então, o resultado de um processo de construção – seleção, hierarquização e elaboração – dos acontecimentos. Utilizando a definição de Sousa, as notícias podem ser definidas como:

(...) artefactos linguísticos que procuram representar determinados aspectos da realidade e que resultam de um processo de construção e fabrico onde interagem, entre outros, diversos fatores de natureza pessoal, social, ideológica, cultural e do meio físico/tecnológico, que são difundidos pelos meios jornalísticos e aportam novidades com sentido compreensível num determinado momento histórico e num determinado meio sócio-cultural, embora a atribuição última de sentido dependa do consumidor da notícia. Registe-se ainda que embora as notícias representem determinados aspectos da realidade cotidiana, pela sua mera existência contribuem para construir socialmente novas realidades e novos referentes. (SOUSA, 1999)

A partir dessa definição, é importante ressaltar que as notícias somente apresentam a aparência dos fenômenos acontecidos na realidade social. Segundo Sousa (2004), a notícia representa parcelas da realidade, independentemente das influências a que está submetido o processo de produção das notícias - vontade do jornalista, da sua intenção de verdade e de factualidade.

Essa representação é, antes de mais, indiciática. A notícia indicia os aspectos da realidade a que refere. Ao mesmo tempo, a notícia indicia as circunstâncias da sua produção. Ou seja, entre notícia, realidade e circunstâncias de produção há um vínculo de contiguidade. Mas a notícia pode **também estabelecer** relações de semelhança com a realidade que referencia. Por esse motivo, a notícia pode assumir igualmente uma dimensão icônica, correspondente, aliás, à própria ambição de iconicidade dos jornalistas que a produzem, ou seja, à vontade de o enunciado produzido (notícia) ser semelhante à realidade enunciada. (SOUSA, 2004, p.5)

Segundo Sousa (2006), o estudo do jornalismo está interligado com o estudo da notícia, uma vez que a teoria do jornalismo centra-se no produto jornalístico, as notícias, e explicam seu surgimento, difusão e efeitos que ocasionam. Com relação a este trabalho, é importante destacar duas perguntas que a pesquisa de Sousa procura responder: “por que é

que as notícias são como são (e não são de outra maneira)?” e “por que é que temos as notícias que temos (e não outras)?”.

Assim, de acordo com os resultados das pesquisas realizadas no campo dos estudos jornalísticos, Sousa evidencia que:

a notícia jornalística é o **produto da interação histórica e presente (sincrética) de forças pessoais, sociais (organizacionais e extra-organizacionais), ideológicas, culturais, históricas e do meio físico e dos dispositivos tecnológicos que intervêm na sua produção** e através dos quais são difundidas. (SOUSA, 2006, p. 130)

Os valores-notícia ou critérios de noticiabilidade podem ser entendidos como requisitos para que um fato se torne notícia. Esses critérios são definidos a partir de temas que possam interessar a diferentes perfis de leitores, despertando sua curiosidade para acompanhar o desenrolar do acontecimento e servem como orientações para o jornalista no processo de seleção e construção da notícia.

(...) a notícia é sempre o resultado de um complexo processo de produção que acontece sob o teto de uma organização e sob ação dos seus profissionais. Esse processo passa, num primeiro momento, pela recolha e triagem de material noticiável, de acordo com as regras impostas pela rotina organizacional e com os valores profissionais dos jornalistas. (PENEDO, 2003, p.35)

Segundo Erbolato (2002, p.19), “a primeira tarefa do jornalista é saber o que deve publicar”. Assim, critérios que possam orientar e servir como base para essa “escolha” são importantes para o trabalho jornalístico.

O objetivo declarado de qualquer órgão de informação é fornecer relatos dos acontecimentos significativos e interessantes. Apesar de ser, evidentemente, um propósito claro, este objetivo é, como muitos outros fenômenos aparentemente simples, inextricavelmente complexo. O mundo da vida cotidiana – a fonte das notícias – é constituído por uma superabundância de acontecimentos [...]. São esses acontecimentos que o órgão de informação deve selecionar. A seleção implica, pelo menos, o reconhecimento de que um acontecimento é um acontecimento e não uma casual sucessão de coisas cuja forma e cujo tipo se subtraem ao registro. (WOLF, 1987, p.87)

A organização do trabalho jornalístico estabelece parâmetros de atuação profissional “que determinam a definição de notícia, legitimam o processo produtivo, desde a utilização das fontes até a seleção dos acontecimentos e às modalidades de confecção, e contribuem para

se precaver contra as críticas do público” (GARBARINO apud WOLF, 1987, p.88). Esses critérios determinam a noticiabilidade de um acontecimento.

A noticiabilidade é constituída pelo conjunto de requisitos que se exigem dos acontecimentos - do ponto de vista da estrutura do trabalho nos órgãos de informação e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas - para adquirirem a existência pública de notícias. Tudo o que não corresponde a esses requisitos é «excluído», por não ser adequado às rotinas produtivas e aos cânones da cultura profissional. Não adquirindo o estatuto de notícia, permanece simplesmente um acontecimento que se perde entre a «matéria-prima» que o órgão de informação não consegue transformar e que, por conseguinte, não irá fazer parte dos conhecimentos do mundo adquiridos pelo público através das comunicações de massa. (WOLF, 1987, p.88)

Os valores-notícia constituem uma lista de critérios e atuam de forma complementar durante a seleção de um acontecimento. As relações e combinações entre esses diferentes critérios indicam se o acontecimento deve ou não tornar-se notícia, já que quanto mais elementos que possam atrair a atenção do público estiverem presentes no fato, mais interesse ele despertará. Além de participarem da escolha do que é notícia, os valores-notícia também se espalham ao longo do processo de produção.

Os valores/notícia utilizam-se de duas maneiras. São critérios de seleção dos elementos dignos de serem incluídos no produto final, desde o material disponível até à redação. Em segundo lugar, funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário na preparação das notícias a apresentar ao público. Os valores/notícia são, portanto, regras práticas que abrangem um corpus de conhecimentos profissionais que, implicitamente, e, muitas vezes, explicitamente, explicam e guiam os procedimentos operativos redatoriais. (WOLF, 1987, p. 97)

Segundo Wolf (1987), os valores-notícia modificam-se constantemente de acordo com os interesses da época, abrindo espaço para uma especialização temática e cada novo tema representa um reajustamento e uma redefinição dos valores-notícia. Essa especialização se reflete diretamente também na própria empresa jornalística, que possui grande número de setores temáticos e profissionais especializados em determinada área de interesse social.

Assuntos que, há alguns anos, simplesmente «não existiam», constituem atualmente, de uma forma geral, notícia, demonstrando a extensão gradual do número e do tipo de temas considerados noticiáveis. Alguns deles impuseram-se a ponto de determinarem uma cobertura informativa específica, sob a forma de rubricas, pareceres de especialistas, separatas especiais, etc. (WOLF, 1987, p.104)

Para Wolf, os valores-notícia resultam de pressupostos implícitos ou de considerações relativas às características substantivas das notícias; ao seu conteúdo; à disponibilidade do material e aos critérios relativos ao produto informativo; ao público; à concorrência, e podem ser divididos em cinco categorias: critérios substantivos, critérios relativos ao produto, critérios relativos ao meio de comunicação, critérios relativos ao público e critérios relativos à concorrência. Essas categorias abrangem a transformação do acontecimento em notícia; os processos de produção e realização; a visão que os jornalistas têm do público do veículo e as relações existentes entre as empresas dos meios de comunicação de massa.

Os critérios substantivos baseiam-se na importância e no interesse da notícia. A importância pode ser determinada pelo grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento noticiável; pelo impacto que possa causar sobre a nação e sobre o interesse nacional (capacidade refletir ou influir o interesse do país); pela quantidade de envolvidos no acontecimento (quanto maior o número de envolvidos ou de “grandes nomes” maior a visibilidade do acontecimento); e pela relevância e significatividade do acontecimento quanto à evolução futura de uma determinada situação (novidade ou destaque). O interesse corresponde, segundo a imagem que o jornalista tem do público, à interpretação do fato com base em curiosidades que atraem a atenção.

Os critérios relativos ao produto referem-se à disponibilidade de materiais e às características específicas do produto informativo. A disponibilidade representa o quanto o fato é acessível para o jornalista, quanto pode ser tratado dentro das rotinas jornalísticas, se poderá ser facilmente coberto e quais recursos são necessários para realizar essa cobertura. Critérios como brevidade, atualidade, qualidade da história, equilíbrio, integram esse segmento.

Os critérios relativos ao meio de comunicação representam o modo como uma notícia é transmitida, já que a forma de apresentação está diretamente ligada ao espaço ocupado pela notícia. Este critério baseado nos recursos editoriais disponíveis e na estruturação narrativa do acontecimento impõe uma pré-seleção, facilitando a escolha.

Os critérios relativos ao público referem-se à imagem que os jornalistas têm das pessoas as quais a informação se destina. Apesar de não ser o dever do jornalista satisfazer um público, as referências acerca das necessidades e exigências dos destinatários é constante nas rotinas produtivas. A adaptação ou substituição de termos para facilitar a compreensão, bem como não noticiar fatos que possam gerar traumas ou que vão contra a sensibilidade e gosto popular se inserem neste critério.

Os critérios relativos à concorrência refletem sobre alguns dos valores-notícia e acabam por reforçá-los. Como a situação de competição entre os meios é grande, estes buscam não deixar que a concorrência ofereça algo diferente e acabam gerando uma fragmentação na cobertura, centrada em áreas de destaque, que acaba por refletir uma visão distorcida da realidade, além de se basearem no que julgam ser o posicionamento da empresa concorrente, esperando que esta tenha os mesmos critérios de seleção de um acontecimento, desencorajando as inovações e estabelecendo modelos profissionais, contribuindo para a semelhança das coberturas informativas.

(...) nem todos os valores/notícia são importantes de igual modo, «nem, todos são relevantes para cada notícia. Se o fossem, os jornalistas não poderiam executar o seu trabalho, porque não teriam tempo para os tomar a todos em consideração [...]. Alguns são, praticamente, sempre relevantes, mas o número e a combinação pertinente para as notícias específicas, variam (Gans, 1979, p.279). A observação parece reforçar a hipótese do caráter negociado da noticiabilidade; isto é, os critérios relevantes são variáveis, embora de uma forma limitada, de acordo com determinados fatores. Isso significa que a «transformação» de um acontecimento em notícia é o resultado de uma ponderação entre avaliações relativas a elementos de peso, relevo e rigidez diferentes quanto aos procedimentos produtivos. (WOLF, 1987, p.108)

A avaliação da notícia depende da disponibilidade e credibilidade das fontes, da importância ou do interesse do acontecimento e da sua atualidade, para além de uma avaliação dos critérios relativos ao produto, ao meio de comunicação e ao formato. Essa avaliação, além de garantir os componentes essenciais da notícia, manifesta os interesses dos principais participantes na seleção e na produção de notícias.

(..) os valores/notícia funcionam, concretamente, para tornarem possível a rotinização do trabalho jornalístico. Isto é, são contextualizados nos procedimentos produtivos, porque é aí que adquirem o seu significado, desempenham a sua função e se revestem daquela aparência de «bom senso» que os torna, aparentemente, elementos dados como certos. (WOLF, 1987, p.112)

#### **4.1 O processo produtivo e suas influências**

Segundo Sousa (1999), as notícias sofrem influência de várias forças, sendo que estas são interdependentes, integradas, interatuantes e sem fronteiras.

(...) as notícias são um artefacto construído pela interação de várias forças que podemos situar ao nível das pessoas, do sistema social, da ideologia, da cultura, do meio físico e tecnológico e da história. A minha assunção primordial é a seguinte: os meios noticiosos conferem notoriedade pública a determinadas ocorrências, ideias e temáticas, que representam discursivamente, democratizando o acesso às (representações das) mesmas e tornando habitual (ritual?) o seu consumo. Os meios jornalísticos contribuem ainda para dotar essas ocorrências, ideias e temáticas de significação, isto é, contribuem para que a essas ocorrências, ideias e temáticas seja atribuído um determinado sentido, embora a outorgação última de sentido dependa do consumidor das mensagens mediáticas e das várias mediações sociais (escola, família, grupos sociais em que o indivíduo se integra, etc.). (SOUSA, 1999)

Ainda de acordo com Sousa (1999), esse processo de fabricação da notícia descrito acima pode ser designado genericamente por construção social da realidade pelos *media*, pois essas ocorrências, ideias e temáticas são noticiadas pelos meios jornalísticos enquanto fragmentos que são. Esses fatos são então representações da realidade noticiados diariamente pelos meios jornalísticos. Seguindo o posicionamento de Sousa apontaremos, os elementos que contribuem para a elaboração das notícias.

#### a) Força pessoal

Segundo Sousa (2006, p.135), o papel do jornalista, enquanto indivíduo, na produção da notícia é estudado desde que White lançou os estudos sobre o *gatekeeping*. “No seu estudo pioneiro, White concluiu que a seleção das notícias é um processo altamente subjetivo, fortemente influenciado pelas experiências, valores e expectativas do *gatekeeper* mais do que por constrangimentos organizacionais”. (SOUSA, 2006, p.135)

Os estudos antigos mostravam o papel individual dos jornalistas na seleção e configuração das notícias. Complementando essa ideia, Sousa (2006) esclarece que os estudos mais recentes indicam que fatores “ecossistemáticos”, como os *deadlines*, o espaço ou tempo disponível para as notícias, as políticas organizacionais, as características do meio social e da cultura, entre outros, desempenham um papel importante na construção das notícias.

Podemos mesmo afirmar que os fatores “ecossistemáticos” são vistos agora como um dos fatores críticos para a construção das notícias e, conseqüentemente, para a dissonância (*bias*) entre as notícias e a realidade. A produtividade da linguagem (a linguagem não é neutra) e a impossibilidade da onisciência também concorrem para essa dissonância. Esse conjunto de razões leva os teóricos a encarar as notícias como representações mais ou menos indiciáticas de parcelas da realidade. (SOUSA, 2006, p.136)

Sousa traz os resultados das pesquisas sobre os fatores “ecossistemáticos” com a finalidade de assinalar a relevância desses estudos, visto que trouxeram “algum alheamento da comunidade acadêmica em relação ‘ao que vai na mente’ dos jornalistas, nomeadamente no que respeita ao papel das cognições dos jornalistas na construção das notícias”. (SOUSA, 2006, p.136) Além disso, Sousa (2006) traz algumas considerações acerca de pesquisas no campo da psicologia cognitiva. De acordo com o autor, os jornalistas, quando em condições de sobre-informação, recorrem a formas estereotipadas de pensamento. Isso talvez possa ajudar a explicar e entender a padronização noticiosa que ocorre nos meios de comunicação. Outra consideração apontada por Sousa revela que os jornalistas, quando fazem inferências, baseiam-se mais em episódios individuais do que em dados sistemáticos, como os dados estatísticos.

Assim, um jornalista, constringido pelas formas rotinizadas de avaliar as situações e a sua própria atividade, poderá tender a fabricar informação padronizada (por exemplo, a redigir notícias com base na técnica da pirâmide invertida) e a seleccionar sempre como tendo valor noticioso o mesmo tipo de acontecimentos (...) sem procurar outras vias de atuação (que poderiam ser, eventualmente, mais eficazes em certas circunstâncias). (SOUSA, 1999)

O jornalista, devido a esses constrangimentos sofridos dentro de uma empresa jornalística, tenderá a distorcer a realidade, podendo cometer erros de julgamento na avaliação do que é notícia. Desse modo, Sousa (1999) afirma estar “mais ou menos claro que a forma como os jornalistas definem a sua profissão pode afetar o conteúdo que produzem (...)”. Além disso, para o autor “a concepção ética do papel do jornalista na sociedade que cada jornalista possui também pode influenciar a construção de conteúdos para os *news media*”. (SOUSA, 1999)

Sousa (2006) ressalta que os desejos e orientações da administração e da direção de uma empresa jornalística também podem resultar em diferentes decisões de seleção. Entretanto, não se pode deixar de levantar as relações entre os próprios jornalistas, que trocam pontos de vista e informações entre si, o que contribui para orientações e opiniões parecidas. “Segundo Schudson (1988, p.21), é preciso não esquecer, porém, que os jornalistas aparentam ser cada vez mais sensíveis uns aos outros e cada vez menos sintonizados com os pontos de vista dos seus chefes, pelo que a ação social se sobrepõe, aqui, à ação pessoal”. (SOUSA, 2006, p.137)

“Em resumo, julgamos que os dados referidos permitem concluir que as notícias possuem sempre a marca da acção pessoal de quem as produz, embora temperada por outras forças conformadoras”. (SOUSA, 1999)

### **b) Fator tempo**

De acordo com Sousa:

O fator tempo é algo que conforma a notícia e que transcende a acção pessoal do jornalista, encontrando expressão nos constrangimentos socio-organizacionais e socio-económicos que condicionam o sistema jornalístico e a própria cultura profissional. (SOUSA, 1999)

Desse modo, segundo Schlesinger (apud SOUSA, 2006), a compreensão das origens das notícias aumenta quando se considera o fator tempo. Por sua vez, esse autor considera os jornalistas como membros de uma cultura cronometrada. Essa “cronometralidade” faz com que os jornalistas associem a classificação de notícias ao fator tempo (*spot news*, *running story*, *hot news*, etc.) e os faz perspectivar a capacidade de vencer o tempo como a demonstração mais clara de competência profissional - aquele que produz mais em menos tempo. “O curso produtivo segue um ciclo diário regular, cuja cadência é pautada pelas *deadlines*. Estas e os inexoráveis ponteiros do cronômetro são dois dos mais potentes símbolos na cultura profissional do jornalista (Schlesinger, 1977; 1993, p.179)”. (SOUSA, 2006, p.138)

Consequentemente, julgo que o fator tempo afeta o *news judgement*, logo até por estabelecer um conceito de atualidade. E, afetando o julgamento noticioso, afetará igualmente o processo global de *newsmaking*, nomeadamente ao nível da seleção (*gatekeeping*). As informações mais atuais teriam, assim, mais hipóteses de passar pelos portões. (SOUSA, 1999)

Por sua vez, o horário de fechamento do jornal também constrange os jornalistas. Pois, segundo Sousa, “as horas de fecho forçam o jornalista a parar a recolha de informação e a apresentar a história, classificando, hierarquizando, seleccionando e integrando apenas as informações recolhidas até esses limites horários (...)”. (SOUSA, 2006, p.138)

Tuchman (1977) nota que a situação relatada tende a causar buracos temporais na rede de captura de acontecimentos (à semelhança dos buracos geográficos, institucionais e organizacionais), pois os acontecimentos fora das horas normais de trabalho apresentam menores hipóteses de serem cobertos. (SOUSA, 2006, p.138)

Outro fator que afeta a notícia - e, conseqüentemente, a sua veiculação - é o fato de ela ser efêmera, transitória, altamente deteriorável e possuidora de um valor de utilização que baixa rapidamente à medida que envelhece.

Além disso, é preciso ressaltar que a noção de atualidade jornalística varia em função do mercado para o qual se produzem as notícias. É por isso que, segundo Schlesinger (apud SOUSA, 2006, p.138), os jornalistas desenvolvem uma noção de atualidade que varia em função da empresa para a qual produzem notícias. Assim, para o jornal impresso, por exemplo, somente os acontecimentos atuais – “quentes” – constituem a atualidade e serão então noticiados.

Desse modo, Schlesinger (apud SOUSA, 1999) salienta que a pressão do tempo e a alta competitividade entre as empresas jornalísticas levam os jornalistas a relatarem as notícias em situações de incerteza. Isso acontece porque os jornalistas nem sempre reúnem os dados desejados ou porque precisam selecionar rapidamente acontecimentos e informações para a também rápida produção das notícias. Com isso, Schlesinger (apud SOUSA, 1999) mostra que o fator tempo impede o aprofundamento das notícias, o que contribui para abolir a consciência histórica. É devido à pressão do tempo que encontramos nos jornais diários notícias superficiais, sem contextualização e sem um maior desenvolvimento das informações.

### **c) Rotinas**

As rotinas jornalísticas podem ser consideradas como respostas práticas às necessidades das organizações noticiosas e dos jornalistas. Desse modo, pode-se dizer que as rotinas jornalísticas obedecem a fatores sócio-organizacionais, contribuindo para organizar e potencializar a produtividade dentro de um jornal.

As características empresariais dos órgãos de comunicação também tiveram o seu papel no surgimento das rotinas profissionais, já que implicam uma gestão criteriosa dos recursos humanos e materiais, de forma a potenciar os lucros, diminuir os custos de exploração e racionalizar os processos de trabalho. A divisão do trabalho jornalístico surge, assim, como uma forma de assegurar que o fabrico do produto se realize, bastando, para tal, assegurar o fornecimento regular de informações. (SOUSA, 2006, p.139)

Além disso, as rotinas podem ser consideradas como processos convencionalizados e mecanicistas a que os jornalistas recorrem. Segundo Tuchman (apud SOUSA, 2004), as

rotinas produtivas situam-se entre a força pessoal e a força social, pois correspondem a formas mecanicistas pessoais de proceder. Para a empresa jornalística, esses mecanicismos representam um modo de, estrategicamente, enfrentar o imprevisto e assegurar que o produto informativo seja produzido. Igualmente útil é para o jornalista, pois são uma forma de se defender de críticas.

Sousa ressalta as vantagens das rotinas jornalísticas

As rotinas, enquanto padrões comportamentais estabelecidos, são, entre os processos de fabrico da informação jornalística, os procedimentos que, sem grandes sobressaltos ou complicações, asseguram ao jornalista, sob a pressão do tempo, um fluxo constante e seguro de notícias e uma rápida transformação do acontecimento em notícia. Em suma, as rotinas asseguram ao jornalista um certo “controle” sobre o seu próprio trabalho (Traquina, 1988). Ao mesmo tempo, as rotinas defendem os jornalistas e as organizações noticiosas das críticas e do risco (o uso de aspas ou a contrastação de fontes, tal como Tuchman (1972; 1978) chamou a atenção, são exemplos dessas “rotinas defensivas”). (SOUSA, 2006, p.139)

Entretanto, Sousa observa que o fato de as rotinas serem usadas como mecanismos de defesa não as torna instrumentos perfeitos ou menos problemáticos. “As rotinas podem ser consideradas como meios para a prossecução de um fim, que se institucionalizaram, adquirindo uma espécie de vida e legitimidade próprias”. (SOUSA, 1999) Hallin (apud SOUSA, 1999) comprova a afirmação de Sousa ao frisar que, ao longo do tempo, os jornalistas foram aceitando as estruturas burocratizadas da sala de redacção e as correspondentes rotinas profissionais. Esse processo chegou a tal ponto que, segundo Tuchman (apud SOUSA, 1999), os jornalistas que fizeram das rotinas os seus modos de processamento de notícias são valorizados pelo seu profissionalismo.

Com a legitimação e utilização das rotinas jornalísticas como um processo natural de produção das notícias como dito anteriormente, evidencia-se que

a maior parte do trabalho jornalístico não decorre de uma pretensa capacidade intuitiva para a notícia nem de um hipotético ‘faro’ jornalístico, mas de procedimentos rotineiros, convencionais e mais ou menos estandardizados de fabrico da informação de atualidade. (SOUSA, 1999)

Citando Traquina, Sousa (2006) afirma que as rotinas jornalísticas trazem algumas desvantagens<sup>7</sup>:

---

<sup>7</sup> Citaremos apenas aquelas que contribuem com o tem deste trabalho. Ver mais sobre o assunto em Sousa (2006)

- Podem distorcer ou simplificar arbitrariamente o mundo dos acontecimentos;
- Constrangem os jornalistas;
- O jornalismo tende a cair numa atividade burocrática e o jornalista passa a assemelhar-se a um burocrata, o que pode ter consequências diretas para as funções socialmente instituídas dos *news media*, sobretudo para as funções da informação, da vigilância e do controle dos poderes;
- A dependência dos canais de rotina leva à institucionalização (e legitimação “normalizada”) de determinadas fontes e aos problemas decorrentes das relações pessoais aprofundadas, como o estabelecimento de laços de amizade e confiança entre jornalistas e fontes, que podem, em determinados momentos, comprometer ou condicionar os jornalistas e desvirtuar a informação;
- A utilização rotineira de fontes “oficiais”, pois essas fontes têm capacidade para fornecer regular e convenientemente informação autorizada e clara que poupa aos jornalistas os inconvenientes das investigações em profundidade e da recorrência a especialistas para decodificação, facilita a manipulação;
- As notícias tornam-se semelhantes nos diversos órgãos de comunicação social. Esta semelhança pode dar ao jornalista a sensação de que, se todos fazem igual a ele, é porque a forma como ele faz as coisas é a “correta”, mas gera uniformidade nos produtos informativos em circulação. Poderá, ainda, dar ao jornalista a sensação de que compreende o que se passa, mesmo quando isto não acontece.

Com relação a esse último ponto apontado por Sousa, percebe-se que a importância dada às rotinas pelas organizações noticiosas gera produtos jornalísticos menos diversificados, pois “a seleção operada pelos *gatekeepers* tende para a uniformidade. As variações produtivas em função de cada pessoa indiciam a relevância da ação pessoal dos jornalistas”. (SOUSA, 2006, p.140).

Além disso, o autor ressalta outra desvantagem oriunda das rotinas jornalísticas: “Também se pode dizer que as *deadlines* rotineiras afetam a produção noticiosa, já que os jornalistas ficam constrangidos a selecionar notícias, fontes e informações em função das opções que têm e dos fatores que conseguem ponderar num espaço de tempo limitado”. (SOUSA, 2006, p.140)

#### **d) Força social**

Embora o jornalista influencie o processo de produção das notícias, como visto anteriormente, Sousa afirma que, independentemente da vontade dos jornalistas, apenas uma

pequena parcela dos fatos se converte em notícia. Isso ocorre devido a várias razões: a grande maioria dos fatos não é objeto de uma atividade intencional que os leve a serem promovidos a notícias. Muitos desses fatos referem-se a circunstâncias que são tidas como “normais” numa sociedade e, assim, não possuem potencial noticioso de acordo com os critérios jornalísticos. Há, porém, muitos fatos que embora despertem interesse não chegam ao conhecimento público, nunca assumindo a condição de notícia.

Segundo Sousa (2006, p.141), “um dos indícios da influência dos constrangimentos organizacionais sobre as notícias reside na burocratização dos meios noticiosos”. Um desses constrangimentos seria o fato de que as organizações jornalísticas tornaram-se muito dependentes dos canais de rotina para o recebimento de informações (através de conferências de imprensa, tribunais, agências noticiosas, *press-releases*, etc.).

A negociação entre os jornalistas e as fontes também pode, segundo Sousa (1999), situar-se no nível da ação social, “uma vez que traduz interações em sociedade que transcendem uma única pessoa, embora não seja de excluir que a vontade de uma pessoa poderosa possa sobrepor-se e não ‘compatibilizar-se’ com a do jornalista”. Além disso, o autor distingue as origens das pressões a que o jornalista é submetido: as pressões externas seriam provenientes de grupos de interesse político-partidários, empresariais, governamentais, desportivos, religiosos e jornalísticos. Já as pressões internas seriam principalmente provenientes da administração, da direção de redação e das chefias.

De acordo com Sousa, os valores compartilhados pelos jornalistas também podem ser considerados como um mecanismo de ação social que se sobrepõe à ação pessoal, embora ambas sejam temperadas por uma ação cultural. Já Gans e Sigal (apud SOUSA, 2006), acreditam que as negociações estabelecidas entre os jornalistas dentro das organizações jornalísticas também são um fator de natureza sócio-organizacional capaz de constranger a produção noticiosa. Para os autores (apud SOUSA, 2006, p.141), “as reuniões de coordenação editorial que se processam na organização jornalística são um espaço de decisão sobre as notícias, onde se assiste a uma competição entre os editores por espaço ou tempo, havendo notícias que são selecionadas e outras que não o são”.

Desse modo, Sousa (2004) esclarece que a força social pode situar-se em diferentes níveis: uma **força sócio-organizacional** (que se refere aos constrangimentos decorrentes das organizações noticiosas) e uma **força social extra-organizacional** (que se refere a todos os constrangimentos que influenciam o jornalismo a partir do exterior). A seguir apresentaremos a distinção entre eles.

### e) Força sócio-organizacional

Como já foi visto, os jornalistas trabalham em organizações noticiosas, onde as informações são selecionadas e “transformadas” em notícia jornalística. Nessa relação interdependente, o jornalista está em constante interação com o meio empresarial, as fontes, os poderes e a sociedade. Desse modo, o trabalho de produção de notícias sofre influências e constrangimentos. De acordo com Sousa (2004), ao nível sócio-organizacional,

as notícias são influenciadas por fatores como a rede que estendem para pescar acontecimentos dignos de se tornarem notícia (Tuchman, 1978), o desejo de lucro (Gaunt, 1990), os mecanismos de socialização que impelem os jornalistas a seguir as normas organizacionais (Breed, 1955), a competição entre editores e editorias (Sigal, 1973), os recursos humanos e materiais (Sousa, 1997), a hierarquia e a organização internas (Sousa, 1997), a dimensão e a burocracia interna (Shoemaker e Reese, 1996), os constrangimentos temporais (Schlesinger, 1977), etc. (SOUSA, 2004, p.9)

Além disso, não se pode esquecer que um jornal é uma empresa. Desse modo, na maioria das vezes, a preocupação com o conteúdo do jornal – as notícias e sua importância social – perde espaço para a obtenção de maior lucratividade e expansão da empresa no mercado. Sousa comprova: “as razões financeiras – e não esqueçamos que a generalidade das organizações noticiosas visa o lucro – funcionam, assim, como constrangimentos organizacionais ao conteúdo dos *news media*, podendo mesmo afectar as decisões editoriais”. (SOUSA, 1999)

A análise organizacional é relevante, pois “permite explicar algumas das variações no conteúdo dos media que não podem ser atribuídas às rotinas, às convenções ou aos jornalistas individualmente considerados”. (SOUSA, 2006, p.141)

Um dos constrangimentos atribuídos à força sócio-organizacional refere-se à rede que as empresas noticiosas estendem para capturar os acontecimentos: nos locais onde essas organizações não disponibilizam jornalistas haverá, por consequência, menor cobertura dos acontecimentos. Ao contrário, haverá maior potencialidade de cobertura nos locais onde houver maior concentração de jornalistas.

Com isso, pode-se constatar que os constrangimentos sócio-organizacionais levam a um processo de rotinização da produção jornalística, estabelecimento de hierarquias e à imposição artificial de alguma ordem na seleção dos acontecimentos. Essa organização do processo produtivo tornou-se comum entre diversas empresas noticiosas.

Outra forma de constrangimento ocorre na relação entre a organização noticiosa e o jornalista. Essa relação de trabalho é de dependência entre ambos e, principalmente, de

coação. Isso ocorre porque as empresas noticiosas exercem controle sobre os jornalistas, pois possuem o poder de contratar, despedir ou ajudar com a progressão da carreira do jornalista. “Como à organização noticiosa interessa, à partida, ter pessoas adaptadas à sua dinâmica interna, percebe-se que o jornalista será sempre constrangido pela política editorial e pela forma de fazer as coisas no órgão jornalístico para o qual trabalha”. (SOUSA, 2006, p.141)

Desse modo, para manter o emprego e futuramente poder crescer na empresa e na profissão, “os jornalistas se socializam e aculturam nas redações, correspondendo aos interesses das organizações noticiosas”. (BREED apud SOUSA, 2006, p.141)

Através da socialização na redação, um jornalista adquire os valores organizacionais e aprende a corresponder às solicitações da organização, para poder manter o seu emprego e ser reconhecido pelos seus pares, usufruir de um salário e progredir na carreira. Este tipo de profissionalismo leva a que um jornalista se integre na organização e aceite as formas de aí se fazerem as coisas, sendo recompensado pelo salário, pela progressão na carreira e por todas as restantes recompensas inerentes à profissão. (SOUSA, 2006, p.142)

Contribuindo com essa discussão, Sousa traz uma afirmação de Soloski muito pertinente:

A natureza organizacional das notícias é determinada pela interação entre o mecanismo de controle transorganizacional representado pelo profissionalismo jornalístico e os mecanismos de controle representados pela política editorial. Em conjunto, estes mecanismos de controle ajudam a estabelecer as fronteiras do comportamento profissional dos jornalistas. Seria errado supor que essas fronteiras ditam ações específicas da parte dos jornalistas; melhor, estas fronteiras fornecem uma estrutura para a ação. As fronteiras são suficientemente amplas para permitir aos jornalistas alguma criatividade (...). Por outro lado, as fronteiras são suficientemente estreitas para se poder confiar que os jornalistas agem no interesse da organização jornalística. (SOLOSKI apud SOUSA, 2006, p.142)

A redação de um jornal pode ser vista então como um dos maiores constrangedores do trabalho do jornalista e, conseqüentemente, do processo de produção das notícias jornalísticas. Pois, como analisou Matejko (apud SOUSA, 2006, p.142), a redação de um jornal é um sistema social, que exerce influência sobre os jornalistas e o trabalho que estes fazem. Além disso, o autor ressalta que “(...) a redação, enquanto sistema social, (1) conduz à realização dos fins pessoais e profissionais dos seus membros, (2) está ajustada ao ambiente, (3) é dirigida com maior ou menor eficácia e (4) permite mais criatividade quanto mais elásticas são as suas regras”.

Em grande medida, a aprendizagem socializadora de um jornalista ao integrar uma organização noticiosa passa pela observação, pela experimentação e também pela imitação dos seus colegas mais experientes (Sousa, 1997). A apreensão de determinados procedimentos organizacionais evita ao jornalista as críticas dos seus superiores, como Tuchman (1972; 1978) mostrou, ao falar, pela primeira vez, dos “rituais estratégicos de objetividade”. (SOUSA, 2006, p.142)

Sousa distingue também o poder de influência da organização noticiosa sobre o jornalista e sobre o processo de produção das notícias de acordo com a magnitude da organização – aqui estão incluídos os recursos materiais e financeiras da empresa. Assim, de acordo com Sousa (2006, p. 142), organizações que não possuem uma estrutura burocratizada têm mais chances de apresentar produtos mais variados do que aquelas que a possuem.

As grandes organizações tendem a ser mais regulamentadas e menos flexíveis, pelo que o seu produto é mais uniforme. E se uma organização não tiver recursos (técnicos, humanos, financeiros...) para enviar um jornalista a cobrir certos acontecimentos, então a produção noticiosa tenderá, igualmente, para uma menor diversidade. (SOUSA, 2006, p.142)

#### **f) Força social extra-organizacional**

Segundo Sousa (2006, p.143), o processo de produção das notícias é afetado pelo sistema social global em que uma organização jornalística se insere, podendo-se falar de uma ação social extra-organizacional de conformação e enformação das notícias. Assim, fatores externos à empresa jornalística vão determinar o que será notícia e como ela será veiculada. “Ao nível extra-organizacional, as notícias são influenciadas por fatores como a audiência e o mercado (Gaunt, 1990; Kerwin, 1993), as relações (problemáticas) estabelecidas entre jornalistas e fontes de informação, com prevalência dos canais de rotina (Sigal, 1973), etc.”. (SOUSA, 2004, p.15)

As fontes são imprevisíveis, podendo esconder, parar ou acelerar a difusão de informações e moldá-las de acordo com os seus interesses próprios. Desse modo, as fontes são um dos constrangimentos externos que influenciam o processo jornalístico de produção de informação, pois são necessárias, muitas vezes, para validar as notícias e aproximar o leitor do fato – a narrativa de uma fonte que vivenciou um acontecimento noticiado levará maior realidade e veracidade ao leitor. Assim, um dos maiores problemas enfrentados pelos

jornalistas talvez seja a dependência que sofrem das fontes de informação para a produção das notícias.

As fontes selecionam as informações que passam às organizações noticiosas e aos jornalistas quando estes não têm experiência direta do que ocorre. Consequentemente, podem mobilizar - ou não - a atenção do jornalista, co-determinando se um assunto será ou não agendado e, por consequência, se uma mensagem passará ou não o filtro da noticiabilidade. (SOUSA, 2006, p.143)

Os jornalistas estão então à procura de fontes abertas, “capazes de providenciar toda a informação credível e autorizada de que eles necessitam para que o produto noticioso possa ser fabricado”. (SOUSA, 2006, p.144) Entretanto, é importante ressaltar que não só os jornalistas dependem das fontes. “Em princípio, as fontes estão interessadas em que os jornalistas usem toda a informação que elas pretendem com os enquadramentos que elas pretendem”. (SOUSA, 2006, p.144) Desse modo, “apesar de todas as ‘desconfianças’ com que os jornalistas tratam certas fontes, ambos estes pólos são interdependentes, pois, geralmente, o jornalista está tão interessado nas fontes como as fontes nos jornalistas”. (SOUSA, 2006, p.143)

Dyer e Nayman (1977) salientam que fontes e jornalistas (*gatekeepers*) beneficiam mutuamente com a sua relação, já que as primeiras ganham acesso a uma determinada audiência e os segundos obtêm regularmente informações credíveis para a fabricação de notícias. Mas a necessidade regular de informações credíveis que os jornalistas revelam resulta na dependência de fontes burocratizadas (Gandy Jr., 1982). (SOUSA, 2006, p.144)

Sousa (2006) ainda afirma que as fontes pretendem ter, ou não, atenção midiática, pois sabem que as suas mensagens, ao serem veiculadas pelos órgãos jornalísticos, terão efeitos e/ou consequências.

Os efeitos das mensagens das fontes são cognitivos (construção de significados e de conhecimento, edificação de referentes), afetivos e comportamentais. As mensagens das fontes têm ainda efeitos mais vastos ao participarem no processo contínuo de construção social da realidade. (SOUSA, 2006, p.143)

Além disso, Sousa (2006, p.143) esclarece que as fontes não são todas iguais. Não são iguais na posição que ocupam, na sua relevância social, no poder de influência, nos meios a que recorrem, no volume de produção de informação direcionada para os jornalistas, nem na

qualidade das mensagens que emitem, etc. Segundo o autor, a única semelhança entre elas é o fato de pretenderem ter atenção mediática. Mas, há também as fontes que se ocultam, pois não querem ser objeto da atenção dos jornalistas. Segundo Sousa:

Os problemas de acesso às fontes podem levar os jornalistas a usar mais as fontes organizacionais do que as individuais, pois, geralmente, as organizações têm um horário de funcionamento mais ou menos coincidente com a laboração jornalística e possuem um *staff* a tempo inteiro, contactável na generalidade das ocasiões. O recurso às fontes “oficiais” eleva, em consequência, a performatividade dos jornalistas, ao permitir-lhes concentrarem-se em pessoas acessíveis, vistas como tendo coisas importantes e credíveis para dizer. (SOUSA, 2006, p.145)

Donohue et al. (apud SOUSA, 2006) aponta outro problema referente às fontes. Para esse autor, a identificação do jornalista com a fonte ou com a informação disponibilizada por esta pode promover um maior controle da fonte sobre os conteúdos da informação. Quando isso ocorre, o jornalista tenderá a ser acrítico com a fonte e com a informação prestada por esta, além de recorrer a essa fonte para que ela diga o que ele próprio gostaria de dizer. “Também é uma hipótese a considerar que a informação com que cada jornalista se identifica passe mais facilmente por alguns pontos de seleção, transformando-se em notícia”. (DONOHUE et al. apud SOUSA, 2006, p.144)

Sousa afirma também que o jornalismo existe para informar, comunicar utilmente, analisar, explicar, contextualizar, educar, formar, entre outras funções. Entretanto, é seu papel também tornar transparentes os poderes, vigiar e controlar os poderes de indivíduos, instituições ou organizações. “Por vezes, todavia, a ideia que fica é que a situação inversa é dominante, isto é, os poderes controlariam e influenciariam mais os meios jornalísticos do que o contrário”. (SOUSA, 2006, p.143)

Os meios jornalísticos atuam, sobretudo, através do ato de informar os cidadãos, no pressuposto de que estes são atores responsáveis num sistema social de que fazem parte e sobre o qual devem intervir. Informar jornalisticamente será, assim, em síntese, permitir que os cidadãos possam agir responsabilmente. Entreter “jornalisticamente”, pelo contrário, tende a degradar, em maior ou menor grau, essa função informativa e, consequentemente, reguladora e mediadora, que os meios de comunicação possuem na sociedade. (SOUSA, 2006, p.144)

Desse modo, Sousa conclui que “os processos de seleção das fontes jornalísticas são importantes e mesmo problemáticos”. (SOUSA, 2006, p.144)

Gans (1980), por exemplo, mostrou que as fontes de maior poder econômico e político (os *knowns*) têm um acesso privilegiado aos meios de comunicação. Portanto, têm também maior poder de fazerem passar determinadas mensagens pelos vários "portões" e de influenciarem os conteúdos dos meios jornalísticos. Além disso, os poderosos tendem a ser representados em atividades "dignificantes", enquanto as restantes pessoas têm de se fazer notar para terem acesso aos meios jornalísticos. As pessoas comuns, geralmente, são notícia por actividades desviantes, como crimes, manifestações, etc., enquanto os poderosos são notícia porque exercem o poder, sendo grande parte das notícias sobre esse exercício do poder pelos poderosos. Goldenberg (1975) partilha deste diagnóstico, ao chamar a atenção para o fato de que os grupos e as pessoas com poucos recursos poderem ter de recorrer a atos desviantes para atrair a atenção dos meios noticiosos. (SOUSA, 2006, p.144)

James Curran (apud SOUSA, 2006) aponta várias formas de pressão que os poderes podem exercer sobre a comunicação social, com a finalidade de controlá-los. Entre elas, destacamos algumas: o poder e os recursos têm uma divisão desigual (os sistemas de pensamento e as imagens que ocorrem aos jornalistas, sob a pressão do tempo, são os sistemas e as imagens dominantes na sociedade, que, por sua vez, são os sistemas e as imagens dos poderes com mais recursos); rotinas e valores-notícia tendem a excluir da cobertura noticiosa as pessoas de menor prestígio, em favor das poderosas; as convenções estéticas centram-se nas pessoas.

Por sua vez, não apenas as fontes exercem influência na produção das notícias jornalísticas. Além delas, outros fatores também influenciam esse processo. Um deles, segundo Sousa (2006), são os interesses da audiência, pois o jornalista pensa e constrói a notícia de acordo com o que a audiência deseja.

Apesar de alguns estudos apresentarem conclusões contraditórias, é provável que as percepções dos jornalistas sobre aquilo que a audiência quer possam ser um fator influente da seleção de informação (Shoemaker, 1991, p.62-63). Embora os jornalistas continuem, geralmente, subinformados sobre as suas audiências (Shoemaker e Reese, 1996), os estudos de *marketing* contribuíram para atenuar a situação. Daí que os desejos e as necessidades das audiências estejam a crescer em importância como um fator de conformação das notícias. (SOUSA, 2006, p.145)

Outro fator de constrangimento no processo de construção/produção das notícias deriva das preocupações financeiras das organizações jornalísticas: o mercado. Pois, como empresas que são, esses órgãos de comunicação social visam o lucro ou, pelo menos, o equilíbrio financeiro. Além disso, Sousa salienta:

O peso dos anunciantes, entre os quais se inscreve o próprio Estado, nomeadamente o Governo, também poderá ser um fator de constrangimento para os órgãos de comunicação social e para o processo de fabrico das notícias. O enfeudamento ao poder, nomeadamente ao Governo – e todos os governos exercem sempre algum controle sobre os *news media*, nem que seja ao nível das leis, regulamentos, licenças, impostos e, eventualmente, subsídios ou outras formas de ajuda financeira – pode trazer consequências negativas para a informação produzida. (SOUSA, 2006, p.145)

### g) Força ideológica

Sousa (2006) esclarece que o conceito de ideologia não é universal. Contudo, expõe a sua definição de ideologia.

(...) podemos falar de ideologia, de uma forma geral, como um mecanismo simbólico que, integrando um sistema de ideias, cimenta a coesão e integração de um grupo social em função de interesses, conscientes ou não conscientes (a cultura também cimenta coesões, mas não em função de interesses). (SOUSA, 2006, p.152)

E ressalta: “É dentro desse conceito de ideologia de que aqui se fala das forças ideológicas que se exercem sobre os meios jornalísticos e que funcionam como elementos configuradores das notícias”. (SOUSA, 2006, p.152)

Samuel Becker (apud SOUSA, 2006, p.152) define ideologia como “um sistema de enquadramentos de referência através dos quais uma pessoa vê o mundo e aos quais ajusta as suas ações (...)”. Já para Raymond Williams (apud SOUSA, 2006, p.152), ideologia é um sistema articulado de significados, valores e crenças.

Citando Hackett, Sousa (2006, p.152) descreve três conceitos de ideologia especialmente aplicáveis ao jornalismo:

1. Ideologia como **estrutura profunda** (no que vai ao encontro de Hall), originada pela integração inconsciente de pressupostos sobre o mundo;
2. Ideologia como **naturalização**, que corresponde à apresentação do trabalho jornalístico como não ideológico;
3. Ideologia como **interpelação**, na base da qual as notícias são apresentadas realisticamente, ocultando a produtividade da linguagem.

Desse modo, Sousa (2006) analisa que a ação ideológica dos *mass media* é relevante no campo da construção de sentidos, assim como é relevante a ação ideológica *sobre os meios*, sobre as organizações jornalísticas e sobre as notícias. “O papel dos meios de

comunicação na propagação de ideologias e no fortalecimento das forças que determinam a natureza dessas ideologias é um fato que merece reflexão”. (SOUSA, 2006, p.152)

É importante destacar então a observação de Hall (apud SOUSA, 2006) acerca do espaço que a ideologia tem ganhado nos estudos sobre a comunicação social. Uma dessas razões para isso deve-se ao “crescente reconhecimento da capacidade que os meios têm de construir sentidos prevaletentes para a realidade, ‘definir situações’ e catalogar determinadas pessoas e acontecimentos como ‘desviantes’ (ajudando a definir a norma)”. (HALL apud SOUSA, 2006, p.153)

Gouldner (apud SOUSA, 2006, p.153) enfatiza que “a ideologia, enquanto mecanismo simbólico, integra os interesses dos diversos estratos sociais e permite ao estrato dominante gerar respostas sociais compatíveis com os seus interesses”.

Segundo Shoemaker e Reese (1996), os meios de comunicação dão cobertura aos interesses dominantes, que se escondem por trás da aparência de normalidade do *status quo* e contribuem para a manutenção do estado das coisas. Ao mesmo tempo, os meios contribuem para que as mudanças sociais sejam, ao mesmo tempo, travadas e controladas pelos detentores do poder. As rotinas dos jornalistas e das fontes, as convenções profissionais, os valores e a estrutura organizacional combinam-se, assim, para manter um sistema de controle e reprodução das ideologias dominantes (Shoemaker e Reese, 1996, p.224), levando os meios jornalísticos a gerar construções simbólicas que fazem perceber a ordem existente como natural e imutável (Hall, 1982). (SOUSA, 2006, p.153)

Assim, segundo Sousa (2006, p.153), “ao oferecerem representações ideológicas da estrutura social, os meios jornalísticos constroem mapas que nos permitem entender as relações de poder nas sociedades, mas que também solidificam simbolicamente essas relações de poder”. Por sua vez, Sousa ressalta que o poder de criação simbólica do jornalismo não pode ser considerado uma força neutra. Isso porque, embora os jornalistas almejem ser independentes, factuais e imparciais, a grande maioria das notícias é sobre os poderes ou tem alguma relação com eles.

Para Sousa (2006, p.154), a “ideologia” ou “ideologias” jornalísticas seriam alguns dos mitos que estão na base do jornalismo. Sendo que “a existência de determinadas forças de cariz ideológico no campo profissional do jornalismo é susceptível de contribuir para dar determinados conteúdos e formas às notícias”. Assim, Sousa destaca entre essas forças ideológicas a **ideologia da objetividade** e a **ideologia do profissionalismo**, cruzando-se uma com a outra.

O autor defende que as formas de trabalhar, processar a informação e apresentá-la ao leitor ainda sustentam esse ideal, bastando para isso que se repare nos procedimentos de “objetivização” e factualização da informação, como a contrastação de fontes ou o grande uso de citações. Citando Tuchman, Sousa afirma que a “rede de facticidade” condiciona a produção de informação. “a objetividade ainda está viva, na forma de um ‘ritual estratégico’ destinado a defender os jornalistas e o produto organizacional de críticas”. (TUCHMAN apud SOUSA, 2006, p.155)

Os jornalistas, seguindo rotineiramente os procedimentos rituais de “objetividade”, deixam, de algum modo, os atores sociais representados nas notícias ditar a forma das mesmas, pois são as afirmações desses atores a fabricar a história (a representação) do que aconteceu. Os jornalistas são, assim, considerados “objetivos”. Inversamente, quando procuram analisar afirmações e outros dados e chegar a conclusões, fugindo a abordagens típicas do “jornalismo de citações”, os jornalistas são, muitas vezes, perspectivados como distorcedores da informação, mormente pelo poder, que se pretende autoperpetuar, relegitimando-se continuamente. (SOUSA, 2006, p.154)

Para Sousa, a ideologia da objetividade contribui para que o jornalista seja visto e se veja como um intermediário que tem sua existência anulada a partir do momento em que um acontecimento é “reproduzido” na notícia. “De um método concebido em função de um mundo em que os fatos eram desmerecedores de confiança, o conceito de objetividade evoluiu para a fé nos fatos”. (TRAQUINA apud SOUSA, 2006, p.155)

O conceito de ideologia é compreendido por Sousa como um conjunto de valores e crenças que dão coesão a um grupo em função de interesses. Com isso, a objetividade encontra uma explicação parcial nesse conceito.

O “poder” jornalístico carece de legitimação democrática, uma vez que se trata de um poder não sujeito ao sufrágio popular. Daí nasce o interesse que os jornalistas têm na obtenção de outro tipo de legitimação, que passa pelo seu papel de fornecedores de informações verídicas de interesse público. Desta necessidade de se legitimarem aos olhos do público através do fornecimento de informação de interesse público “fiel” à realidade decorre a adoção interessada, ainda que nem sempre conscientemente formulada, dos procedimentos de objetividade. (SOUSA, 2006, p.155)

Outro conceito presente na raiz do jornalismo é a ideologia do profissionalismo, que como já foi visto cruza-se com a ideologia da objetividade. Sousa explica como funciona essa ideologia:

Os jornalistas têm interesse em serem aceitos e reconhecidos como (bons) profissionais, quer aos olhos dos colegas (através de mecanismos como a progressão na carreira e o salário) quer aos olhos do público (posicionando-se como os únicos *profissionais* capazes de fornecer informação “jornalística” de interesse público). (SOUSA, 2006, p.155)

Desse modo, o jornalista, em busca de ser visto como aquele que trabalha com profissionalismo, é capaz de sacrificar algumas necessidades pessoais, opiniões e até mesmo obrigações para com a sociedade. Um exemplo apresentado por Sousa (2006, p.155) comprova esse tipo de comportamento: “(os jornalistas) são, por exemplo, capazes de obedecer à política editorial da empresa em que estão (registrada no estatuto editorial e em manuais como os livros de estilo) mesmo que com ela não concordem, etc.”. E acrescenta: “inevitavelmente, a ideologia do profissionalismo também tem efeitos sobre os conteúdos e formatos das notícias”. (SOUSA, 2006, p.155)

#### **h) Força cultural**

De acordo com Sousa (1999), “o processo de fabrico e construção das notícias sofre uma ação enformadora por parte do sistema sócio-cultural em que se insere”. Assim sendo, os processos de *newsmaking* ocorrem no sistema sócio-cultural que se encontram. O autor afirma que existem vários estudos que favorecem essa ideia. Entre eles, Atwater e Fico (apud SOUSA, 1999) “postularam, por seu turno, que existiria um sistema compartilhado e transorganizacional de valores jornalísticos, fortalecido pela proximidade estreita, pela partilha de informações e pela observação mútua do trabalho”.

É o que afirma Traquina. Segundo o autor, as notícias carregam consigo determinados “**enquadramentos**” (*frames*), que podem ser considerados como o *ponto de vista* transmitido na notícia. “Por vezes, não havendo outros enquadramentos disponíveis, os jornalistas usam enquadramentos já usados para interpretar os novos acontecimentos”. (TRAQUINA apud SOUSA, 2006, p.156)

Karl Manoff (1986) fez notar que a escolha de um *frame* não é inteiramente livre, pois depende do “catálogo de *frames* disponíveis” num determinado momento sócio-histórico-cultural, isto é, depende do aspecto que para o seletor de um enquadramento, como um jornalista, o real assume nesse momento. Depende, também, da experiência do jornalista, que lhe molda a percepção e as cognições. Depende, ainda, das rotinas, do peso das instituições e de outros constrangimentos ao processo jornalístico de produção de informação de atualidade. (SOUSA, 2006, p.156)

Sousa ressalta que Gaye Tuchman foi uma das autoras que estendeu maior importância ao conceito de *frame*.

Remetendo a noção original para Erving Goffman (1975), que falava dos *frames* como as formas de organizar a vida quotidiana para se compreenderem as situações sociais e para a estas dar resposta, a socióloga americana usa o conceito como sinónimo de **ideia organizadora usada na atribuição de sentido aos acontecimentos**. (SOUSA, 2006, p.156)

Para Bird e Dardenne (apud SOUSA, 2006, p.156), as notícias são histórias construídas no seio de uma gramática da cultura, sendo que, enquanto narrativas, possuem códigos simbólicos reconhecidos pela audiência “(As notícias) são, assim, histórias representativas dessa cultura e ajudam a compreender os seus valores e símbolos”.

Sousa (2006, p.156) expõe que, segundo Hall, no processo jornalístico de fabrico de informação, os jornalistas fazem um levantamento do discurso jornalístico já realizado. “Neste processo, os jornalistas não se limitam a usar definições culturalmente determinadas, pois têm de integrar novas situações em velhas definições, ou seja, têm de encaixar as novas situações no catálogo de *frames* disponíveis”.

Já para Phillips:

(...) o jornalismo privilegia o concreto, o particular e o individual, oferecendo as notícias como um mosaico, em oposição ao estrutural, ao abstrato e ao universal. O jornalismo favorece, assim, familiaridade acerca das coisas e não conhecimentos profundos sobre elas. Para Phillips, um acontecimento deve corresponder ao esperado (valor da consonância). Por isso, as notícias são repetitivas, o que acentua a sensação de que existe novidade sem mudança. (apud SOUSA, 2006, p. 156)

Além disso, Phillips observa que “os jornalistas têm ainda uma linguagem própria, que Nelson Traquina (1993) traduz como jornalês, além de hábitos mentais profissionais, dependência do instinto e concentração no presente”. Sobre essa linguagem própria dos jornalistas, a autora afirma:

(...) o estilo da informação objetiva e a norma da objetividade aparecem como o cimento que une a empresa jornalística. Profissional, organizacional e pessoalmente, a norma captura melhor o espírito do ofício e os hábitos mentais do jornalista. A norma parece ser compartilhada pelas audiências massivas e heterogêneas. (PHILLIPS apud SOUSA, 2006, p.156)

Sousa ressalta que através estudo do conteúdo das notícias é possível compreender a produção cultural realizada pelo sistema jornalístico. O autor exemplifica:

É possível usar o conteúdo das notícias como ponto de partida para a compreensão da produção cultural pelo sistema jornalístico. Três exemplos. Nimmo e Combs (1983) estudaram como os *news media* representam a realidade, a partir da lógica da representação dramática – atores, atos, cena, motivos, cenários e agente sancionador (a fonte principal que justifica os acontecimentos, as ações e a conclusão dos dramas). (...) Michael Schudson (1988), por sua vez, diz que as notícias podem ser vistas na perspectiva dos gêneros literários, assemelhando-se a romances, tragédias, comédias e sátiras. As páginas sociais de um jornal são como romances, que podem, contudo, ser mesclados de comédia. A reportagem de um incêndio já é uma tragédia. Algumas notícias de polícia são quase uma forma abreviadíssima de romance policial. Para aquele autor, as notícias são semelhantes porque as pessoas contam histórias de forma semelhante. (SOUSA, 2006, p.156-157)

Sobre os estudos culturais, Sousa assinala a importância dada por essas pesquisas ao caráter sócio-cultural de produção da notícia, “uma vez que o seu objeto é, de algum modo, a análise dos processos de atribuição de sentido à realidade enquanto processos de natureza social e cultural, embora entrem também em consideração com a ação ideológica”. (SOUSA, 2006, p.157)

Os teóricos dos estudos culturais consideram que é no campo cultural que se encontram os significados e valores que surgem e se difundem entre os grupos sociais. Nas práticas sociais estão contidos e expressam-se esses mesmos significados e valores. É por isso que, através de uma análise de conteúdo de notícias, podemos tentar intuir os valores que estão na sua gênese e que se encontram nas práticas que lhes deram origem, bem como inferir como se processará a construção de significados para esses textos. (SOUSA, 2006, p.157)

Desse modo, Sousa salienta que, em sua maioria, os estudos culturais costumam ver os produtos midiáticos “como produtos tendencialmente estandardizados e redutores que, reproduzindo simbolicamente o sistema sócio-cultural, favorecem a manutenção do *status quo*”. (SOUSA, 2006, p.157)

(...) os estudos culturais enfatizam o papel das criações culturais coletivas - complexas, flexíveis, dinâmicas e adaptáveis - como agentes de continuidade ou mudança social. As condições históricas e as estruturas sociais são, conseqüentemente, elementos essenciais para a compreensão das práticas midiáticas e dos produtos que estas geram. Por outro lado, o sistema cultural e as estruturas sociais, como as estruturas capitalistas de produção, influenciam quer o conteúdo dos meios de comunicação, quer,

nomeadamente através destes, o comportamento do público. (SOUSA, 2006, p.157)

De acordo com Hall (apud SOUSA, 2006, p.158), os meios de comunicação social cumpririam três funções:

1. Provisão e construção seletiva do conhecimento social, através do qual percebemos o mundo e as realidades vividas de outros, e reconstruímos imaginariamente a sua vida e a nossa num mundo global inteligível.

2. Refletir e refletir-se nessa pluralidade, provendo um inventário constante dos léxicos, estilos de vida e ideologias. Desse modo, os meios de comunicação social classificam e ordenam os diferentes tipos de conhecimento social, providenciando contextos referenciais que contribuem para dar sentido ao mundo.

3. Organizar, orquestrar e unir o que se representou e classificou seletivamente. Produzem-se consensos e constrói-se a legitimidade.

Segundo Hall (1977), para cumprir as funções atrás descritas, os meios de comunicação social (1) reproduzem os discursos dominantes através dos quais se dá significado à realidade, (2) perpetuam as ideias dominantes através da linguagem e sistemas simbólicos e (3) estruturam os acontecimentos selecionados mediante esquemas ideológicos. O campo ideológico é, devido a essa ação global dos *news media*, um dos fatores mais estudados na área dos estudos culturais. (SOUSA, 2006, p.158)

De acordo com Sousa, as imagens jornalísticas são também um elemento cultural que afeta a construção das notícias. O autor ressalta que a imagem dos meios noticiosos e dos jornalistas e a imagem que os segundos e o público têm dos primeiros influenciam as notícias. “As imagens jornalísticas são definidas como imagens globais, abarcando os conceitos de papel (*role*) e percepção desse papel (*role perception*), tal como são compreendidos pelo público, pelas organizações e pelos jornalistas individualmente considerados”. (GAUNT apud SOUSA, 2006, p.158)

Além disso, Sousa observa (2006) que o uso de estilos editoriais e de certas abordagens dos acontecimentos está relacionado com a tentativa de dirigir o modo como as notícias são produzidas de acordo com a imagem que os responsáveis da empresa jornalística têm delas e de acordo com a imagem que acreditam que os públicos têm das mesmas.

Ao nível individual, a imagem que um jornalista terá de si próprio, da organização para a qual trabalha e do jornalismo em geral será, hipoteticamente, afetada por fatores que vão desde a formação a que foi

sujeito à dimensão e tipo da organização noticiosa para a qual trabalha, passando pelas tradições jornalísticas, procedimentos editoriais (recolha, processamento e difusão de informação), idiossincrasias, crenças, valores e expectativas pessoais. Todavia, aquilo que os jornalistas pensam deles próprios depende da sociedade em que vivem, da imagem da imprensa, em geral, e da imagem da organização para que trabalham. Em suma, a determinadas imagens-arquétipos são associadas e combinadas idiossincrasias pessoais, pelo que o papel de um jornalista, de acordo com Gaunt (1990, p.22), “(...) é o reflexo de uma cultura jornalística particular configurada ao longo dos anos por um vasto rol de ocorrências”. (SOUSA, 2006, p.158-159)

Todos esses componentes constituem um rol de itens que consideramos importantes na hora de estudar as notícias. Obviamente poderiam ter sido elencados ainda mais, mas acreditamos que sejam suficientes, pelo fato de nos dar pistas relevantes na hora de estudar as notícias que serão abordadas no nosso trabalho. Dessa forma, poderemos compreender como os acontecimentos são transformados em notícias em meios de comunicação alternativa e quais são as diferenças na forma de se fazer notícia no Portal Choike.Org. Para isso, precisaremos entender como a tecnologia tem auxiliado e transformado a produção do jornalismo alternativo atualmente.

## 5. JORNALISMO E A INTERNET

Não se pretende neste capítulo esgotar a trajetória na qual surgiu a Internet e muito menos oferecer uma visão das diversas interpretações dadas a esse fenômeno considerado ainda bastante recente. Procuraremos, então, estabelecer alguns parâmetros que sirvam para contextualizar nosso trabalho e que envolvem questões relevantes contidas no portal que analisaremos no último capítulo.

Desde suas origens, no final da década de 60, a Internet tem possibilitado as mais diversas manifestações individuais e coletivas ao ponto de podermos afirmar que em pouco mais de 50 anos de existência ocasionou mais transformações, nesse curto espaço de tempo, que as outras revoluções anteriores ao longo dos séculos. Hoje, as chamadas novas tecnologias são caracterizadas pela extrema rapidez de sua evolução e pelo potente impacto transformador da estrutura social, que vem sendo possível graças à capacidade humana de evocar, aprender e construir conhecimento (Acevedo, 1998).

Uma definição exata e precisa da tecnologia é difícil de ser estabelecida tendo em vista ao longo da história o conceito interpretado de diferentes maneiras dentro dos mais distintos contextos sociais (Gama, 1997).

Nesse sentido, resgatar a formação etimológica da tecnologia é um caminho para definir em fins práticos a palavra, sem ter que resgatar o seu significado e interpretação ao longo da história pontuando suas características nos diversos períodos. O que não significa que a história tenha sido ignorada, ela somente não será explorada de forma detalhada aqui.

Tecnologia provém da junção do termo *tecno*, do grego *techné*, que significa fazer, a *logia*, do grego *logos*, razão. A técnica constitui-se como um conjunto de conhecimentos e habilidades eficazes que o homem desenvolveu ao longo dos tempos com o objetivo de melhorar sua maneira prática de viver. É o eixo fundamental, a experiência prévia acumulada, adquirida através da tentativa, dos êxitos e fracassos. A tecnologia (técnica moderna), por sua vez, demanda uma relação entre teoria e prática de forma indissolúvel que permite a acoplação permanente de informações.

Lemos (2002, p.26) explica que “*techné* é um conceito que visa descrever as artes práticas, o saber fazer humano em oposição a outro conceito chave, a *phusis*, ou o princípio de geração das coisas naturais”. Portanto, é o fazer humano em distinção do fazer natureza.

A tecnologia emerge do meio em que está inserida, carregando consigo projetos, esquemas imaginários, implicações sociais e culturais bastante variados, fazendo parte da vida

do ser humano. Morin afirma que “a técnica produzida pelas ciências transforma a sociedade, mas também, retroativamente, a sociedade tecnologizada transforma a própria ciência” (Morin,1996, p.16).

Mattelart (2002, p. 105) ao procurar entender todas essas transformações se refere nos seus escritos à ideia de sociedade da informação, conceito esse já encontrado em Daniel Bell ao citar a “sociedade pós-industrial” que via em cada sociedade uma sociedade de informação e cada organização como um organismo de informação. A informação é necessária para organizar e fazer funcionar qualquer coisa, da célula à General Motors. Ou seja, na opinião de Bell a informação teria tomado conta de todas as sociedades e de todas as atividades de dentro dessa sociedade. Por outro lado podemos aferir que Bell dava muita ênfase ao valor a informação que ao ser gerida e colocada em público poderia transformar política, econômica e socialmente o mundo.

Castells (1999, p. 497) é um dos primeiros autores a conceituar esta sociedade que processa rapidamente a informação, denominando-a “sociedade em rede”. Para ele, vivemos em uma sociedade em rede, que se tornou a atual forma de organização humana, tendo como principal ingrediente de sua estrutura social a informação, cujo encadeamento básico é realizado pelas redes, interconectadas através de um fluxo de imagens e de mensagens. De acordo com sua teoria, redes são sistemas abertos, dinâmicos, incorporam inovações desde que não sejam ameaças a seu equilíbrio e são capazes de suplantar o espaço e invalidar o tempo.

O autor vai mais além do conceito de informação e cria um novo termo: “Sociedade Informacional”, que une os princípios da Sociedade da Informação com a Sociedade do Conhecimento. Sendo a primeira referente às tecnologias que tem capacidade de mudar toda uma sociedade, exigindo mais rapidez e instantaneidade nas relações e nos sistemas. Já a segunda remete-se a democratização da informação. A própria rede é global e não tem limites. Logo, a sociedade informacional teria tecnologia e conhecimento caminhando juntos, formando assim uma rede com os outros segmentos da sociedade.

Para Castells (1999), esta sociedade informacional é uma forma específica de organização social que tem a informação como fonte de produtividade e poder. Conhecimentos e informações fazem parte de um “círculo virtuoso” em que o uso gera inovação.

O ponto central de análise dos estudos de Castells se concentra nas relações de poder, porém, ao colocar em evidência a informação e o conhecimento, passa a ser alvo de críticas, inclusive por pensadores marxistas. O sistema produtivo, que, até então, era a força motriz da

sociedade, definida através da força e das relações existentes a partir do trabalho, deixa de ser a categoria central para o que definimos sistema informacional. Nele, o que se valoriza mais é a cultura e a busca das identidades, muito mais do que o trabalho e sua divisão social, consequências estas do enfraquecimento da hierarquização do trabalho. A sociedade passa a ser vista como uma rede multicultural e interdependente, valorando mais as identidades sociais (cultura) e não as classes sociais (sistema produtivo).

Esta mudança estrutural acarreta transformações em todos os sentidos, desde a política aos movimentos sociais, tendo estes últimos voltando seus discursos na busca de legitimar seus direitos e naturalizar suas diferenças e, não mais focando as desigualdades. Estar em rede passa a ser um modo dinâmico e auto-expansível de organizar as atividades humanas.

Os movimentos de contracultura da década de 60, por exemplo, culminaram na emergência de demandas específicas relacionadas a identidades de grupos. Estes têm na economia informacional e no capitalismo global um possível obstáculo para sua afirmação ou nas possibilidades das redes um potencial para articular suas lutas.

Seu conceito “Sociedade em Rede”, todavia, é criticado por alguns autores, entre eles Ortiz (2006), que nos interroga sobre a real existência de uma *network society*. No entanto, o próprio Castells (2009) parece revisar o conceito ao evidenciar a apropriação da internet por movimentos em rede e não a emergência de uma nova sociedade, totalmente on-line. Apesar de atualizar o seu pensamento, a definição de rede, proposta em 2003, ainda é válida, principalmente no que tange a posição do sujeito nesta organização.

Uma rede é um conjunto de nós interconectados. Os nós podem ter maior ou menor relevância para o conjunto, de forma que os especialmente importantes se denominam centro. Em todo caso, qualquer componente de uma rede (incluídos os centros) é um nó, e sua função e significado dependem dos programas da rede e sua interação com outros nós. Os nós aumentam em importância quando absorvem mais informação importante e processam mais eficientemente. A importância relativa de um nó não provém de suas características espaciais, sim de sua capacidade para contribuir a eficácia da rede para lograr seus objetivos, definidos por valores e interesses programados nas redes... Quando os nós deixam de ser necessários, as redes tendem a reconfigurar-se, eliminando uns e acrescentando outros (CASTELLS, 2003, p.49).

Para Castells (2003, p.48-49) “o ferrocarril e o telégrafo foram as primeiras infraestruturas de uma rede quase global com capacidade de autoreconfigurar-se”. As condições proporcionadas por uma sociedade industrial madura permitiram que surgissem

projetos autônomos de redes organizativas, que puderam utilizar o potencial das tecnologias de comunicação digital baseada na microeletrônica.

Na contemporaneidade, analisando a comunicação realizada por meio da internet, pode-se notar a cobertura de todo o espectro da comunicação humana, da política e religião ao sexo, passando pelo comércio eletrônico. Trata-se de uma comunicação espontânea não organizada e diversificada em finalidade e adesão. A internet se constitui, assim, em uma rede de redes em que instituições, empresas, associações e indivíduos que produzem e divulgam conteúdos se agrupam de acordo com seus interesses.

Nesse sentido, as novas tecnologias da informação, interagem com os processos produtivos, as organizações sociais e a cultura, transformando-os e, conseqüentemente, mudando o modo como esses elementos devem ser estudados.

Todavia esta sociedade em rede tende a ser dual: os que estão dentro e os que estão fora desta teia. Cebrian (1999) alerta que a velocidade dos avanços tecnológicos e sua repercussão na vida social como um todo não combinam com os costumes tradicionais democráticos. Tais costumes precisam de debates e da discussão prévia à colocação em prática das decisões para que, de uma maneira geral, a população faça parte dessa rede e seja beneficiada ou afetada por ela.

Gomes e Maia (2008) analisam o modelo centro-periferia de acesso tecnológico proposto por Anthony Wilhelm (2000), que construiu alguns níveis de acesso e utilização dos meios por parte dos usuários.

No centro da sociedade da informação estão aqueles que têm pleno acesso aos recursos como instrumentos de comunicação e informação. Em outro nível, estão os “usuários periféricos”, que embora tenham acesso às tecnologias, utilizam-nas de maneira episódica, sobretudo para propósitos comerciais e de entretenimento. Na terceira camada, estão aqueles que têm “acesso periférico”, que podem ter o próprio computador, mas não estão conectados à rede e dependem de acesso público. Por fim, estão os chamados “ímunos ao progresso”, que nunca usaram o computador, não dispõem da educação necessária para fazê-lo e encontram-se irremediavelmente excluídos (WILHELM apud GOMES e MAIA, 2008, p.284).

Ter acesso à tecnologia e ao conhecimento para operar sobre ela envolve recursos financeiros para aquisição tecnológica e investimento cognitivo de aprendizagem, em um verdadeiro processo de alfabetização digital. Entretanto, os elementos cotidianos seguem seu curso, independente do nível de exclusão.

Aqui se abre espaço para um novo debate: o paradoxo da tecnologia. Ao mesmo tempo, em que exclui muitos de fazer parte da rede, cria mecanismos de democratizar a

informação ao dar acesso aos menos privilegiados e abrir espaço para velhas e novas discussões.

Ao falarmos de uma sociedade global da informação, afirmamos conseqüentemente a importância dos meios e sua capacidade de criar infopistas para a expansão das informações. Sendo assim, as comunicações são, decisivamente, vitais para abrir vias de progresso, inovação e um novo campo de possibilidades de atuação.

Porém, o capitalismo incentiva a livre concorrência, a qual tende a quebrar os mais fracos, o que configura uma tendência do monopólio das telecomunicações e da rede digital. Logo, a rede é aberta, mas tem donos. Os sistemas de transmissão (cabos e satélites), os de acesso (servidores) e os de navegação na web não fogem dessa linha.

Cebrian alertava em 1999 que as companhias de ponta do setor que envolvem a internet, ameaçavam constituir-se de fato, em um autêntico monopólio mundial, como é o caso por exemplo, da Microsoft.

Seus acordos com a cadeia NBC, para criar um canal de TV e outro de serviços em rede, sua compra da empresa WEBTV (internet pelo televisor), sua entrada no provedor de televisão por cabo Comcast e, principalmente, sua aquisição de cerca de 5% das ações da Apple, sua antiga rival, proporcionaram-lhe uma posição absolutamente dominante do mercado (Cebrian, 1999, p. 72).

As relações de poder estão ligadas a um sequente processo de luta e negociação, o vai-e-vem entre o velho e o novo, entre os interesses que já estão cristalizados, burocratizados nas instituições e os interesses das pessoas que querem aportar uma nova forma de ser e de viver. Sendo assim, o controle da comunicação e da informação sempre tem sido uma forma fundamental de pertencimento do poder.

O controle dos governos e das grandes empresas midiáticas é essencial para manter o *status quo*. Porém, a criação da microeletrônica permitiu a formação de meios alternativos. Surge, com a internet e os aparelhos móveis, a autocomunicação de massas. Para Castells (Youtube8,2011), autocomunicação é a capacidade de cada pessoa de emitir suas mensagens, organizar suas redes e eleger seus conteúdos. Apesar deste entorno ser dominado pelas redes de comunicação e pelas redes de internet, esse ambiente oferece possibilidades infinitamente maiores do que havia nos espaços tradicionais dos meios de comunicação para organizar redes horizontais.

---

8 Exibido em: <http://www.youtube.com/watch?v=d4PcxXiFGIs&feature=related>. Acessado no dia 20 de junho de 2011.

A propagação social de vetores de aceleração tecnológica no dia a dia e os efeitos da modernização atribuíram, portanto, aos meios importância fundamental como eixo de mediação simbólica, tendo seu papel socialmente reconhecido e legitimado. Na política, alguns destes efeitos se dão justamente pela necessidade de exibicionismo e visibilidade do comunicador político.

Este é um detalhe importante, que interfere no processo político, no qual os candidatos investem em uma campanha personalizada e mais intimista, trazendo fatos pessoais e do cotidiano como pontos de discussão, muito mais do que as ideologias partidárias e as propostas governamentais. Afinal, com esta fusão atual com o virtual, aumenta a necessidade de apreciar coisas que levem ou remetam o sujeito à realidade e às vivências cotidianas.

Nessa nova esfera de organização, surge o individualismo em rede, com destaque efetivo para o uso da internet que permite saciar uma função vital do ser humano: se relacionar. Criando suas conexões com outros nós, a partir de interesses e afinidades, expostos por meio das informações que cada software de uma rede ou site social permite enquanto estrutura, o sujeito projeta-se para outro espaço, mais pluralizado, dinâmico e diluído.

Os avanços da tecnologia da comunicação e informação permitiram aos atores sociais exercerem a função auto-referencial, tal como empregada por Vizer (2007). Esta diz respeito ao processo de apresentação de si mesmo na sociedade, com marcas de identidade e identificação, ou seja, a forma dos atores sociais, organizações ou movimentos sociais se apresentarem perante o mundo.

Como afirma Martino (2005, p.34) “as duas últimas décadas do século XX celebraram as tecnologias da informação e sua consequente cultura de uma comunicação tanto mais midiática quanto mais tecnológica e mundializada”.

Machado reforça este pensamento afirmando que:

As alterações cotidianas provocadas pelas novas tecnologias da informação e a emergência de um processo dialógico, converte o antigo receptor passivo em sujeito de novas informações agitando o universo da cultura, das linguagens e dos códigos que, em relação, se ampliam e se diversificam (2002, p.227).

Para Walter Lima Júnior (2009, p.5), “um produto tecnologicamente forte sempre cria novos e tardios usuários, novas significações e novas relações sociais, mesmo estruturais”. O autor complementa afirmando que essa nova significação social, então, retorna para a fonte tecnológica e influencia o caminho que essa nova tecnologia ou produto desenvolverá no futuro.

Nesse quadro entra o papel dos meios de comunicação como sendo os grandes afetados pelo impacto das Tecnologias de Informação e, dessa maneira, acabam contribuindo para a legitimação dessa sociedade emergente da relevância da informação. Um autor com posicionamento bastante crítico do papel exercido pelos meios nessa conjuntura é McChesney. Segundo McChesney (2003), as mudanças resultantes da globalização ocasionariam a privatização dos serviços de telecomunicação ocorridos no mundo todo nas últimas décadas, por meio de compras, fusões e parcerias que alteraram radicalmente a economia política do setor promovendo, vigorosamente, o processo de oligopolização dos mesmos. A incessante busca de lucro, na visão de McChesney, aliada a desregulamentação cultural, industrial e de mercado alimentou a concentração da propriedade atingindo a mídia na sua plenitude. Dessa maneira, constituíram-se verdadeiros oligopólios, implicando em um sistema de mídia tão altamente concentrado nas mãos dos grandes interesses privados que resulta muito difícil aceitar a ideia de liberdade e imparcialidade nos meios de comunicação e muito menos, na defesa da democracia, desejo daqueles que ainda acreditam no seu potencial transformador. O problema de ter ricos proprietários privados dominando os meios de comunicação de uma sociedade, além de impedir o avanço democrático e plural de ideias, resulta no controle daqueles que se beneficiam da desigualdade existente e da preservação do *status quo*.

Suporte hegemônico da globalização, os meios de comunicação de massa auxiliam uma espécie de consenso em torno dos valores simbólicos dominantes, procurando excluir as manifestações contrárias a essa hegemonia. Para se manter, o neoliberalismo, via empresas de comunicação, adota políticas que reforçam o poderio das empresas e busca ofuscar qualquer tentativa de um debate crítico, como assevera McChesney quando afirma que “os governos devem continuar grandes para melhor servir aos interesses das corporações, enquanto minimizam quaisquer atividades que possam solapar o domínio dos negócios e dos ricos”<sup>9</sup>.

Essa tentativa de minimizar as atividades que possam por em risco o domínio econômico, passa pela ação da mídia, que para McChesney tem um papel decisivo: “A globalização econômica e cultural seria claramente impossível sem um sistema de mídia comercial global para promover os mercados globais e encorajar os valores de consumo”<sup>10</sup>.

---

9 McCHESNEY, Robert W.. Mídia global, neoliberalismo e imperialismo. In: MORAES, Denis (org.). **Por uma outra comunicação**. Mídia, mundialização, cultura e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 218.

10 Ibid., p. 217.

Assim como deixa o mercado livre para se autorregular, o neoliberalismo também atua desregulamentando a própria mídia: “A peça principal das políticas neoliberais é, invariavelmente, a reivindicação de desregulamentar a mídia comercial e os mercados de comunicação. Na prática isto significa que são ‘re-regulamentados’ para servir aos interesses empresariais”<sup>11</sup>.

Com isso, o que se vê é uma profunda transformação da mídia e da comunicação nas últimas décadas, que foi acelerada pela evolução tecnológica digital. As pequenas e médias empresas locais e nacionais cederam espaço para megafusões, o que desembocou numa mídia formada por oligopólios globais. A revolução digital, que propiciou a junção de texto, som e imagem, forjou também os impérios da comunicação que administram todo o tipo de conteúdo midiático.

Em curto prazo, o mercado da mídia global passou a ser dominado por sete multinacionais: Disney, AOL-Time Warner, Sony, News Corporation, Viacom, Vivendi e Bertelmann. Nenhuma dessas empresas existia em sua forma atual de empresa de mídia há apenas 15 anos<sup>12</sup>.

Além destas, há ainda cerca de 70 grandes empresas que dominam a mídia em seus países ou regiões de origem e formam o que McChesney chama de segundo escalão. “As empresas de mídia do segundo escalão dificilmente são ‘opositoras do sistema global. [...] Além disso, tem vínculos extensos e *joint ventures* com as principais multinacionais da comunicação”<sup>13</sup>. Juntos, esses impérios dominam as mais diversas áreas da comunicação, passando pela edição de jornais, revistas e livros, gravação e distribuição de música, produção de rádio e TV, estações de TV aberta e canais da TV paga, sistemas de televisão por satélite, produção de filmes e salas de cinema.

Para Ramonet, o sistema midiático assim constituído em oligopólios, e com a tendência de continuar se concentrando cada vez mais, é o segundo poder que rege o mundo atual – o primeiro é o poder econômico e financeiro – e que funciona como o aparato ideológico da globalização: “É o sistema que em certa medida, constitui o modo de inscrever, no disco rígido de nosso cérebro, o programa para que aceitemos a globalização”<sup>14</sup>. McChesney partilha dessa visão ao afirmar que “a combinação de neoliberalismo com a

---

<sup>11</sup> Ibid., p. 218.

<sup>12</sup> Ibid., p. 221.

<sup>13</sup> MCCHESENEY, Robert W. Mídia global, neoliberalismo e imperialismo. In: MORAES, Denis (org.). **Por uma outra comunicação**. Mídia, mundialização, cultura e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003., p. 228.

<sup>14</sup> RAMONET, Ignacio. O poder midiático. In: MORAES, Denis (org.). **Por uma outra comunicação**. Mídia, mundialização, cultura e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 246

cultura da mídia empresarial tende a promover uma despolitização profunda e completa”<sup>15</sup>. Segundo Ramonet, a tática usada é a do pensamento único, “quer dizer: o que a imprensa diz, a televisão repete, a rádio repete, e não apenas nos noticiários, mas também nas ficções, na apresentação de um tipo de modelo de vida que se deve apresentar”<sup>16</sup>.

Além de uma empresa “copiar” o conteúdo da outra, outro ponto que reforça o pensamento único é aquele que diz respeito à escolha das fontes. Ao fazer um estudo nos Estados Unidos sobre a Guerra do Golfo, Kellner (2001, p.264) aponta que foram muitas as vozes simplesmente excluídas da grande mídia (norte-americana), impossibilitando um debate sério sobre a reação apropriada dos americanos à invasão do Kuwait pelo Iraque. Mas a grande mídia só se baseava num número limitadíssimo de opiniões e privilegiava sempre os mesmos altos funcionários do governo e os principais líderes do Partido Democrata<sup>17</sup>.

A competitividade entre as empresas, que poderia evitar essa unificação das mensagens, praticamente não existe, segundo McChesney. O autor ressalta que muitas das empresas têm propriedade cruzada, ou seja, possuem partes umas das outras, acionistas em comum, diretorias que se complementam e que por isso “lutam para minimizar o efeito da concorrência [...e] são o que Joseph Schumpeter chamava de competidores ‘co-respectivos’, típicos de situações com alto nível de monopolização”<sup>18</sup>.

O pensamento único e a falta de concorrência também são motivados pela ganância do lucro. As empresas não querem se diferenciar muito uma das outras com medo de desagradar o receptor. Kellner observou esse fato nos veículos eletrônicos americanos na cobertura da Guerra do Golfo: “Os meios de comunicação por televisão e rádio têm medo de contrariar aquilo que parece ser um consenso popular, de afastar-se do público e de defender pontos de vista impopulares porque receiam perder sua fatia de audiência e, portanto, seus lucros”<sup>19</sup>.

Ainda olhando o cenário maior do qual a mídia faz parte, McChesney (2003) faz a devida correlação entre a busca pelo lucro e as ideias neoliberais vigentes quando afirma que a verdadeira força motriz tem sido a busca incessante de lucro que marca o capitalismo, e que fez pressão em prol de uma mudança para a desregulamentação neoliberal. Na mídia, isto

---

<sup>15</sup> McCHESNEY, op cit., p. 236

<sup>16</sup> RAMONET, Ignacio. O poder midiático. In: MORAES, Denis (org.). **Por uma outra comunicação**. Mídia, mundialização, cultura e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 246-7

<sup>17</sup> KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru: Edusc, 2001. p. 264.

<sup>18</sup> MCCHESENEY, Robert W. Mídia global, neoliberalismo e imperialismo. In: MORAES, Denis (org.). **Por uma outra comunicação**. Mídia, mundialização, cultura e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 230

<sup>19</sup> KELLNER, op cit., p. 273.

significa o relaxamento ou a eliminação de barreiras à exploração comercial e à propriedade concentrada de meios de comunicação<sup>20</sup>.

Uma das saídas apontadas por McChesney é no sentido de promover uma “reforma estrutural na mídia, [...] desmembrar as grandes empresas, recuperar o rádio e a TV não comercial e sem fins lucrativos, criar um setor de mídia independente, não comercial e sem fins lucrativos, sob controle popular”<sup>21</sup>. Compartilha-se aqui a visão do autor que apregoa o fortalecimento das emissoras não comerciais, principalmente quando ele enfatiza que o controle do conteúdo da programação seja democratizado e não fique apenas nas mãos de uma elite<sup>22</sup>. Tal tendência mundial adquire, segundo a jornalista Teresa Bouza, dimensões preocupantes<sup>23</sup>. Uma delas seria a inexistência de uma legislação específica e de restrições legais, na maioria dos países, para evitar a concentração dos meios nas mãos de poucas empresas. Outro componente preocupante diz respeito ao papel da publicidade nos meios. A dependência econômica de grandes anunciantes interfere na divulgação de determinadas notícias contrárias aos interesses desses grupos.

Contudo, nesse ambiente de concentração, a Internet aparece como um lócus ideal para a proliferação e manifestação de propostas alternativas à tendência de supremacia hegemônica exercida pelos grupos midiáticos. Ignácio Ramonet (2003) pode ser considerado um autor totalmente afinado com a problemática citada anteriormente. Entretanto, sua abordagem relacionada com a concentração da mídia sugere alguns pontos que adquirem relevância significativa. Num texto bastante curto, Ramonet avança no sentido de relacionar os processos de concentração dos grandes grupos midiáticos com outros setores como eletricidade, informática, armamento, construção telefonia e água<sup>24</sup>. Assim, a junção de empresas envolvendo dois segmentos (sendo que um deles é o da comunicação) faz com que Ramonet perceba uma clara predominância da atuação do capital fundamentado na supremacia do mercado. A luta constante pela obtenção do lucro resulta, no mínimo, no fim de alguns valores considerados por ele fundamentais, dentre eles, o direito do cidadão estar bem informado.

---

<sup>20</sup> MCCHESENEY, Robert W. Mídia global, neoliberalismo e imperialismo. In: MORAES, Denis (org.). **Por uma outra comunicação**. Mídia, mundialização, cultura e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 221.

<sup>21</sup> Ibid., p. 241.

<sup>22</sup> Acreditamos que essa democratização possa ser feita com a criação de conselhos que contemplem todos os setores da sociedade e que atuem junto às emissoras.

<sup>23</sup> BOUZA, Tereza. Especialistas alertam sobre perigo de concentração na mídia na América Latina. IN: <http://noticias.uol.com.br/ultnot/efe/2007/02/21/ult1766u20439.jhtm>.

<sup>24</sup> RAMONET, Ignácio. **A Mídia concentrada**. IN: <http://www.umacoisaeoutra.com.br/marketing/ramonet.htm>

O exemplo mais ilustrativo sustenta Ramonet, ocorreu nos Estados Unidos, onde as regras contra a concentração do audiovisual foram abolidas em fevereiro de 2002. A *América Online* adquiriu a *Netscape*, a revista *Time*, a *Warner Bros* e a cadeia de informação *CNN*; a *General Electric*, a maior empresa mundial pela sua capitalização em bolsa, apossou-se da rede *NBC*; a *Microsoft* de Bill Gates reina sobre o mercado de softwares, quer conquistar o de jogos eletrônicos com o seu console *X-Box* e, através da sua agência *Corbis*, domina o mercado do fotojornalismo; a *News Corporation* de Rupert Murdoch, tomou o controle de alguns importantes jornais britânicos e americanos (*The Times*, *The Sun*, *The New York Post*), possui uma rede de TV por satélite (*BskyB*), uma das cadeias dos Estados Unidos (*Fox*), além de uma das principais produtoras de filmes (*20th Century Fox*). Na França, país no qual reside Ramonet, a crise da publicidade e de vendas por assinatura ocasionou a passagem do controle dos meios de comunicação para grupos ligados à indústria bélica, notadamente o *Dassault* e o *Lagardère*, que têm em comum a particularidade de serem constituídos em torno de uma empresa central cuja atividade é militar (aviões de caça, helicópteros, mísseis, foguetes, satélites...). Como quem antevê uma tragédia, o próprio Ramonet comentaria, em 2003: "O medo está então realizado: algumas das maiores mídias estão a partir de agora nas mãos dos mercadores de canhões... Na hora das tensões com o Iraque, pode-se supor que estas mídias não se oporão com verdadeira energia a uma intervenção militar contra Bagdá..."

Toda essa situação preocupou de tal forma às organizações internacionais que a própria ONU decidiu estudar, em 2003 e 2005 os possíveis desdobramentos dessa nova configuração mundial criada por essa nova realidade. Duas Cúpulas mundiais (Genebra e Tunísia), como veremos a seguir, foram realizadas no intuito de tentar estabelecer parâmetros diante do avanço da Sociedade da Informação.

### **5.1 Cúpulas de Genebra e Tunísia**

Durante três dias, de 10 a 12 de dezembro de 2003, por iniciativa das Nações Unidas e da União Internacional de Telecomunicações (IUT) aconteceu, em Genebra, a primeira reunião de Cúpula Mundial sobre a Sociedade da Informação<sup>25</sup>. O evento congregou mais de 10 mil delegados provenientes de 175 países e cerca de 50 chefes de Estado e de governo. Pela primeira vez – sinal das mudanças e preocupações envolvidas nessa temática – essa Cúpula reuniu, além de representantes oficiais dos países, dirigentes de empresas, de

---

<sup>25</sup> Os documentos finais, na íntegra, podem ser consultados no seguinte endereço: [http://www.itu.int/dms\\_pub/itu-s/md/03/wsis/doc/S03-WSIS-DOC-0004!!MSW-S.doc](http://www.itu.int/dms_pub/itu-s/md/03/wsis/doc/S03-WSIS-DOC-0004!!MSW-S.doc). A tradução do espanhol para o português é nossa.

Organizações Não-Governamentais (ONGs) e da sociedade civil. O objetivo central do encontro residia na elaboração de um plano de ação destinado a universalizar, no âmbito mundial, o acesso à informação. Ao final dos trabalhos, dois documentos (Declaração de Princípios e Plano de Ação) registraram alguns princípios gerais ocultando as divergências e antagonismos latentes no transcorrer da Cúpula. A Declaração de Princípios se redigiu em torno de três eixos principais: uma visão comum sobre a sociedade da informação, uma sociedade da informação universal e rumo a uma sociedade da informação fundamentada no intercâmbio do conhecimento.

As afirmações contidas nesse documento dificilmente podem ser questionadas. Afinal, quem discordaria da Sociedade da Informação (SI) entendida como instrumento promotor do desenvolvimento? Como não desejar uma SI que incentive a criatividade e diversidade de cada povo como forma de se chegar a um desenvolvimento sustentável, tal como previsto na Carta das Nações Unidas e na Declaração Universal dos Direitos do Homem e do Cidadão? Como ser contra o uso das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) como ferramentas destinadas a erradicar a pobreza, incentivar o ensino básico, promover a igualdade do gênero, reduzir a mortalidade infantil e combater as doenças que afetam a maioria dos países pobres do planeta? É possível divergir de uma Sociedade da Informação que defenda o direito a liberdade de expressão e opinião e que considera a comunicação como um processo social fundamental, uma necessidade básica e fundamento de toda organização social?

Entretanto, essas inquietações não ocultaram, no Plano de Ação, a existência de interesses dúbios na implementação da Sociedade da Informação. No artigo terceiro do Plano de Ação, por exemplo, se observa que os executores, na prática, da SI seriam os governos, a iniciativa privada e todos os que de alguma maneira estivessem preocupados com a implementação das novas tecnologias na sociedade. Previa que os governos teriam a função de dirigir

a formulação e aplicação de ciberestratégias nacionais exaustivas, orientadas para o futuro e que sejam sustentáveis. O setor privado e a sociedade civil, em diálogo com os governos, têm uma importante função consultiva na formulação dessas ciberestratégias nacionais<sup>26</sup>.

Mas, o papel atribuído ao setor privado gera, sem dúvida, controvérsias. Para este setor se previa o desenvolvimento e a difusão das Tecnologias da Informação e da

---

<sup>26</sup> Idem, ibidem

Comunicação no que diz respeito à infraestrutura e ao conteúdo. Sublinhamos o conteúdo não por acaso. Nos parece que ao reservar essa função ao setor privado se compromete o acesso universal à informação e aos benefícios que, eventualmente, poderiam advir das TIC. Vale lembrar que se trata de uma reunião de Cúpula patrocinada por uma Instituição como a ONU, razão pela qual se observa que a iniciativa privada ganhava, no âmbito mundial, um forte espaço para agir de acordo com seus interesses. Até 2015 o Plano de Ação estipulava prioridades a serem cumpridas pelos estados nacionais, resguardado o direito da cooperação internacional, como

- a) utilizar as TICs para conectar aldeias, e criar pontos de acesso comunitário;
- b) utilizar as TICs para conectar a universidades, escolas superiores, escolas secundárias e escolas primárias;
- c) utilizar as TICs para conectar centros científicos e de investigação;
- d) utilizar as TICs para conectar bibliotecas públicas, centros culturais, museus, escritórios de correios e arquivos;
- e) utilizar as TICs para conectar centros sanitários e hospitais;
- f) conectar os departamentos de governo locais e centrais e criar lugares web e direções de correio eletrônico;
- g) adaptar todos os programas de estudo do ensino primário e secundário ao cumprimento dos objetivos da Sociedade da Informação, tendo em conta as circunstâncias de cada país;
- h) assegurar que todos os habitantes do mundo tenham acesso a serviços de televisão e rádio;
- i) fomentar o desenvolvimento de conteúdos e implantar condições técnicas que facilitem a presença e a utilização de todos os idiomas do mundo em Internet;
- j) assegurar que o acesso as TICs esteja ao alcance a mais da metade dos habitantes do planeta 27.

As afirmações anteriores já revelam uma situação ambígua, principalmente, no que diz respeito à maneira como se deveriam aplicar os princípios assumidos pelos representantes dos países presentes em Genebra. Talvez, por essa razão, as críticas à Cúpula de Genebra sejam procedentes. Neste sentido vale a pena atentar para algumas opiniões dos membros da sociedade civil (organizações comunitárias) e dos representantes dos países mais pobres presentes em Genebra. Tomando com exemplo o Brasil, Marcelo D'Elia Branco, delegado oficial do governo do Brasil, e delegado pela sociedade civil, representando o "Projeto Software Livre Brasil", na Cúpula Mundial da Sociedade da Informação fez um relato

---

27 Idem ibidem.

altamente preocupante com relação aos resultados da Cúpula<sup>28</sup>. Sustenta que a Cúpula Mundial da Sociedade da Informação em Genebra esteve marcada pelas diferenças profundas de interesses entre os representantes dos governos dos países ricos e o bloco de países em desenvolvimento e pobres liderados pelo Brasil, Índia, África do Sul, China, Egito e o Brasil. Os países ricos procuraram defender, explicitamente, na opinião do representante brasileiro, os interesses das mega-empresas monopolistas de seus respectivos países.

As controvérsias, na Cúpula de Genebra, residiriam em temas sumamente relevantes colocando em xeque as belíssimas declarações de intenções apontadas nas páginas anteriores. O Software Livre não foi aceito como instrumento da inclusão digital e da promoção de tecnologia mais livre e democrática. O mesmo pode ser dito dos direitos autorais de trabalhos colocados na rede ou do acesso universal às consultas das patentes considerado fator vital para combater a desigualdade e promover a inclusão das pessoas e países mais marginalizados. A atitude dos países ricos, liderados pelos Estados Unidos, impediu que tais medidas fossem aprovadas preservando, desta maneira, a desigualdade de conhecimento entre as nações. Finalmente, na opinião do delegado brasileiro, o grupo de nações ricas não mostrou nenhum interesse em democratizar a governança da Internet. O controle da Internet permaneceu sob a responsabilidade de empresas privadas americanas enquanto que os países pobres desejavam a transferência desse domínio para a ONU, um fórum mais amplo e democrático. Ainda, dentro deste tópico, deve ser destacado o fato de que nem sequer se tocou no tema da criação de um fundo destinado a fornecer recursos para implementar as TICs nos países mais carentes, proposta levada à Cúpula pelos países africanos e defendida pelos denominados emergentes, mas que os ricos ignoraram na sua totalidade.

Desta maneira, as expectativas criadas pela realização de Cúpula Mundial ruíram obrigando aos representantes da sociedade civil a elaborar uma outra declaração muito mais afinada com as propostas dos países pobres excluídos dos avanços tecnológicos. Entretanto, a declaração da sociedade civil nem impediu nem alterou a declaração final. Assim, permaneceram temas pendentes para a reunião de 2005 o que, de alguma maneira, evidenciava a existência de uma má vontade política em combater a “fratura digital”. Evidenciava-se uma lacuna entre os princípios defendidos e a exclusão na qual se encontrava a maioria da população mundial.

---

<sup>28</sup> Marcelo D'Elia Branco. Os ricos e o "resto do mundo" Cúpula da Sociedade da Informação em Genebra. IN: <http://www.softwarelivre.org/articles/51>. Acesso em 23 de outubro de 2006.

Como acontecera em Genebra, a reunião da Tunísia de 2005 ocorreu depois de ampla e intensa movimentação das Instituições governamentais, das empresas e da sociedade civil<sup>29</sup>. Esses encontros anunciavam um cenário pouco animador tal como acontecera em Genebra. De fato, diante da falta de consenso das três reuniões preparatórias (prepCom) decidiu-se realizar num último esforço numa reunião extraordinária, três dias antes de iniciar a Cúpula. Nesse ambiente, finalmente, entre os dias 16 e 18 de novembro de 2005, aconteceu a Cúpula sobre a Sociedade da Informação e Comunicação em Túnis, a maior Cúpula da ONU reunindo 18 mil participantes provenientes de 178 países, segundo as informações oficiais.

Os documentos oficiais finais expressavam os mesmos ideais da Cúpula anterior: desejo de prosseguir na busca de mecanismos para garantir a universalização das TICs, apelos para os governos e os setores privados, para sociedade civil, para as Nações Unidas e outras organizações internacionais no sentido de colaborar e acrescentar o acesso à infraestrutura, à informação e ao conhecimento. Neste sentido colocava-se como prioridade a criação de oportunidades para incrementar o acesso e o uso das Tecnologias da Informação, assim como se defendia o respeito à diversidade cultural e se reconhecia o papel dos meios de comunicação na Sociedade da Informação. Também se abordaram as questões éticas e as peculiaridades regionais como elementos chaves na hora de se estabelecer a cooperação internacional e regional.

Entretanto, novamente se reservavam alguns itens especiais para as empresas e Instituições Governamentais. Para as primeiras, o Compromisso de Túnis lembrava que a adoção das TICs desempenhariam um papel fundamental no crescimento econômico. Por esse motivo, as políticas de desenvolvimento empresariais e do mercado do trabalho desempenham um papel fundamental na adoção da Sociedade da Informação. Convidava aos governos e aos setores privados a melhorar a capacidade produtiva das pequenas, médias e microempresas, por oferecerem o maior número de postos de trabalho. Para os governos o Compromisso de Túnis alertava sobre a necessidade de criar os marcos regulatórios nos quais se concretizariam as leis e normas próprias das Tecnologias da Informação e da Comunicação. Ainda, lembrava que caberia aos governos incentivar a criação de um maior número de pontos de acesso público as TICs.

---

<sup>29</sup> Os documentos finais da Cúpula de Túnis podem ser encontrados no seguinte endereço: <http://www.itu.int/wsis/docs2/tunis/off/7-es.doc>. A tradução para o português é nossa.

O documento final de Túnis apresenta novos temas e reafirma outras preocupações já expressas nos documentos de Genebra. Dentre as novidades vale a pena salientar a menção feita a denominada brecha digital entre os gêneros e o reconhecimento das dificuldades enfrentadas pelos países pobres para implementar de forma rápida as TICs. Defendia a adoção de medidas, evidentemente amplas o bastante como para não comprometer nenhum país, para combater a brecha digital e instava a governos, empresas e países a trabalhar para solucionar esse problema.

Pela relevância da novidade acreditamos que vale a pena transcrever, na íntegra o artigo 29 do Compromisso de Túnis:

Nossa convicção é que os governos, o setor privado, a sociedade civil, as comunidades científica e acadêmica, bem como os usuários possam utilizar diversas tecnologias e modelos de concessão de licenças, incluídos os sistemas proprietários e os de código aberto e livre, de acordo com seus interesses e com a necessidade de dispor de serviços fiáveis e aplicar programas eficientes para os cidadãos. Considerando a importância do software proprietários nos mercados dos países, reiteramos a necessidade de fomentar e promover o desenvolvimento colaborativo, as plataformas interoperativas e o software de código aberto e livre de maneira que reflita as possibilidades dos diferentes modelos de software principalmente para programas educativos, científicos e de inclusão digital<sup>30</sup>.

Como se observa, abria-se uma possibilidade remota de quebrar, mesmo que seja para fins específicos, o monopólio dos softwares. Tal medida, bastante polêmica, não teria sua implementação garantida. Mais uma vez prevaleceu, apenas, a intenção, mas só isso. Desta maneira, ao final da Cúpula se poderia estabelecer um balanço no qual aconteceram ganhos e perdas relacionadas à implementação da Sociedade da Informação e da Comunicação.

Dentre os ganhos, concordando com Gustavo Gingre, destacaríamos a discussão sobre a governança da Internet<sup>31</sup>. No Compromisso de Túnis se reconhece que o assunto implica em mais fatores do que a gestão de nomes, (domínios) e números (protocolos

---

<sup>30</sup> Idem, ibidem.

<sup>31</sup> As informações seguintes foram extraídas do Boletim Prometheus, Nova Fase - 22 de novembro de 2005. IN: [http://www.indecs.org.br/index.php?option=com\\_content&task=view&id=63&Itemid=27](http://www.indecs.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=63&Itemid=27). Acesso em 15 de outubro de 2006.

IP). Nela devem ser considerados aspectos sociais, econômicos e técnicos. Ainda se aceita que a gestão dos domínios de países (.br, por exemplo) deveria ser da responsabilidade soberana de cada país. Já os domínios genéricos (.com., .net, .org) necessitariam políticas públicas feitas em cooperação entre os governos nacionais. Para Gingre, dentre as perdas que se acumularam na Cúpula de Túnis, merece destaque a ausência do debate sobre as mídias eletrônicas e a tendência à convergência nelas. Apenas a Internet recebeu um tratamento privilegiado. O mesmo poderia ser afirmado com a questão da ética. Nota-se a ausência do tema no documento final da Cúpula. Mas, sem dúvida o tema central ausente no Compromisso de Túnis diz respeito à propriedade intelectual na Internet. Ela nem sequer foi mencionada. Diante desse quadro, Gingre afirma que “foram consumidos muito tempo, dinheiro e esperanças para obter um documento que não muda praticamente nada o atual cenário da sociedade da informação”.

## **5.2 Fases do Jornalismo Online**

Assim como foi debatido na Cúpula de Túnis, a internet passou por várias mudanças com o tempo e, como não poderia deixar de ser, o jornalismo também se adaptou às novidades trazidas pela internet e tenta acompanhar suas mudanças conforme o passar dos anos. Atualmente, os sites exploram as ferramentas disponíveis na rede e transformam notícias e conteúdo jornalístico em conteúdo online, sem se limitar a ser somente uma versão para a web do jornalismo impresso. Essa adaptação, que aconteceu de forma gradual, foi separada por alguns autores por fases. Vamos apresentar essas fases de acordo com as separações feitas por Moherdau (guia de estilo), Mielniczuk, Canavilhas, entre outros.

Na primeira fase, as páginas da internet eram usadas somente para a transposição do conteúdo impresso para o digital. Esse momento corresponde à reprodução simples da página que se encontrava no jornal impresso, sem qualquer alteração ou inclusão de conteúdo. Eram copiadas do meio impresso e coladas na web somente as matérias principais de cada editoria do jornal, e os sites eram atualizados a cada 24h. Não havia nenhuma preocupação em transformar a linguagem do texto inserido na net e a produção desse conteúdo dependia única e exclusivamente do que era produzido para o impresso.

A segunda fase aconteceu no final dos anos 1990 e mantinha o caráter transpositivo, mas os jornalistas começam a explorar as ferramentas oferecidas pela rede, como Hyperlinks, ferramentas de buscas, além de customizar as matérias com vídeos, sons e imagens. Nesta

fase, os jornalistas mantêm o modelo vindo do impresso, porém começam a ousar mais nas novidades encontradas na internet – as matérias são apresentadas em um layout próprio, com links no meio do texto e chamadas para edições anteriores. Torna-se mais frequente também o contato entre o leitor e o autor através de e-mails, ou entre os leitores através de fóruns; o espaço para comentários se torna obrigatório.

A terceira fase acontece quando a internet começa a ser reconhecida como um novo meio de comunicação. É a partir daí que começa a ser desenvolvido conteúdo próprio para a Web e suas características. Jornalistas começam a usar recursos multimídias, divulgam seu produto em várias plataformas diferentes, além de criar novos tipos de narrativas que permitem que o usuário navegue por recursos multimídias pela informação, da forma que preferir. Seria nesta fase que o valor da notícia minuto a minuto começa a crescer. É também quando o usuário começa a participar da criação da informação. Recursos como chats, enquetes, fóruns de discussão, animações e infográficos, e outras formas de interatividade são mais explorados. Sites jornalísticos começam a participar da cota comercial, na hora da venda de anúncios do jornal, o que traz cada vez mais investimentos para a área digital. Além disso, empresas de renome na área de comunicação começam a se unir a novos grupos de informática, para investimento no setor.

Mielniczuk, define as principais características dessa fase:

**Interatividade:** Através do espaço para comentários, fóruns de discussão, chats, etc, o leitor pode se sentir parte da notícia ou da construção dela. Para alguns autores, como Machado (1997) hiperlink também pode ser considerado uma forma de interatividade.

**Customização de conteúdo:** o leitor tem o poder de selecionar o que quer ver na internet, definindo o noticiário que deseja acompanhar através de seus interesses. Ex: sites, como o da CNN e aqui no Brasil o G1, permitem a escolha do conteúdo que será exibido na página inicial, através de editorias.

**Hipertextualidade:** É a possibilidade de conectar outras matérias relacionadas com a qual o leitor está vendo, possibilitando a entrega de novas informações, prós e contras, fotos, vídeos, etc.

**Memória:** É a possibilidade infinita que a internet proporciona de arquivar e disponibilizar qualquer material de forma rápida e fácil, sendo muito mais eficaz do que qualquer outra mídia.

Essas características são também da fase atual, que seria a quarta fase. Todos esses recursos são cada vez mais explorados e atualizados. O jornalismo digital se transformou em um banco de dados navegável e simples de usar pelo usuário, onde textos e informações de

qualquer lugar do mundo, inseridos a qualquer ano, podem ser acessados de forma rápida e, na maioria das vezes, fácil. Isso permite também que sejam escritas várias formas de narrativas, partindo do usuário a decisão de onde ele quer que comece e termine sua leitura.

### **5.3 O Texto Online**

Esse avanço nas narrativas na internet criou algumas mudanças nos meios de comunicação e na forma de se fazer jornalismo, como cita Moherdau, e que iremos abordar nos próximos tópicos. São eles: mudanças sobre como os jornalistas fazem seu trabalho, sobre o conteúdo noticioso e a estrutura das redações, e sobre a ética na web.

A estrutura dos textos online foi mudando conforme os anos, evoluindo junto com o jornalismo na internet, como já foi citado. Atualmente, o desafio é entender qual é a narrativa preferida do leitor para pender sua atenção e mantê-lo no site por mais tempo.

A internet ainda está em gestação, a caminho de uma linguagem própria. Não podemos encará-la apenas como uma mídia que surgiu para viabilizar a convergência entre rádio, jornal e televisão. A internet é outra coisa, uma outra verdade e conseqüentemente uma outra mídia, muito ligada à tecnologia e com particularidades únicas. (FERRARI, 2010, p.45)

Os elementos que compõem o conteúdo online vão muito além dos tradicionais: além das fotos e gráficos, pode-se adicionar também sequencias de vídeos, áudio e ilustrações animadas. Nem o texto mais é definitivo – um comentário pode acrescentar novas informações sobre determinada matéria e, assim, tornar-se uma nova parte da cobertura jornalística. Esse novo cenário obriga o jornalista a ter um novo tipo de planejamento durante a sua redação, para conseguir explorar todas essas novas mídias sem perder o foco da notícia e do leitor.

O bom texto online é mais conciso e multimídia que o texto impresso, mas mais detalhado que o de TV. As sentenças devem ser diretas, simples e declarativas, presas somente em uma ideia; J.B Pinho (2003), por exemplo, defende que os parágrafos devem ter no máximo 5 ou seis linhas, para que o usuário não se assuste com o tamanho da barra de rolagem. Isso não necessariamente significa que o texto seja superficial, já que o jornalista pode se aproveitar de hipertextos para trazer mais informações sobre o assunto. Ward (2007) também defende que o jornalista deve sempre ir direto ao ponto, enfatizar o que é novo e diferente em cada bloco, e abusar dos hipertextos.

Isso acontece muito em grandes coberturas, onde, em vez de suprimir o texto ao ser atualizado com novas informações, como acontece no impresso por conta do espaço limitado, na web o espaço é infinito e é aí que os hipertextos são usados. O jornalista consegue atualizar e ao mesmo tempo explorar a notícia,

mostrando mais lados da história, além de ter maior espaço para colocar o tema em contexto e trazer mais dados ao clicar em expressões como “saiba mais”, “notícias relacionadas”, “arquivo”, etc. (PRADO, 2011, p.48)

O lead, que é uma característica do impresso, tem papel fundamental no jornalismo online. É essencial responder ao leitor de forma rápida quem fez o quê, por quê, quando e onde. Luciana Moherdau defende que o uso da fórmula do lead se faz necessário, exatamente por essa característica da notícia na web, que é a atualização constante e a sua continuidade. A lógica da web permite que a construção da notícia seja feita inicialmente apenas com uma linha de informação para depois ser complementado ao longo do dia até se formar um texto consolidado. O lead pretende dar apenas mais razões para que o internauta continue lendo, e o resto da matéria pode ter qualquer forma. Essa é principal diferença entre os artigos impressos, onde o autor não tem a possibilidade de incluir formas diferentes de informar, e a chance de o leitor se desinteressar pelo assunto é maior.

Em relação à estrutura do texto, é muito discutida a necessidade de se usar o esquema pirâmide invertida, ou usar o espaço livre da internet para ousar na construção da notícia e utilizar uma estrutura não-linear.

A utilização da pirâmide invertida é defendida ao ser posto como prioridade a rapidez da informação, a característica de continuidade e atualização constante de uma notícia. Esse seria o modelo ideal para produção de notícias de casos que necessitam dessa atualização constante, como acidentes, catástrofes, eleições, etc. Neste caso, o comum é ser postado o lead, com a introdução do caso, e as novas informações são acrescentadas logo abaixo. Porém isso não é uma regra. Como já foi dito, uma notícia também pode ser atualizada constantemente usando uma estrutura não-linear, onde o hipertexto é usado para chamar o leitor para outros desdobramentos da notícia. Por exemplo, quando o último acontecimento de uma notícia é postado, e dentro dele há links para o leitor que não sabe detalhes da história.

Nos principais sites brasileiros se dá inverso, conhecido como empilhamento, que é quando os veículos ‘quebram’ as matérias e colocam o último desdobramento daquele caso logo no início, deixando para o fim da página o resto da história e outras informações. Isso só

faz sentido caso o leitor esteja acompanhando o caso, o que não deve ser considerado como regra. Para Pollyana, isso mostra somente uma guerra de egos entre os jornalistas, que tentam aparecer o mais atual possível em relação aos seus concorrentes, e não é algo indicado a se fazer.

Achar que o mais importante é oferecer as últimas notícias o mais rápido possível é um grande equívoco do meio. Os leitores raramente percebem quem foi o primeiro a dar a notícia – e, na verdade, nem se importam com isso. Uma notícia superficial, incompleta ou descontextualizada causa péssima impressão. É sempre melhor coloca-la no ar com qualidade, ainda que dez minutos depois que os concorrentes. (FERRARI, 2010, p49)

A tradicional estrutura de pirâmide, que define a notícia com introdução, desenvolvimento e base em seções interligadas apresentou problemas no meio online desde o início. Isso acontece porque textos são mais cansativos e demorados de se ler em uma tela de computador do que em uma página impressa. Além disso, grandes textos representam arquivos maiores e possivelmente uma demora para o carregamento da página. Portanto, essa separação em diversas seções de uma única reportagem poderá amenizar esses problemas e manter o leitor no site; mas sempre de forma muito cuidadosa, para não criar um texto confuso.

Essa divisão em blocos e a desconstrução da pirâmide maximiza o potencial de leitura. Uma grande reportagem, por exemplo, pode ser dividida em ângulos diferentes, atraindo o leitor para as partes diferentes da reportagem de acordo com sua vontade, mas sempre criando uma conexão entre si. O jornalista, como em qualquer grande reportagem independentemente do veículo midiático, deve saber costurar seus parágrafos para prender a atenção do leitor. O texto para a internet segue essa fórmula, porém em vez de parágrafos, o assunto é dividido em blocos - e cabe ao leitor decidir ler tudo de uma vez ou de forma separada.

Existe ainda a opção de dividir esses blocos usando links: dessa forma, além de aumentar o número de acesso no portal, as novas seções permitem inserir mais conteúdo multimídia e maior interatividade. A construção de blocos individuais dentro de uma reportagem deve ser feita usando uma linguagem clara e direta. Esse modelo também é recomendado para notícias que poderão ser acessadas de um celular, por exemplo. A interface e a tela pequena desencorajam o usuário a clicar em links e multimídias, por isso ideal é manter a notícia de forma direta, simples e linear.

Apesar da indicação da maioria dos autores ser de abandonar a linearidade, alguns leitores buscam notícias momentâneas, porém com seu formato sendo similar a estrutura linear. Ou seja, o objetivo desses leitores é a rapidez da informação, e não adquirir essa informação em formatos, blocos e mídias diferentes. J.B. Pinho alerta que para uma notícia com estrutura narrativa não-linear ser colocada no ar em um portal de notícias, uma equipe de profissionais deve fazer um planejamento para facilitar a navegação e evitar confundir o leitor por conta da quantidade de links. O hipertexto deve estimular a curiosidade do leitor para que ele navegue sobre as notícias e encontre todas as informações que desejar, sem ficar com a sensação de que deixou de ler alguma coisa importante. Para Ward, portanto, o jornalista deve ser flexível e não dogmático, pois há espaço suficiente no meio online para a desconstrução como para o resumo.

Algumas regras para o texto na web também podem ajudar a cativar o leitor. O primeiro passo é atrair sua atenção para a notícia: as manchetes devem ser simples e informativas; trazendo resumidamente o assunto da matéria. A objetividade também deve estar presente no título, sendo o mais claro possível – J.B. Pinho defende também que o título deve contar verbo, de preferência na voz ativa e no tempo presente, a não ser em casos muito distantes do passado ou futuro. Ward defende o uso de perguntas nos títulos ou aspas (os leitores preferem ler algo que alguém realmente disse, e buscam respostas para a questão inicial no texto); e abusar de declarações incomuns, quando elas existirem. É muito comum também encontrar manchetes que tentam atrair o leitor induzindo a uma interpretação que se mostra diferente durante o texto. Essa é uma das táticas usadas para chamar a atenção do internauta, usada normalmente em notícias de entretenimento, mas não recomendada pelos autores.

Questões externas, como a leitura de notícias em ambientes movimentados ou de trabalho, além de condições adversas como a tela do monitor do computador, tiram a atenção do internauta ao ler um texto na web. Além da divisão do texto em blocos, como citamos anteriormente, intertítulos antes dessas divisões ajudam a situar a leitura e intercalar as informações entre si, prendendo a atenção do leitor.

O conteúdo presente no site deve explorar muito o uso das palavras-chave; o jornalista deve atentar-se que os internautas não prestam atenção a todos os detalhes da Home Page, nem ficam muito tempo lendo as informações ali presentes. Teoricamente, um site bem construído leva o leitor a clicar menos, pois encontra as informações que deseja mais rapidamente – porém, isso é ignorado pelos portais, já que o número de Page Views é usado para medir a audiência dos sites e conseqüentemente conseguir vender espaços publicitários.

Já a produção de conteúdos jornalísticos e de reportagens é quase inexistente na web. Atualmente, a reportagem ficou restrita apenas para coberturas especiais, onde voltam a acontecer reuniões de pauta, deslocamentos, e produção de conteúdo mais extenso que nos textos de últimas notícias. Normalmente, o jornalista que está apurando um factuel na rua liga para alguém da redação contando as últimas novidades do acontecimento – e outro jornalista se torna responsável em colocar essas informações o mais rápido possível na rede; na maioria das vezes, em casos de menores proporções, a apuração é feita da redação mesmo e colocada em tempo real na web. Além do mais, ferramentas de buscas e enciclopédias online levaram muito mais agilidade e facilidade para a produção – mas trouxe também uma chance maior de erro e uma possibilidade restrita de resultados (a produção na rua, por exemplo, traz a possibilidade de o repórter acabar voltando com novas pautas, o que fica mais difícil em uma busca por palavras-chave na internet). Com a quantidade de informações encontradas na internet em sites de notícias, mídias sociais, e conteúdo gerado pelo usuário, é preciso que jornalistas saibam filtrar esse grande volume e publicar somente o que é relevante para aquele momento. No caso de jornais impressos, é comum que as redações online e “offline” se unam para atualizar o conteúdo do portal de notícias do veículo.

Normalmente, as redações recebem material já produzido por outra agência de notícias conveniada e apenas mudam o título, a abertura, transformam alguns parágrafos em outra matéria e adicionam links com fotos e vídeos relacionados, etc., ou seja, apenas “requeentam” conteúdo.

#### **5.4 O jornalista Online**

O jornalista é profundamente afetado com todas essas transformações dos novos meios e métodos que a cultura digital traz: a internet não está criando somente novas formas de jornalismo, mas também novas formas de ser jornalista. A formação desses novos profissionais deve ser diferenciada, principalmente, na forma de encarar os multimeios: eles são necessários e se fazem presentes na vida de qualquer profissional do ramo de comunicação atualmente. Escrever corretamente e saber mexer em várias mídias diferentes ao mesmo tempo também são fundamentais para ser um *ciberjornalista*. O que não se pode esquecer, porém, é que não basta ser multitarefa, é preciso ter background cultural para saber contextualizar a informação e empacotá-la de um jeito diferente para cada editoria.

Com as redações online, a produção de reportagens parou de existir e o que se encontra atualmente é uma produção de notícias. As redações recebem material já produzido por outra agência de notícias conveniada e apenas mudam o título, a abertura, transformam alguns parágrafos em outra matéria e adicionam links com fotos e vídeos relacionados, etc. “Jornalismo digital não pode ser definido apenas como trabalho de produzir ou colocar reportagens na Internet.” (FERRARI, 2010, p 45), é preciso também produzir vídeos, áudios, reunir o maior número de assuntos relacionados ao assunto.

Para escrever no meio digital, além da necessidade de saber trabalhar com vários tipos de mídia, “é preciso desenvolver uma visão multidisciplinar, com noções comerciais e de marketing.” (FERRARI, 2010, p 40). A capacidade de adaptação do jornalista é muito importante, já que ele tem a necessidade de saber escrever para vários tipos de mídias digitais, desde internet via cabo, a internet móvel, televisão interativa, e outros que irão surgir.

Esse “novo” profissional deve, como cita Inês Aroso, adiantar-se às necessidades da audiência, sempre atento aos lançamentos tecnológicos, aos fóruns de discussão, chats, e emails, mas

Deverá contar com suficientes critérios para apurar a veracidade das informações que obtenha na rede; a interatividade do jornalista será outra fonte de informação; (o jornalista) deverá ter uma grande habilidade, inteligência e capacidade de seleção para procurar e encontrar a informação que necessita; terá que fortalecer os princípios éticos e deontológicos; conforme os fatos vão ocorrendo; resumirá à audiência o mais importante do momento; deverá ter uma maior preparação, tanto em Ciências da Informação como em cultura geral (SAMORA, 2001 *apud* AROSO)

A internet possibilitou reformular alguns fundamentos do jornalista, como por exemplo, ele ser o único detentor do acesso livre a informação e às fontes. Hoje, com as mídias sociais e os emails, as fontes estão diretamente conectadas com o público geral, podendo se adiantar em relação ao veículo de comunicação; pessoas comuns podem também presenciar algum fato histórico ou noticioso e divulgá-lo através da rede, sem precisar entrar em contato com qualquer meio comunicacional para ter versão dos fatos conhecida.

A diferença, porém, é que com essa maior liberdade de divulgação e saturação de informação minuto a minuto na internet, a função jornalística se mostra cada vez mais necessária. A etapa primária de uma notícia, que é o caminho para se ter acesso a fontes e a informação está cada vez curto e rápido, mas cabe ao jornalista filtrar essas informações e saber deliberar o que é relevante para ser aprofundado, qual merece passar pelas outras etapas da construção da notícia até chegar no leitor.

Certas aptidões próprias desenvolvidas pelo jornalista tornar-se-ão cruciais. As capacidades de seleção, síntese, hierarquização, enquadramento e mesmo de personalização da notícia poderão ser insubstituíveis no ciberespaço, onde fenômenos como o da sobre-informação se veem exponencialmente agravados' (PINTO; SOUSA, 1998 *apud* AROSO)

Apesar do acesso a informações ser muito mais rápido e fácil, o internauta ainda busca as novidades e o posicionamento dos meios de comunicação em que eles confiam para confirmar a veracidade de uma história, e aí o papel do jornalista se torna fundamental mais uma vez: é preciso saber colher informações de diversas fontes na web, inclusive de leitores, e transformar em um material com credibilidade.

Um jornalista, ao contrário, seja ele da Internet ou da mídia tradicional, não se contenta em difundir uma notícia. Ele a decompõe coloca-a em perspectiva, compara-a a outros fatos da atualidade. O essencial do trabalho do jornalista permanece o mesmo: coletar a informação e divulgá-la da maneira mais justa, mais honesta e mais responsável possível dando ao leitor os fatos contextualizados e ponderados. É por isso que o jornalismo profissional estará sempre presente na rede e que a concorrência dos “produtores de conteúdos” amadores permanecerá extremamente marginal.

Para PINHO (2003, p.58), a principal diferença entre o jornalismo digital e o praticado nos meios tradicionais é a relação com o leitor e a forma como as informações são tratadas, e só é preciso saber utilizar das ferramentas que proporcionam maior profundidade das informações.

Ou seja, mesmo com todas as mudanças nas tecnologias e na liberdade de escrita, a essência do processo jornalístico básico continua a mesma: identificar e encontrar o que é notícia, determinar seu valor, coletar todo o material necessário para a reportagem, selecionar o que é o melhor material e saber apresentá-lo da melhor forma possível. A Internet possibilita um mundo inteiro de informações e possibilidades, cabe ao profissional saber aproveitá-las e isso pode ajudar a termos um jornalismo cada vez com mais qualidade.

## **5.5 Portais de notícias**

O conceito de portal nasceu em 1998, designando sites de buscas que além dessa ferramenta, traziam também notícias e serviços, como email, bate-papo, etc. Atualmente, os portais oferecem uma infinidade de serviços cada vez mais personalizados para cada tipo de

leitor. Para Pollyana Ferrari, o volume jornalístico, por exemplo, é muito grande, porém seu conteúdo é reduzido:

A partir de 2001, o conteúdo jornalístico nos portais foi gradualmente reduzido até o ponto de ser fornecido por um grupo restrito de fontes – as mesmas agências de notícias, a mesma empresa de previsão do tempo, a mesma coletiva para o lançamento de um produto, o mesmo programa de TV que se ramifica em subprodutos, dando origem a sites de fofoca, decoração, culinária etc.(FERRARI, 2010, P.18-19)

O grande problema, citado pela autora, é que o número de informação encontrada nesses portais é absorvido pelo leitor digital sem muito comprometimento com a realidade. Os internautas de “pilhagem” - como foi definido pelo francês Pierre Lévy -, aqueles que navegam interessados por um assunto, mas que estão prontos a desviar a qualquer momento para outro link que considera mais interessante, é o leitor digital típico dos portais de notícias da internet. Apesar disso, é possível ver fidelidade em alguns casos, por exemplo, quando um leitor de um jornal impresso é habituado a entrar em seu portal na internet. Os portais são os principais contribuintes em formar leitores acostumados a ter várias abas abertas com o mesmo assunto, porém sem se aprofundar em nada.

Segundo Pollyana Ferrari, os portais precisam reunir certas características para poderem ser chamados como tal. Os portais tentam atrair e manter a atenção do internauta com várias chamadas na página principal, usando hiperlinks para que o assunto seja detalhado em uma nova janela. A estruturação de um portal assume o comportamento de mídia de massa, já que é possível reunir milhares de pessoas ao mesmo tempo.

As principais sessões nos portais são: Ferramenta de busca, Comunidades, E-Commerce, Email gratuito, Entretenimento e Esportes, Notícias, previsão do tempo, Chats, Jogos, Discos Virtuais, Páginas Amarelas, Home Pages pessoais, Mapas, cotações financeiras, Canais, Mapa do site e Personalização.(FERRARI, 2010, p.30)

Para Suzana Barbosa, há de se considerar que, por mais que o conteúdo presente nos portais seja pré-selecionados em sua grande maioria com fontes já definidas, pela primeira vez o público tem em um só local uma diversidade de canal de notícias e outros serviços vindos de diferentes fontes. Há a possibilidade de confrontar a informação e vê-la tratada de ângulos diferentes, comentadas e contextualizadas. Suzana aponta três fatores que diferenciam sites de jornais online e portais de notícias online:

agregação de serviços paralelos ao caráter informativo, de natureza não necessariamente jornalística; a interrelação estabelecida com sites de conteúdo diverso, no sentido de fornecimento de informações jornalísticas, inclusive por agências; e a convergência, em alguns casos, do serviço de provedor de acesso com o de disponibilização de conteúdo (BARBOSA, 2002, p.6)

Há também os portais verticais, citado por Pollyana Ferrari. Os portais verticais são aqueles especializados em um só tema (livrarias virtuais, por exemplo). São focados em um assunto específico ou em um conjunto de assuntos para uma comunidade de interesses em comum.

Dentro desta vertente, consideramos os portais locais, citados por Barbosa. São portais que trazem informações mescladas entre jornalismo impresso diário e jornalismo semanal focado em determinada região; trazem também informações sobre shows, teatro, programação de cinema, eventos, etc, tudo daquela região específica

Os sites com conteúdos locais além de uma tendência crescente na Internet são também uma possibilidade para despertar o interesse da comunidade para o uso da Rede. Para o jornalismo online, como afirmamos, se configura numa nova categoria. Eles são serviços de informação direcionados que complementam sites noticiosos produzidos por jornais e mesmo os mega portais, além de se constituírem em mais um campo para atuação dos jornalistas. (BARBOSA, 2002, p.10)

## 6. ÉTICA NO JORNALISMO E NO WEBJORNALISMO

A ética do webjornalismo é apenas uma vertente da ética do jornalismo, não podemos diferenciar uma da outra. Podemos definir quatro pontos como os principais problemas éticos no jornalismo: a influência do anunciante, a questão da objetividade, o conflito de interesses e a privacidade. Apesar da separação em tópicos, os assuntos estão entrelaçados.

O modelo comercial teria que funcionar da seguinte maneira, citando o exemplo do meio impresso: o jornal busca atingir o máximo de audiência possível, mas sem perder a qualidade, para tentar atrair ao mesmo tempo a massa e os intelectuais, líderes de opinião. O produto é vendido, então, a baixo custo, sustentado pelo anunciante. Este, por sua vez, busca o número de pessoas que o veículo alcança, seu potencial de compra e sua credibilidade – não necessariamente é atraído pelo conteúdo do editorial, até por que, teoricamente, não exerce qualquer controle ou influência à ele.

Mas é comum encontrarmos casos de pressão do anunciante sobre o conteúdo divulgado em um meio de comunicação, ou a presença deles nas famosas colunas sociais, de “negócios”. Para Philip Meyer, o jornal deve usar conteúdo enviado diretamente do anunciante, mudar a tipografia e deixar claro para o leitor que aquilo é um anúncio publicitário, para que ele possa reconhecer assim que virar a página. A política da maioria dos meios é de banir o uso de qualquer referencia comercial, a não ser quando seu uso é absolutamente essencial à história. A linha de raciocínio é de que uma referencia negativa pode aborrecer alguém importante, enquanto uma favorável é publicidade gratuita.

Um jornal bem financeiramente não deve ceder às pressões dos anunciantes, já que a maioria das publicidades precisa muito do jornal para cometer algum excesso. Para o autor, os grandes casos antiéticos aconteceram em pequenos jornais, já prejudicados economicamente.

Para aumentar essa credibilidade e deixar um jornal o menos tendencioso possível, a questão da objetividade é fundamental. A tentativa é transformar o jornalista em alguém de fora, alheio a qualquer expectativa ou influência prévia, para que a informação seja passada de forma imparcial. Essa necessidade de objetividade “está relacionada à capacidade do jornal de ver os assuntos de forma fresca” (MEYER, 1989, p.86)

Mas essa objetividade não é tão simples de ser adquirida – cada pessoa é moldada por seus interesses, crenças, ideologias políticas, étnicas e sexuais, seja ela jornalista ou não. Reside aí o problema: como conseguir examinar os dados, suspender os pré-julgamentos e

construir modelos alternativos de interpretação para fatos que vão a favor ou contra às crenças de cada um?

Bucci (2004, p.95) responde este questionamento afirmando que a objetividade não significa um relato frio dos fatos, sem qualquer interação entre o jornalista e o que ali ele presencia, mas o impacto que as emoções desse fato inferem nos seres humanos. “A objetividade do jornalismo – que é intersubjetividade – não pede isenção total – pede equilíbrio.” É ingênuo acreditar que o jornalista pode ser totalmente neutro, uma pessoa imune às crenças, convicções e paixões.

Os jornais costumam usar algumas regras, como cita Meyer: a de atribuição de fonte, de ouvir os dois lados de uma história, de abrir espaços iguais para grupos conflitantes, e de acesso igual - a mais difícil de ser cumprida, onde todos os interesses da comunidade devem ter oportunidade igual de ser divulgado.

E é exatamente esse conflito de interesse o outro ponto tocado por Meyer. Um interesse especial do jornalista por determinado assunto pode colocá-lo em pauta em um meio de comunicação – e acabar favorecendo-o ou não. Há também conflitos de interesse financeiros, quando o jornalista acaba recebendo descontos ou presentes de anunciantes e, ou usa esse benefício para benefício próprio, e não somente na condição de jornalista; ou quando o “agrado” feito pelo anunciante é intencional para uma boa crítica ou reportagem no meio de comunicação. Para Meyer (1989, p.121), “se o conflito de interesses não pode ser erradicado, ao menos pode ser administrado.” O autor aconselha que o jornalista apresente de forma aberta sua relação pessoal com aquilo que escreve; dessa forma o leitor pode ponderar da melhor forma que acharem necessário àquilo que estão lendo. O leitor tem o direito de saber até que ponto o jornalista está envolvido com aquilo que escreve dessa forma ele pode dar desconto a suas opiniões enquanto lê o texto. O pecado ético residiria em não esclarecer suas posturas íntimas, tentando se passar por neutro.

Bucci cita o exemplo das editorias de política e de turismo. A primeira jamais aceitaria uma viagem ou um jantar pago por um entrevistado, pois isso com certeza acarretaria em um problema na credibilidade de sua matéria; enquanto na editoria de turismo, é comum que as viagens, hotéis, passeios e jantares sejam oferecidos pelas agências de turismo. Para o público, no entanto, essa contradição não faz nenhum sentido – afinal, é muito mais fácil lembrar uma viagem que não ficou em nada parecida com aquela descrita no jornal, do que de uma declaração feita por um político e que influi na sua vida indiretamente. Ao contrário de Meyer, Bucci considera antiético qualquer tipo de favorecimento por parte do jornalista:

(O jornalista) precisa ser independente de quaisquer interesses estranhos àqueles legítimos de quem tem o direito à informação. Ele não pode receber dinheiro, em hipótese nenhuma, de partes interessadas em aparecer na imprensa. Não pode receber favores, facilidades, agrados. Isso é tão elementar para a profissão do jornalista como a visão é para o crítico de cinema. (BUCCI, 2004, p.89)

A negação de qualquer tipo de suborno seja ele disfarçado em presentes e vantagens, ou em espécie, deve ser algo inato e universal da profissão – já que a pessoa jornalista tem o livre arbítrio para escolher o que achar melhor para si. Para definir uma limitação, deve-se definir também uma estrutura ética para a profissão, ou o critério ético se torna muito amplo.

Meyer cita ainda a questão da Privacidade, um dos questionamentos éticos que mais se destaca quando se fala em jornalismo online. Podemos considerar métodos de reportagem questionáveis e intrusivos para a obtenção de informação, e a revelação desnecessária de fatos considerados privados que possam constranger ou retomar lembranças dolorosas para o indivíduo relacionado.

Atualmente, já não são consideradas válidas as armadilhas, onde uma pessoa é levada a cometer um ato de infração, seja ele moral ou legal. Mas é usada a tática de tentar armar uma dessas situações para confirmar ou não a suspeita do jornalista – assim como quando é usada a câmera escondida. O ideal seria evitar ao máximo usar esse tipo de tática, deixando somente para casos onde o jornalista não vai conseguir obter uma informação se apresentando como tal.

Em relação às informações que devem ser divulgadas, Meyer deixa claro que o editor de um jornal deve analisar calmamente se a informação pessoal que será divulgada sobre uma pessoa é importante para aquela história, ou se seu exemplo abrange uma causa social maior. Por exemplo, se publicar que um acidente foi causado por um motorista embriagado ajuda a alarmar a população sobre os riscos da combinação álcool + direção, ou apenas acrescenta mais um peso no fardo que a família do motorista já está carregando somente pelo acidente em si.

A tarefa para os jornalistas é encontrar incentivos para a reflexão calma e o julgamento não precipitado que são tão poderosos quanto às pressões competitivas que os impelem na direção da publicação impensada. (MEYER, 1989, p.144)

Essa pressão para ser o primeiro a noticiar algum fato, conseguir um furo, aumentar a audiência e conseqüentemente a renda do jornal vem, antes de tudo – antes do editor, da redação – da empresa de comunicação. Não podemos esquecer que atrás de um profissional

ético deve haver uma empresa ética, ou nada disso fará sentido. Eugênio Bucci (2004, p.32) defende que os meios de comunicação buscam jornalistas íntegros, que possam produzir com qualidade técnica e moral – para que seus produtos adquiram credibilidade, como já citamos anteriormente. O problema é que normalmente as empresas não pregam de volta toda essa exigência ética. Para Bucci, a ausência de parâmetros éticos nas empresas de comunicação é uma situação social, e não somente a um segmento profissional.

Os piores problemas da imprensa brasileira são problemas construídos no interior das empresas de comunicação por forças e interesses que ultrapassam o domínio de uma redação, e nada têm a ver com os interesses legítimos de seus telespectadores, leitores, ouvintes. (BUCCI, 2004, p.32)

O mesmo acontece, segundo o autor, em relação à opinião partidária. O que prevalece nos editoriais quando o assunto é política, normalmente, é o posicionamento dos donos dos meios de comunicação – sem contar que, muitas vezes, isso se reflete claramente nas matérias produzidas. Há um desequilíbrio no debate de ideias e direito à informação, já que o que prevalece são as opiniões e interesses dos donos de rádio, televisões, jornais, revistas e sites, e não um exposto de opiniões e fatos trazidos por jornalistas.

O jornalismo partidário acontece quando a opinião partidária de um meio de comunicação ou de um jornalista prevalece sobre a verdade dos fatos e o bom senso – e isso é condenável eticamente quando um jornal se considera apartidário. Como já dissemos anteriormente, um jornalismo totalmente neutro é impossível, mas quando o assunto é política, um mínimo de distanciamento crítico é recomendado. “É bom não esquecer que a função de fiscalizar o poder (uma função política, por excelência) está entre as razões que justificam a existência da imprensa.” (BUCCI, 2004, p.112).

A única interferência política legítima que um jornal pode cometer, onde pode expressar sua opinião, pedir a demissão de um político e até mesmo recomendar um voto, é no editorial. Este é o local ideal para opinar deixando claro que o está fazendo.

Por fim, não se deve esquecer que o direito fundamental que rege o jornalismo é o direito de todo cidadão à informação. O mercado em torno do jornalismo é consequência, e não causa da profissão – quando essa ordem é confundida e o direito à informação corre riscos, a base do jornalismo ético é corrompida.

## 6.1 Ética no Webjornalismo

O direito à informação dá a todos os cidadãos o direito de buscar uma informação confiável, seja ela recebida pelo meio impresso, televisivo, radiofônico ou mesmo através da internet – o meio de comunicação que podemos considerar “mais novo”. É por isso que mesmo com toda a novidade trazida pela internet, disponibilizar uma notícia confiável e de credibilidade para o leitor continua imprescindível. O volume de dados é muito grande e isso faz com que o internauta busque se identificar com a postura editorial de um meio de comunicação e espera dele essa credibilidade, para que seja mais fácil o acesso a toda essa informação de forma que não seja necessária uma busca mais aprofundada para saber se aquela notícia lida em determinado site é verdadeira.

Mais que um meio de comunicação a Internet é um encurtador de distâncias à serviço da cidadania. As fronteiras estão cada vez menores, mas toda essa novidade não elimina a necessidade de distinguir claramente o que é jornalismo e o que não é. A relação jornalismo-publicidade consegue ficar muito mais confusa nessa plataforma, já que a compra virtual é uma realidade cada vez mais presente na vida dos internautas, e com apenas um clique você pode sair de uma matéria sobre livros e entrar em uma livraria online. O anunciante já não compra mais um espaço no meio de comunicação, mas comissiona a produção de uma matéria sobre seu assunto de interesse.

Apesar dessa facilidade para anunciar, pela rede é mais fácil também perceber se uma matéria está ali para informar sobre fatos ou levar o leitor a consumir determinado produto. Além de, com o tempo, o internauta adquirir confiança em sites de sua preferência, caso apareça alguma dúvida sobre a credibilidade de uma matéria, há a possibilidade de fazer uma busca na web e conhecer a opinião de outros sites ou até mesmo outros internautas sobre um assunto específico.

Podemos ressaltar também que com uma necessidade cada vez maior de alimentar sites de notícias de forma rápida e ágil, a chance de ocorrer erros e deslizes, principalmente por conta da pressa, é cada vez maior. E é exatamente por isso que portais e jornalistas que cometem menos erros são os mais reconhecidos. A internet possibilitou um acesso mais facilitado a informações, mas essa busca deve ser usada com cuidado para não ultrapassar limites éticos.

Essa infinidade de informações disponíveis, o uso de uma mesma fonte de notícias para vários portais e a reprodução de texto e imagens de forma rápida e instantânea acaba trazendo à tona o questionamento sobre a questão da autoria dos conteúdos encontrados na

rede. Cada internauta é potencialmente um autor e essa interação e cooperação provoca um conflito entre autor e leitor.

A noção de direitos autorais na internet acaba perdendo um pouco de sentido quando pensamos na premissa “de todos para todos”, a ideia de cultura livre defendida desde o início da Internet (já que foi assim que ela se desenvolveu). Magaly Prado, inclusive, defende a ideia de que a regulamentação não deve ser inexistente na internet, mas se adequar às mudanças tecnológicas a partir de novos parâmetros. Atualmente, é utilizado um modelo de regulamentação anterior à existência da rede.

Magaly comenta sobre a “necessidade” dos portais de notícias, principalmente no boom da web, em colocar em primeira mão um fato. Muitas vezes, como cita, o jornalista incluía apenas o título da matéria, para depois incluir um texto e explicar para o leitor o que estava acontecendo. Esse desespero para publicar uma matéria só podia o sinônimo de irresponsabilidade para o jornalismo on-line; é comum encontrar erros em matérias atualizadas minuto a minuto com erros básicos de apuração. Essa atualização constante faz parte da essência do jornalismo online, porém a credibilidade deve vir em primeiro lugar – depois que a apuração for terminada, é necessário gerar um novo texto, com todas as informações e detalhes do acontecimento, para situar o leitor.

Assim como foi preciso estabelecer delimitações para rádio e TV, a nova utilização de recursos técnicos, como a junção de escrita, áudio, imagem e som na internet demonstra que ainda sabemos pouco do alcance que uma informação na web pode causar, ou até que ponto se pode chegar. Apesar de não possuir ainda uma legislação específica para o jornalismo online, a estruturação de um novo código ético já se apresenta totalmente necessária e urgente.

## 7. ANÁLISE

Nos capítulos anteriores, além de apresentar o portal *Choike*, nosso objeto de estudo, também procuramos expor uma discussão teórica a cerca dos conceitos que norteiam esse trabalho. Tratamos da questão do jornalismo alternativo, o jornalismo na internet e a construção da notícia. Essa etapa teórica é de extrema importância, pois servirá de base para podermos desenvolver a análise neste capítulo.

Vamos analisar cinco matérias publicadas entre os anos de 2005 e 2010 no site *Choike.Org*, mais precisamente sobre o tema reforma agrária e que tenham como plano de fundo essa questão na América Latina e no Brasil. Não podemos nos esquecer de citar que desses cinco boletins selecionados, apenas um está hospedado dentro do próprio portal – os outros quatro nos direcionam a outros sites da América Latina.

Devido à amplitude dos elementos do portal, fez-se necessário trabalhar com uma amostra. O tempo de análise estabelecido aconteceu de acordo com a regra da representatividade. Acredita-se que a amostra é uma parte representativa para um estudo em relação às mudanças. Além disso, será possível aprofundar a pesquisa de conteúdo, priorizando a análise qualitativa.

Acreditamos que dessa forma a análise de conteúdo fornecerá dados para o entendimento da estrutura da notícia no portal. Pretende-se avaliar o papel da comunicação na atualidade, o portal *Choike.org*, como mecanismo de construção da representação política, econômica e social da América Latina. Os dados dos diferentes períodos estudados também serão cruzados para a realização do estudo comparativo. Esses procedimentos ajudarão na confirmação, ou não, da hipótese desta pesquisa na qual se aceita o portal *Choike.org* como órgão independente no âmbito da comunicação de massa.

A metodologia escolhida para a realização desse estudo – apresentada na introdução deste trabalho – é a Análise de Conteúdo. Por agregar análise qualitativa e quantitativa e valorizar as inferências, acreditamos que esta é a melhor forma para atingir nosso objetivo de comprovar se o portal citado pode ser considerado como alternativo.

Vamos tentar identificar a visão que o portal tem sobre o tema. Para isso, dividiremos o presente capítulo em alguns critérios de análise estabelecidos, com o objetivo de chegar às respostas dos nossos questionamentos. São elas:

**a) Reforma Agrária**

**b) Movimentos Sociais**

- c) Conceito de Agricultura
- d) Questões Externas
- e) Linguagem

Foram selecionados cinco textos a partir da palavra-chave Reforma Agrária. Cada um foi analisado individualmente de acordo com esses critérios estabelecidos. Faremos uma análise descritiva e interpretativa dos resultados, onde cada critério será explicado mais detalhadamente em seus itens específicos.

Todos os gráficos e tabelas apresentados foram elaborados pela autora do trabalho com base nos dados levantados durante a pesquisa.

#### a) Reforma Agrária

Vamos tentar identificar como assunto é abordado durante os textos relacionados ao tema e como ele é apresentado ao leitor. Primeiramente vamos analisar a frequência que a palavra-chave aparece nos textos, para depois analisamos a forma como ela é apresentada.

Dos cinco textos analisados, em dois não aparece o termo “Reforma Agrária”; o assunto central está dentro desse tema e é de interesse para quem procura mais informações sobre ele, muitas vezes mostra sua necessidade ou sua problemática, mas não debate ideias centrais sobre a reforma agrária ou como chegar até ela. Em outros dois textos, o termo aparece mais de dez vezes, e em um, mais de cinco vezes.

**Tabela 2: Termo “Reforma Agrária”**

Texto	Ano	Nº de vezes
“La lucha por la reforma agraria es una lucha política”	2005	11
Entrevista a João Pedro Stédile	2005	14
“Insatisfacción por la reforma agrária”	2007	7
Para enfrentar los cambios radicales en la agricultura latinoamericana	2008	0
El informe del Banco Mundial sobre acaparamiento de tierras	2010	0

Como podemos perceber, a maioria dos textos selecionados aborda a questão da Reforma Agrária de forma mais direta, sempre tratando como o assunto principal, mas o site também dá opções para quem quer se informar a respeito de questões que envolvem a problemática agrária. Portanto, em uma pesquisa, será possível encontrar opções para o aprofundamento na temática, sendo ela de forma direta ou indireta. Neste caso, o internauta poderá saber mais a respeito das consequências ou causas da Reforma Agrária, desdobramentos mundiais e outros assuntos relacionados.

Em relação aos textos encontrados no Choike, podemos perceber que a Reforma Agrária é sempre colocada como uma das formas de diminuir a desigualdade social, contribuindo de forma direta ou indireta.

Podemos citar o texto *“La Lucha por la Reforma Agraria es una Lucha Política”*, do próprio portal, no qual aborda um seminário apresentado no Fórum Mundial de 2005. Três visões sobre a questão agrária, que se complementam entre si, são apresentadas: duas delas de líderes brasileiros e uma de um líder hondurenho. Na matéria, a defesa da terra é considerada como algo fundamental ao ser humano e que pode melhorar a vida de milhões de pessoas em todo o mundo, pois, segundo o texto, sua má distribuição está ligada intimamente à pobreza e desigualdade social.

Outro exemplo, *“El informe del Banco Mundial sobre acaparamiento de tierras”*, está relacionado a Reforma Agrária indiretamente, pois fala sobre o relatório divulgado pelo Banco Mundial em 2010, a respeito da grilagem de terras agrícolas de forma legal, em todo o mundo. Usando tabelas, fica claro que a falta de distribuição correta de terras entre os produtores agrícolas pequenos e as empresas prejudica o desenvolvimento de regiões tomadas pelas grandes empresas, além de causar o desemprego.

Todos os textos defendem também a valorização do pequeno produtor e da agricultura familiar, questionando sempre a presença dos governantes neste debate. O texto *“Para enfrentar los cambios radicales en la agricultura latinoamericana”* por exemplo, fala sobre a transformação da agricultura em mercadoria, e a falta de interesse dos governos da América Latina para ajudar na sobrevivência dos pequenos agricultores, abrindo cada vez mais espaço para que as grandes empresas adquiram grandes partes de terra. O texto critica também a proteção dada pelo governo para a agroindústria, enquanto a agricultura familiar corre o risco de desaparecer por falta de apoio e políticas favoráveis.

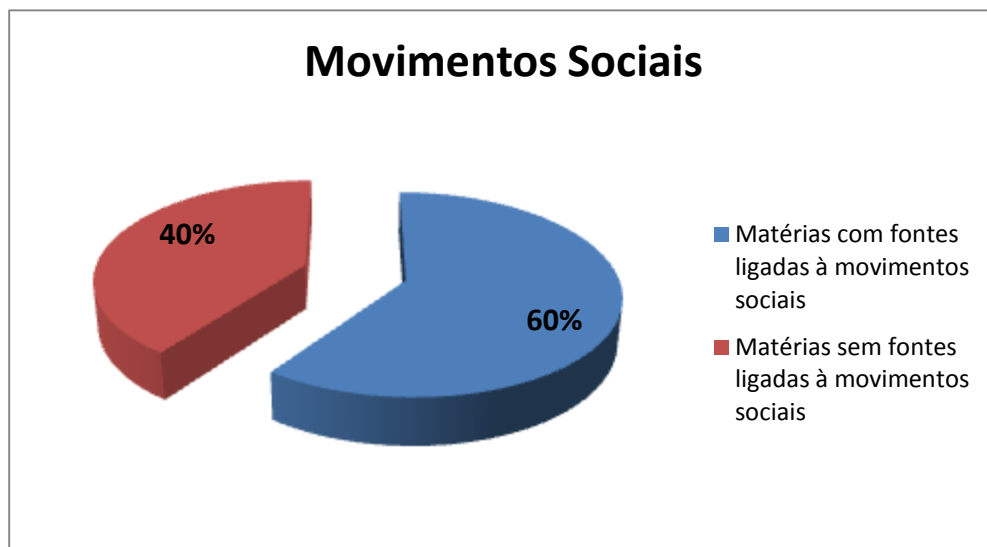
*“Agricultura - Brasil: Insatisfacción por la reforma agrária”* também aborda o posicionamento do governo, no caso brasileiro, em relação ao assunto. O autor faz um balanço sobre o plano de governo para a Reforma Agrária no primeiro mandato do presidente

Luís Inácio Lula da Silva (2003 - 2006). Através de dados, é discutido se o aumento nas facilidades no crédito para famílias rurais e o número de famílias assentadas durante seu mandato foram suficientes, além de questionar se esse número é igual ao prometido pelo presidente no início de seu mandato. Neste caso, o autor mostra que pontos negativos existem, porém eles são intercalados com bons dados e afirmações, e ao fim do texto prevalece um tom otimista.

### b) Movimentos Sociais

Outro ponto presente em quase todos os textos e tido como de extrema importância é a participação dos Movimentos Sociais para a luta pela Reforma Agrária. Podemos afirmar que é considerada uma causa legítima pelo portal Choike, pois fontes ligadas a movimentos sociais (no caso, o MST) estão presentes em grande parte dos textos.

**Gráfico 1: Movimentos Sociais**



Além disso, dos cinco textos selecionados, o termo “Movimentos Sociais” aparece mais de uma vez em três textos. Considerando que nos outros dois textos, um é uma entrevista com um dos coordenadores do Movimento Sem Terra, podemos afirmar que a presença dos movimentos sociais está em praticamente 80% dos textos selecionados.

Identificamos que os movimentos sociais são apresentados sempre como muito importantes, mas não são decisivos. A ideia central é que a luta só dos movimentos para a distribuição igualitária de terra já não são suficientes, pois é preciso também a junção de

outros grupos, como de mulheres, indígenas, trabalhadores rurais, e pessoas com interesse em comum, para um “enfrentamento” mais forte pela reforma agrária. Na entrevista de João Pedro Stédile, por exemplo, ele fala que todos que lutam pela Reforma Agrária estão unidos com um só propósito e com um plano de ação. Também no texto *“La lucha por la reforma agraria es una lucha política”*, o autor diz que é necessário uma “movimentação global” para a solução de um “problema global”:

Ante un modelo global, hace falta una lucha global”, dijo Alegría, agregando que se debe profundizar la coordinación entre campesinos de todo el mundo que tienen los mismos problemas. También alertó sobre el aumento de la represión contra los hombres y las mujeres del campo. Y abogó por fortalecer la campaña global, con foco en la tierra, la biodiversidad, y los recursos naturales, uniendo fuerza con movimientos sociales no sólo de campesinos.

Em todas as matérias os movimentos aparecem contrários ao posicionamento neoliberal adotado pelos governos a partir da década de 1990; são apresentadas claras críticas aos governos brasileiros e latinos, principalmente na forma de lidar com a pressão de empresas multinacionais e influentes, desvalorizando os produtores locais. Isso fica claro no texto *Para enfrentar los cambios radicales en la agricultura latinoamericana*

Las reformas de mercado que tuvieron lugar en las décadas de 1980 y 1990 liberalizaron el comercio agrícola en casi todos los países, y desmontaron muchas medidas de protección y apoyo estatal a los pequeños productores y a los mercados nacionales de alimentos. Las agencias gubernamentales de extensión rural fueron reducidas, mientras se aplicaban paquetes tecnológicos promovidos desde el sector privado. La producción apuntó cada vez más hacia las exportaciones y las agroindustrias cobraron un papel protagónico.

Podemos dizer que os textos do Choike defendem a luta dos movimentos sociais, auxiliam na divulgação e tentam legitimar essa luta, tentando atrair a atenção dos leitores para que haja participação mais justa na sociedade e consequentemente uma igualdade entre todas as classes. Essas características, como estudamos anteriormente, é defendida por Luiz Gonzaga Motta como parte dos meios alternativos:

A grosso modo, pode-se dizer que os meios e mensagens alternativos desempenham duas funções nos movimentos populares: a função de apoio e a função de potencialização. (MOTTA, 1987, p.46-47)

A opinião dos movimentos aparece contrária à agroindústria que, segundo eles, moderniza o campo, gera desemprego e pratica a monocultura, prejudicando o meio ambiente e o mercado interno.

A questão ambiental é, aliás, outro ponto muito defendido pelos movimentos. Em todos os textos a reivindicação de mais atenção também a natureza se faz presente. Podemos citar como exemplo novamente a Entrevista com João Pedro Stédile, que critica duramente a questão dos transgênicos e o posicionamento aparentemente favorável do governo Lula ao tema.<sup>32</sup>

Essa relação com a natureza se faz muito presente também no conceito de agricultura, que veremos a seguir.

### **3) Conceito de Agricultura**

A intenção deste critério é estabelecer como a ideia de agricultura é vista pelo site e passada para o leitor do portal Choike.Org; como esse tema é abordado e quais as preocupações contidas no discurso.

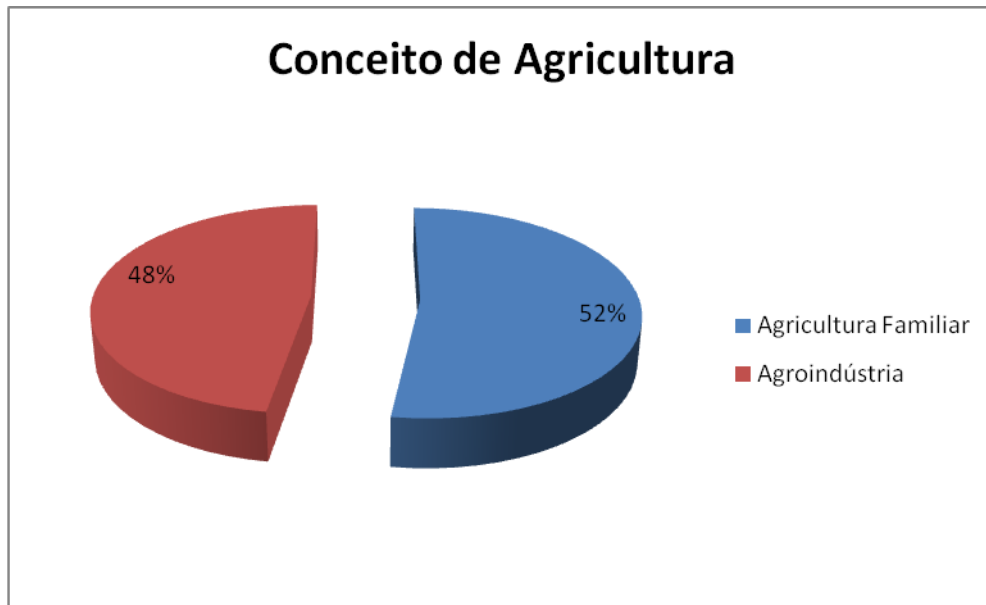
Inicialmente, percebemos que a ideia central é a defesa da agricultura como uma condição fundamental para a vida do ser humano, com foco na biodiversidade da terra e dos recursos naturais. A atividade é entrada apresentada como um direito global. Prevalece também a ideia de que atualmente a agricultura é vista como um mercado e o que advém dela mercadoria, e essa visão que precisa ser mudada na opinião dos autores analisados.

Na entrevista com Stédile, por exemplo, ele considera o conceito de agricultura como a produção de alimentos para o mercado interno brasileiro, onde a agricultura deve servir as necessidades do povo, para produzir alimentos, gerar empregos, sempre respeitando o meio ambiente.

Podemos considerar também que o conceito de agricultura aparece dividido em dois termos: agricultura familiar e agroindústria (ou agricultura empresarial). Podemos observar no gráfico a seguir a frequência com que os termos aparecem nos cinco textos.

---

<sup>32</sup> A entrevista foi realizada antes de vetos de Lula Lei Biossegurança, contra os transgênicos, em 2005.

**Gráfico 2: Conceito de Agricultura**

Pelo termo Agricultura Familiar, consideramos tudo o que remetia a pequenos produtores locais, como Agricultura Familiar, Plantadores Locais, Agricultores; dos cinco textos, encontramos a presença deles pelo menos 11 vezes. Por Agroindústria, admitimos termos como Agroindústria, Administradores Rurais, Agricultura Empresarial e Grandes Fazendeiros e Empresários; o termo apareceu dez vezes.

Podemos considerar que a essa discussão é tida de forma equilibrada, já que para cada vez que a ideia sobre um termo é apresentada, o seu oposto também o é. Apesar disso, a agricultura familiar é claramente defendida por todos os autores.

Esse tipo de agricultura é tido como muito mais produtivo do que é a agricultura empresarial, e que essas famílias, mesmo com pouca disponibilidade de terra por conta do modelo de agronegócio atual, são responsáveis por tornar esses pequenos espaços em locais muito mais produtivos que as monoculturas das grandes empresas, além de gerar mais empregos. A agricultura familiar é considerada essencial para o desenvolvimento social e, conseqüentemente, para o desenvolvimento do país que nela investe.

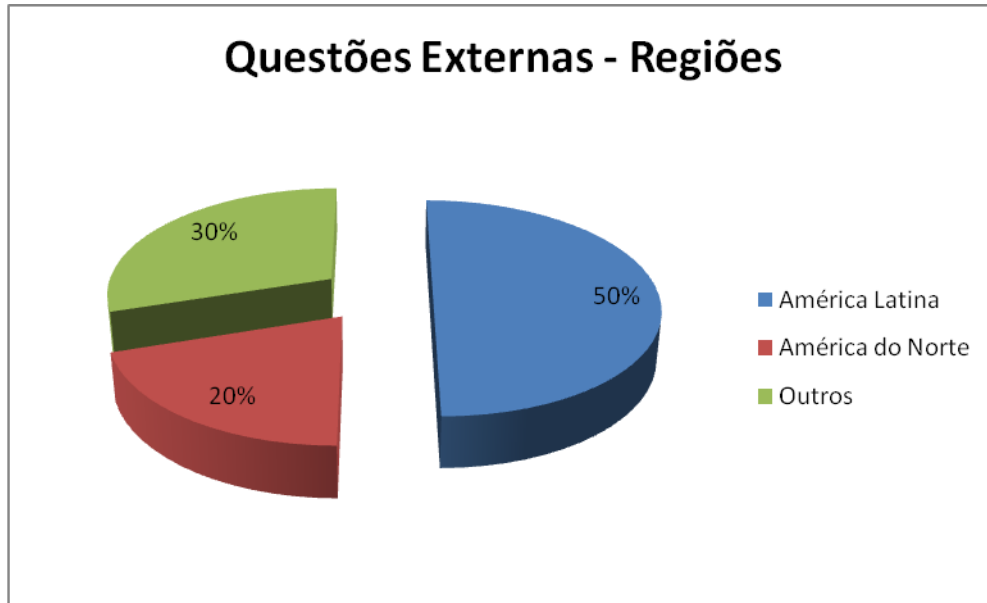
A agroindústria é condenada em todos os textos, pois seu objetivo principal seria ganhar dinheiro através da monocultura e das grandes produções, mas estas são voltadas ao mercado externo, gerando também desemprego.

#### **d) Questões Externas**

Neste item pretendemos analisar com qual ocorrência são discutidas as questões agrárias de outros países, sejam eles da América Latina ou do resto do mundo, e de que forma isso é feito.

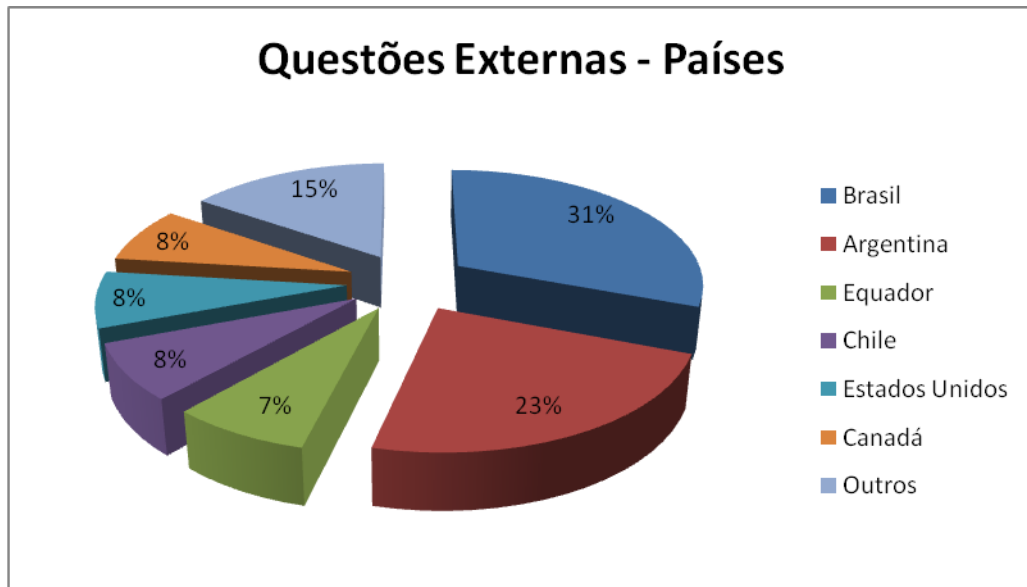
Primeiramente, separamos com quais regiões são predominantes nos textos.

**Gráfico 3 : Questões Externas Regiões**



Depois, analisamos quais os países citados nos textos ou que envolvem a sua temática central.

Gráfico 4: Questões Externas Países



A partir dos dados, podemos confirmar que a América Latina é a região mais presente, aparecendo em pelo menos metade. É preciso que fique claro que não necessariamente os países e regiões citadas aparecem isoladamente, na grande maioria dos casos o que acontece é o oposto, um mesmo texto contextualiza a situação de vários países de diferentes regiões. Isso é uma característica marcante, principalmente também, em relação às comparações com diferentes países da América do Sul.

O texto *“Para Enfrentar los Cambios Radicales en la Agricultura Latinoamericana”* por exemplo, cita as iniciativas e dificuldades de alguns governos da América do Sul para contribuir para o desenvolvimento rural, a importância da agricultura para a economia desses países e, por isso, a dificuldade do auxílio aos pequenos produtores. Já *“El informe del Banco Mundial sobre acaparamiento de tierras: más allá del humo y los espejos”* usa tabelas e quadros para mostrar exemplos de países do globo que tiveram ações a favor de grandes empresas e que acabaram prejudicando os produtores locais; mostra também alguma das principais empresas investidoras de terras agrícolas por todo o mundo. Países de todas as regiões, desde a África Ocidental até mesmo Ásia, são citados.

Neste caso, incluímos no gráfico como o item “Outros”, junto com textos que possuem a característica de falar da problemática da Reforma Agrícola de uma forma global, como é o caso de *“La Lucha por La Reforma Agrária ES una Lucha Política”*. Neste texto, podemos destacar que se faz clara referência aos interesses do setor agrícola em relação à exportação e ao mercado externo. Ou seja, de enfatiza tanto objetiva como subjetivamente a relevância do mercado externo para o setor agrícola do Brasil.

### e) Linguagem

Tentaremos agora definir qual o critério de linguagem predominantes nos textos do Choike.Org. Este item tem dois momentos analíticos: o do gênero jornalístico e a construção textual.

De acordo com José Marques de Melo (2003), os gêneros jornalísticos podem ser divididos de duas formas: jornalismo informativo (nota, reportagem, notícia e entrevista) e jornalismo opinativo (editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura e carta). Informativo seria focado na informação cujo interesse é saber o que se passa já o opinativo é saber o que se pensa sobre o que se passa. Definido isso, tentaremos reconhecer como o texto é construído, se há entrevistas, referências, fontes de dados, e qual o tipo de linguagem utilizada.

Entre os cinco textos selecionados, encontramos três diferentes gêneros textuais: reportagem, artigo e entrevista. Nota-se que há uma prevalência de artigos.

**Tabela 3: Tipos de Texto**

<b>Tipos de Texto</b>	<b>Nº de textos</b>
Reportagem	1
Artigo	3
Entrevista	1

Os artigos têm como característica sua natureza interpretativa, explicativa e/ou persuasiva; neste tipo de texto o autor pretende passar suas visões subjetivas e pessoais, compartilhar sua visão de mundo com o leitor.

A primeira regra para o artigo é a seguinte: abordar um tema de interesse não apenas para o articulista, mas também para o público. Embora os aticulistas expressem um ponto de vista subjetivo sobre o mundo, todos eles, de alguma maneira, visam uma validação universal para suas ideias (SOUSA, 2001, p.298-299)

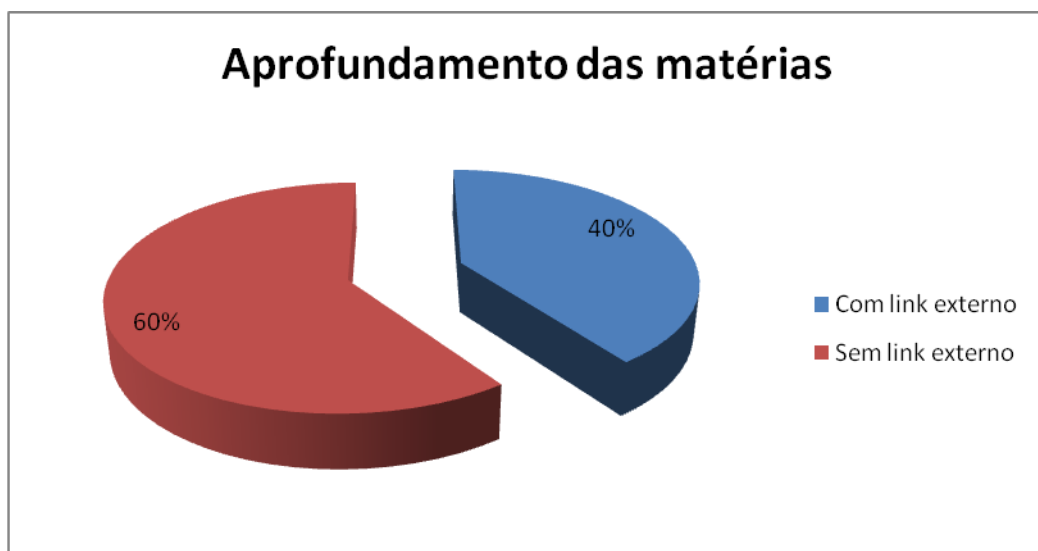
Em comum também podemos citar a forma como são escritos os textos: a linguagem é bastante acessível e clara; mesmo tendo disponível a versão em português somente no texto

“El informe Del banco Mundial sobre Acampamiento de Tierras”, é possível perceber uma facilidade da leitura nas versões em inglês e espanhol, ou mesmo se for necessário utilizar a opção de tradução automática disponível pela maioria dos navegadores na internet. O texto sobre o relatório do Banco Mundial, inclusive, pode ser considerado o que exige mais conhecimento e paciência do leitor, pois além de ser o maior em tamanho, utiliza de vários dados e tabelas para exemplificar sua fala. É também o único que traz referências bibliográficas desses dados; além disso, apresenta mais links para o leitor interessado em se aprofundar mais no assunto,

Inclusive, há em alguns textos a falta de créditos adequados para os dados apresentados, ou os dados são insuficientes. É o caso do artigo “Agricultura - Brasil: Insatisfacción por la reforma agraria”, que usa fontes bastante simples, mostrando-as em números da situação – oposição mas poderia ter usado outras fontes, por exemplo dados do censo, dados de ONGs, ou outras instituições. Neste texto, por exemplo, não há links externos para quem quiser se aprofundar no assunto, o que também consideramos uma falha, pois o tema tem essa capacidade de ampliação maior do que a apresentada. Estas falhas também podem ser encontradas no texto “Para enfrentar los cambios radicales en la agricultura latinoamericana”, que não apresenta de onde retirou os dados usados no texto, e não possui links externos.

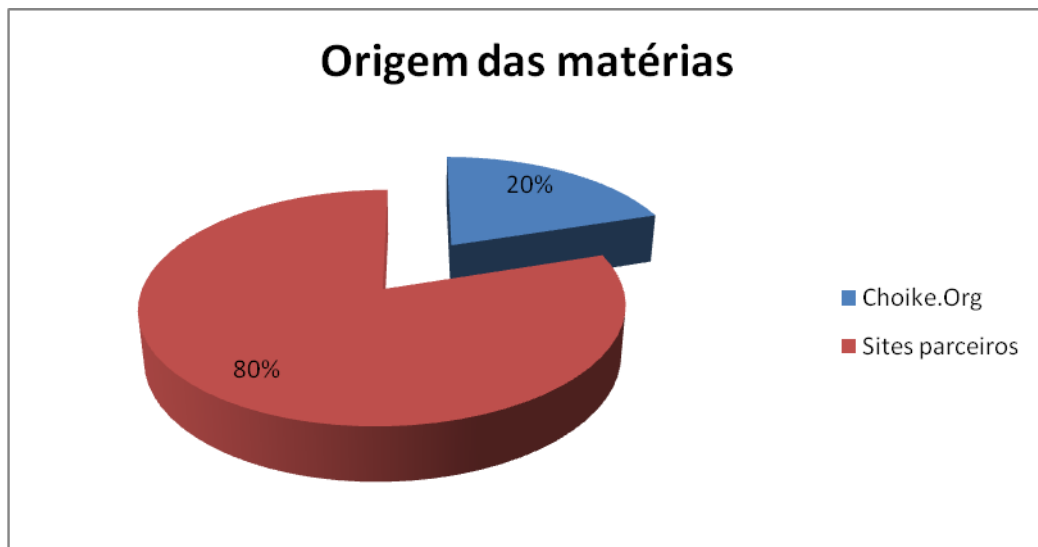
Esta é uma característica predominante nos textos encontrados em nossa busca no Choike.Org. Dos cinco citados, apenas dois contém links externos para que o leitor possa se aprofundar no assunto.

**Gráfico 5: Aprofundamento das matérias**



Um dos motivos disso pode ser o fato que a maioria dos textos são de outros sites parceiros do portal.

**Gráfico 6: Origem das matérias**



Essa predominância de textos hospedados em outros sites se dá mesmo pela principal característica do Choike, onde é possível fazer uma pesquisa no próprio portal e encontrar informações de outros diretórios da web.

Mesmo assim, consideramos que a ausência de links para aprofundamento é uma falha, pois por ser um tema complexo o assunto poderia render mais, além de essa ser uma característica do webjornalismo que pode atrair mais leitores.

Depois de analisar cada um dos critérios pré-estabelecidos anteriormente, podemos enfim identificar se o portal Choike.Org é um portal alternativo, um órgão independente no âmbito da comunicação de massa.

Inicialmente, com o critério “Reforma Agrária”, pudemos notar que predomina nos textos uma visão mais crítica e politizada, mantendo a linguagem clara e simples possível de entendimento a qualquer leitor. Em todos os textos fica claro o fundamento ideológico do autor, seu posicionamento em relação ao assunto, que no caso é contra as agroindústrias. É apresentado o ponto de vista de um grupo – os pequenos produtores/agricultores em relação aos grandes produtores e ao investimento governamental no setor - visão esta que normalmente é excluída dos noticiários de massa, ou no mínimo não é discutida. Ou seja, o

objetivo das publicações é estabelecer um diálogo e adquirir reconhecimento desse grupo, para que possa haver uma mudança política e comportamental em relação a esse tema.

Neste primeiro critério já encontramos diversas características que podemos classificar como sendo de meios de comunicação alternativa. O próprio tema é pouco discutido na grande mídia, mas muito conhecido nas consideradas alternativas. Como já foi discutido anteriormente, comunicação alternativa é toda aquela que possui um posicionamento contrário aos predominantes nas mídias de massa e/ ou aprofunda em temas não explorados por elas. O posicionamento comum encontrado nos textos já pode ser considerado uma característica da comunicação alternativa, já que o autor pretende trazer novas perspectivas e questionamentos para o assunto, expor sua opinião e assim atrair quem possui afinidade com ela ou ocasionar um debate com aqueles que não seguem a mesma linha de raciocínio. Esse diálogo, que propõe uma mudança comportamental e política acontece principalmente nos meios alternativos, já que nas grandes empresas de comunicação a ideia central seria transmitir fatos de forma objetiva e imparcial, e mesmo sabendo que isso não é possível, não é proposto um debate.

No critério “Movimentos Sociais”, como vimos, podemos concluir que o Choike os considera legítimos e se posiciona de forma favorável a eles, já que sua presença é constante nos textos e defendida pelos autores. A comunicação alternativa busca representar segmentos da população que procuram lutar por melhores condições de vida, minorias que reivindicam sua expressividade perante a população e aos governos – e essa é a principal visão dos movimentos sociais e conseqüentemente do portal, já que concorda com essa luta. Os textos defendem a união dessas minorias, não somente dos que buscam a reforma agrária, mas também quem tem direito pelas terras e são prejudicados de alguma forma – mulheres, índios, camponeses, etc., sempre buscando legitimar suas reivindicações; uma característica, como já foi estudado anteriormente, do jornalismo popular.

Compreendemos ainda que fica muito clara a oposição do autor em relação à agroindústria e aos grandes fazendeiros, ou seja, contra o modelo vigente de agricultura, incontestado pela maioria da grande mídia.

No “Conceito de Agricultura”, esse modelo também é condenado já que, segundo os autores, aumenta a desigualdade social e diminui o desenvolvimento do país. Os textos, neste caso, ajudam a potencializar essa visão defendida pelos pequenos produtores e movimentos sociais, analisando, interpretando e questionando dados dos governos na América Latina.

Ao averiguar o critério “Questões Externas” pudemos notar que os autores fazem clara referência à importância da agricultura no mercado interno e externo dos países latinos, e

como isso reflete nos interesses comerciais de grandes empresas e também políticos; fica clara a posição contrária em relação a esse mercado e a ideia de desenvolvimento da agricultura para o sustento das famílias produtoras e da área rural. O portal se mostra contra a ideia de agricultura como sendo uma mercadoria, um mercado onde o objetivo principal é o lucro a baixo custo, sem preocupação inclusive com a natureza e suas consequências. A defesa é pela igualdade social e desenvolvimento, com foco no bem estar das famílias agriculturas e pessoas que moram na área rural.

No critério “Linguagem”, por possuir como predominância o artigo por gênero textual, logo percebemos exatamente isso, as publicações não deixam de expressar sua opinião sobre o tema, feito de uma forma clara. Vimos também que a linguagem é simples e clara, sem o uso de gírias ou palavras estrangeiras, e mesmo existindo apenas as opções em inglês e espanhol, é de fácil entendimento mesmo através de traduções. São usados dados e tabelas, que ajudam na compreensão do texto e para comprovar o ponto de vista do autor, porém em grande maioria das vezes as fontes não são identificadas.

Em relação à forma como o portal apresenta suas notícias, podemos dizer que ele segue as tendências do jornalismo online, porém aparentemente não está preocupado em atingir grandes audiências ou segurar o leitor por muito tempo. Concluimos que a maioria dos textos encontrados vem de outros diretórios da web, confirmando a principal característica do Choike.Org, que é divulgar sites de ONGs e jornalismo alternativo de toda a América Latina, e são nesses sites em que há poucos links externos ou links que levam o leitor a outros textos de aprofundamento. Apesar disso, no texto encontrado no próprio Choike, há muitos links externos sobre o tema, além de uma coluna lateral que dá a opção ao internauta de acessar outros textos do site.

Diante do que apresentamos até aqui, acreditamos que embora abordem o tema Reforma Agrária de formas diferentes e sejam hospedados em locais diferentes, os textos encontrados portal Choike seguem uma mesma linha de raciocínio e apresentam características em comum em todos eles, o que nos permite traçar um perfil do site. A partir do que já definimos aqui como comunicação alternativa, podemos considerar que o portal Choike.Org parte do objetivo de ser um meio independente em relação às mídias de grandes massas.

Por ser um portal, o Choike já alcança um dos principais objetivos dos meios alternativos: sem ter um cunho comercial, um portal na internet consegue manter-se apenas a partir da iniciativa de pessoas para administrá-los, e de jornalistas ou órgãos para alimentá-lo com informações. O portal não possui propagandas em suas páginas e consegue organizar

conteúdos sobre a América Latina de forma opinativa, que não são comumente encontradas pelas agências de notícias ao redor do mundo, ou mesmo nas mídias tradicionais dos países latinos. Consideramos apenas como uma falha a falta de atualizações dos comentários nas páginas de notícias; em nenhum dos textos analisados, ou aqueles acessados fora da análise no Choike, há comentários de internautas. O espaço existe, mas acreditamos que não é atualizado, pois por se tratar de um portal que abrange toda a América Latina, o comum seria que houvesse comentários de pessoas de vários países. Aparentemente, a ideia de debate é trazida através dos artigos, mas pouco difundida no próprio portal.

Mesmo assim, a intenção do site nos traz já a definição de comunicação alternativa, pois busca uma ampliação da cidadania, sem ter envolvido interesses de capitais. A defesa pela reforma agrária e seus motivos ficam claros; os autores passam a ideia de que o desenvolvimento social e o combate à desigualdade começam no campo, e a ideia principal que se passa é que é preciso questionar os números e as declarações dadas pelos governantes e encontradas em jornais e revistas, para que haja um debate se esses números são suficientes, se são justos, e quais mudanças poderiam ser tomadas a partir deles para uma melhora significativa na distribuição igualitária de terra e conseqüentemente na diminuição da desigualdade social. Os movimentos sociais são muito defendidos também exatamente por isso, prega-se a necessidade de união dos movimentos sociais com outras minorias para que mudanças aconteçam. O portal apoia e tenta potencializar a luta destes movimentos, além de amplificar o debate, que normalmente é marginalizado pelas grandes mídias, buscando respostas e alternativas para sua luta.

Com isso, Choike parece querer gerar uma reflexão no leitor, levantar questionamentos para não seja considerado como ‘normal’ a ideia de comercialização do que era pra ser um bem geral, a produção vinda da agricultura, e que isso é um direito de todos. É como se o Choike perguntasse “É este o mundo que você quer viver?”.

O portal também procura abordar eventos e discussões que não fazem parte da pauta dos grandes jornais; como é o caso da cobertura do Fórum Social Mundial, presente em um dos nossos textos. Este texto faz parte de uma extensa cobertura do fórum, que é sabidamente conhecido por agregar movimentos sociais alternativos.

Concluimos então que por unir essas características, podemos considerar o portal Choike.Org um meio de comunicação alternativa, independente em relação ao capital e às grandes mídias. Suas pautas são diversificadas, busca como fontes pessoas ligadas às minorias e normalmente excluída dos jornais tradicionais, traz questionamentos às decisões governamentais e a abordagem dos outros meios de comunicação. Podemos considerar que

em relação à Reforma Agrária, o portal é seu defensor, e por não ter “amarras” comerciais, crítica o monopólio de grandes empresas e fazendeiros, levando em conta o lado de quem é pouco representado nessa disputa, no caso as famílias e pequenos agricultores.

## 8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao concluirmos esta pesquisa, podemos afirmar que discutimos questões relevantes do campo da comunicação atual, e que por meio dos capítulos teóricos e em seguida da análise, conseguimos definir o que é uma comunicação alternativa e responder se o portal Choike.Org pode ser considerado um meio de comunicação desse tipo.

Logo no primeiro capítulo, definimos que a comunicação alternativa pode ser dividida em três formas: “Jornalismo Comunitário”, “Jornalismo Popular”, e “Jornalismo Alternativo”.

Notamos que entre Jornalismo Comunitário e Popular, a principal diferença está apenas no ponto de vista em relação ao próprio contexto sociopolítico. O comunitário busca valorizar a cultura e as atividades de uma comunidade, seja ela localizada geograficamente ou através de interesses em comum. O objetivo é que os integrantes dessas comunidades se sintam representados através de histórias, prestações de serviço, reivindicações, etc. Mas, apesar de exigir mudanças, talvez por tentar aproximar a comunidade desses meios de comunicação, o modelo destes segue a ideologia dos grandes meios de massa, ou seja, apesar de ter pautas alternativas, um público pouco representado pelas grandes mídias e não ter como objetivo principal o lucro, o modelo comunitário ainda segue as empresas de comunicação.

Percebemos que o jornalismo popular se difere neste ponto em relação ao comunitário; ele dá apoio e legitima as lutas e reivindicações dos movimentos sociais, que vão desde ONGs, associação de moradores, fundações, órgãos públicos, igrejas, etc., mas sem seguir o modelo das grandes mídias e sempre tentando alcançar de forma rápida e prática alguma mudança na realidade desses movimentos. O objetivo é que por si só as classes sociais consigam promover igualdade entre elas.

Definimos que no Brasil, o Jornalismo Alternativo começou a nascer um pouco antes da ditadura militar, mas teve seu auge durante ela, já que tentava trazer de volta à mídia o questionamento político e o espaço crítico censurado pelos militares. Foi neste ponto que o jornalismo alternativo alavancou no país, trazendo novas características, como a linguagem mais próxima a ouvida nas ruas, que tentava driblar a censura com críticas, humor e opinião. Depois da abertura política, a tecnologia e a falta de investimentos diminuíram a presença dos jornais alternativos no país, predominando os que possuem apoio políticos ou sindicais. Mesmo aqueles que mantêm a característica crítica e independente em relação à política têm baixo investimento e circulação.

Dessa forma, percebemos que a comunicação alternativa está fortemente ligada a segmentos da população que possuem pouca representatividade nas grandes mídias e que procuram uma igualdade entre as outras camadas. O objetivo não é substituir os grandes meios de comunicação ou visar ao lucro, mas apresentar outra interpretação dos fatos de uma forma mais crítica e politizada para que haja diminuição na desigualdade social. A maioria dos temas abordados é excluída pela grande mídia, e por isso a linguagem utilizada é mais próxima ao cotidiano do público-alvo, para que ele possa entender e se sentir representado. Assim, conseguimos atingir o nosso primeiro objetivo específico: discutir o que é comunicação alternativa e quais as suas principais características.

A apresentação do nosso objeto de estudo, o site Choike.Org, no segundo capítulo, deixou claro que se trata de um portal dedicado a coletar, armazenar e divulgar sites, matérias e artigos de ONGs de toda a América do Sul, que mostram diferentes pontos de vista em relação a grande mídia, sobre temas chaves de interesse da sociedade; além de apresentar organizações que buscam a realização dos direitos humanos e a erradicação da pobreza. Mostramos que nosso objeto de estudo é uma publicação diferenciada, trazendo sempre artigos e reportagens que buscam conferir sentido e novas propostas aos grandes fatos políticos, contribuindo para uma compreensão diferenciada dos acontecimentos correntes.

A partir do terceiro capítulo, conseguimos definir o que é notícia, quais os critérios de noticiabilidade usadas pelos jornalistas ao analisar um fato, os valores-notícia e como devem ser os critérios para determinarmos a importância de um fato para transformá-lo em notícia. Discutimos também o que pode influenciar o jornalista na hora de escrever sua matéria: força pessoal, o fator tempo, a rotina, força social, a força sócio-organizacional, extra-organizacional, a força ideológica, e a força cultural. Concluimos que todos esses fatores acabam por direcionando o jornalista em como ele transforma um fato em notícia, e como uma empresa de comunicação acaba definindo o que estará em pauta na imprensa.

No capítulo quatro vimos como a tecnologia está mudando a forma de fazer jornalismo e aumentando a lista de fatores, citada anteriormente que influencia o jornalista. Apesar disso, criam-se também novas mídias, independentes do capital e da publicidade, podendo surgir outras formas de noticiar um fato e divulgá-lo, sem necessariamente precisar de grandes investimentos. Essas novas plataformas mudaram a estrutura de uma notícia e até sua ordem cronológica, mas consideramos isso uma boa mudança para o leitor. É possível se aprofundar em um fato, conhecer diferentes versões sobre ele e criar uma opinião mais consciente de uma forma mais fácil, assim como a internet também favorece as mídias

alternativas a divulgar seu trabalho, reduzindo muito seus custos e podendo ter um contato mais próximo com seu leitor.

Diante de todas as leituras e análises feitas até aqui, podemos dizer que o portal Choike.Org se aproveita de uma nova plataforma, a Internet, para recolher e divulgar conteúdos de toda a América Latina que abordam de uma forma diferenciada assuntos que estão em pauta nas grandes mídias e também aqueles que são pouco discutidos por elas; são usadas fontes pouco exploradas pelos outros meios de comunicação e com uma linguagem simples. Dessa forma, o portal busca se aproximar do leitor e apresentar uma visão alternativa à comum, questionando principalmente as medidas tomadas pelos governos para diminuir a desigualdade social e apresentando propostas para garantir direitos iguais a todas as classes sociais e diminuir o abismo que existe entre elas.

Garantimos, assim, que o portal Choike.Org correspondeu as nossas expectativas iniciais e se mostrou um meio de comunicação alternativa.

## 9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003.

\_\_\_\_\_. **Imprensa Alternativa: alcance e limites**. Revista Tempo e Presença, n. 233, agosto de 1988. Boletim Periscópio Internacional. Disponível em <<http://www.fpa.org.br/artigos-e-boletins/artigos/imprensa-alternativa-alcances-e-limites>> acesso em 07/02/2012

ACEVEDO DÍAZ, J.A. **Análisis de algunos critérios para diferenciar Ciencia y Tecnología. Enseñanza de las Ciencias**. Vol. 16 (3): 409-420, 1998.

AROSO, Inês Mendes Moreira. **A Internet e o Novo Papel do Jornalista**. In: Labcom - Laboratório de Comunicação e Conteúdos On-line, Covilhã, 2003. Disponível: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/texto.php3?html2=aroso-ines-internet-jornalista.html>. Acessado em 06/07/2012

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo Online: dos sites noticiosos aos portais locais**. In: Labcom - Laboratório de Comunicação e Conteúdos On-line, Covilhã, 2002 [online] Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/texto.php3?html2=barbosa-suzana-jornalismo-online.html>. Acessado em: 12/08/2012

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1988.

BARBALHO, Alexandre (Org.). **Brasil, Brasis: identidades, cultura e mídia**. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2008.

BARREIROS, J.J. , CARDOSO, G. L., OLIVEIRA, J. M. P.. **Internet como instrumento para la participación ciudadana**. In: BENEYTO, José Vidal (org.). La ventana global: ciberespacio, esfera pública mundial y universo mediático. Madrid: Taurus, 2002

BAUMAN, Zygmunt. **O mal estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. 2 ed. São Paulo : Companhia das Letras, 2004

BRASIL. Lei n. 5.250, de 9 de fevereiro de 1967. Regula a liberdade de manifestação do pensamento e da informação. Disponível em <<http://www.abi.org.br/paginaindividual.asp?id=398>>. Acesso em 05/01/12.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos**. 6.ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

CAPARELLI, Sérgio. **Comunicação de massa sem massa**. São Paulo: Cortez Editora, 1980

CARNICEL, Amarildo Batista. **O jornal comunitário como estratégia de educação não-formal**. Tede de doutorado do Programa de Pós-graduação em Educação. Universidade Estadual de Campinas: 2005.

CARVALHEIRO, José Ricardo. **Entre o espelho e a janela – A relação entre comunicação mediada e identidades sociais**: contributos do interaccionismo simbólico e da sociologia fenomenológica. Disponível em <http://www.bocc.upi.bt>. Acesso em 14/12/11.

CASTELLS, Manuel. **A questão urbana**. São Paulo: Paz e Terra, 1977.

\_\_\_\_\_. **A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade cultura**. V1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

\_\_\_\_\_. **O poder da identidade**. 3.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

CEBRIAN, Juan. **A rede: Como nossas vidas serão transformadas pelos novos meios de comunicação**. São Paulo: Summus, 1999.

CHAUÍ, Marilena. **Brasil: Mito fundador e sociedade autoritária**. 1.ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

CHINEM, Rivaldo. **Imprensa alternativa - jornalismo de oposição e inovação**. São Paulo, Ática, 1995.

CONGRESSO NACIONAL DOS JORNALISTAS. O Código de Ética do Jornalista fixa as normas a que deverá subordinar-se a atuação do profissional, nas suas relações com a comunidade, com as fontes de informação, e entre jornalistas. 1987. Disponível em <[http://www.fenaj.org.br/Leis/Codigo\\_de\\_Etica.htm](http://www.fenaj.org.br/Leis/Codigo_de_Etica.htm)>. Acesso em 08/01/12.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). **Métodos e técnicas da pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006.

ENNE, Ana Lucia S.. **À perplexidade, a complexidade**: a relação entre consumo e identidade nas sociedades contemporâneas *in* Comunicação, mídia e consumo. São Paulo, vol. 3, nº 7, p. 11-29, jul. 2006.

ENNE, Ana Lucia S. **Memória, identidade e imprensa em uma perspectiva relacional** *in* Revista Fronteiras – estudos midiáticos. Vol. VI, nº 2, p. 101-116, jul/dez 2004.

ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em jornalismo**. 5.ed. São Paulo: Ática, 2002.

FERREIRA, Gil Baptista. **Identidade e políticas de reconhecimento social na sociedade de rede**. Disponível em <http://www.bocc.upi.bt>. Acesso em 19/12/11.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. 4 ed. São Paulo: Contexto, 2010

FREIRE, Isa Maria. **Acesso á informação e a identidade cultural**: entre o global e o local, *in*. Disponível em <http://www.scielo.br>. Acesso em 15/12/11.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. Tradução de Raul Fiker. São Paulo: Unesp, 1991.

\_\_\_\_\_. **Modernidade e identidade**. 3.ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

GÓES, Laércio. **Características do jornalismo alternativo dos movimentos sociais na Web**. 2007

HALIMI, Serge. **Os novos cães de guarda**. Petrópolis: Vozes, 1998.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HARVEY, David. **A condição pós-moderna**. 9.ed. São Paulo: Loyola, 2000.

JACKES, Nilda e ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Comunicação e recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

KUNCZIC, Michael. **Conceitos de jornalismo: Norte e Sul**. 2 ed. São Paulo, Edusp, 2001.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e revolucionários da imprensa brasileira**. São Paulo: Escrita Editorial. 1991.

LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (orgs.). **Metodologia da pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica**. São Paulo: Altas, 1986.

LEMONS, André. 2000. **Cultura da Rede: ciberensaios para o século XX**. Salvador:UFBA.

\_\_\_\_\_. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LONGO, Isaura Maria. PEREIRA, Cleide Ane Comper. Algumas estratégias lingüísticas utilizadas em O Pasquim para driblar a censura. In: **XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Brasília, 2006.

MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Petrópolis: Vozes, 1996.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O Capital da Notícia**. 2ª. ed. São Paulo: Editora Ática, 1989.

MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo Opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Mantiqueira, 2003.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 2.ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

MARTINO, Luis. IN: CAPPARELLI, S. SODRÉ M. SQUIRRA S. (Orgs.) **A comunicação revisitada**. Porto Alegre: Sulina, 2005.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michele. **Pensar as Mídias**. São Paulo: Loyola, 2004.

\_\_\_\_\_. 2002. **História da Sociedade da Informação**. São Paulo: Loyola.

\_\_\_\_\_. 2002. **A globalização da comunicação**. Bauru: EDUSC.

MIELNICZUK, Luciana. Características e implicações do jornalismo na web. In: GJOL – Grupo de Pesquisa em Jornalismo Online. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2001. Disponível em: [http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001\\_mielniczuk\\_caracteristicasimplicacoes.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf). Acessado em 06/05/2012

MEYER, Philip. **A Ética no jornalismo: um guia para estudantes profissionais e leitores**. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1989

MOHERDAUI, Luciana. **Guia de estilo Web: produção e edição de notícias on-line**. 3 ed. São Paulo: Senac, 2007

MOLINA, Matías M. **Os melhores jornais do mundo: uma visão da imprensa internacional**. São Paulo: Globo, 2007.

MORAES, Denis de. (Org). 2003. **Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder**. Rio de Janeiro: Record.

MOTTA, Luiz Gonzaga. “Brasil: alternativa popular: comunicação e movimentos sociais”. In GRINBERG, Máximo Simpson. **A Comunicação Alternativa na América Latina**. Petrópolis: Editora Vozes, 1987.

ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. 5.ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

PALACIOS, Marcos e MACHADO, Elias. Modelos de jornalismo digital. Salvador: Calandra, 2004.

PENEDO, Cristina Carmona. **O Crime nos Media**. Lisboa: Livros Horizonte, 2003.

PERUZZO, Cicília M. Krohling. **Aproximações entre comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço**. In: Anais do Congresso de Ciências da Comunicação e promovido pela Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Natal-RN, 2008.

PINHO, J. B. **Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação on-line**. 3 Edição. São Paulo: Summus, 2003

PINTO, Milton José. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004

PONTE, Cristina e SOUSA, Jorge Pedro. **Caminhos da investigação em jornalismo: Identidades, agendas, formatos e espaços sociais do jornalismo.** Disponível em <http://www.bocc.upi.bt>. Acesso em 23/01/12.

PRADO, Magaly. **Webjornalismo.** Rio de Janeiro: LTC, 2011

RAMONET, Ignácio. **A tirania da comunicação.** 3.ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

\_\_\_\_\_. **Propagandas silenciosas: massas, televisão, cinema.** Petrópolis: Vozes. 2002

\_\_\_\_\_. **A explosão do jornalismo: Das mídias de massa à massa de mídias.** São Paulo: Publisher Brasil. 2012

RONSINI, Veneza Mayora. **Identidades culturais: do global ao local.** Disponível em <http://www.bocc.upi.bt>. Acesso em 19/12/2012.

ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo.** São Paulo: Brasiliense, 1981.

SANTOS, Boaventura de Sousa (org.). **As Vozes do Mundo.** Porto: Edições Afrontamento, 2008.

SERVA, Leão. **Jornalismo e desinformação.** São Paulo: SENAC, 2001.

SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais.** 9.ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

SOARES, Maíra. **Entrevista com José Tadeu Arantes.** Realizada dia 03 jun. 2008. Arquivo pessoal da autora.

SOARES, Murilo César. **Jornalismo e cidadania, em duas abordagens.** In: VICENTE, Maximiliano Martin (Org). **Comunicação e Cidadania.** Bauru: Edusc, 2009. p. 55-70.

SOUSA, Jorge Pedro. **As notícias e os seus efeitos. As teorias do jornalismo e dos efeitos sociais dos media.** 1999. Disponível em [http://www.bocc.ubi.pt/\\_esp/autor.php?codautor=13](http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=13) Acesso em 20/02/12.

\_\_\_\_\_. **Elementos de jornalismo impresso.** 2001. Disponível em: <http://www.bocc.uff.br/>. Acesso em: 02 fev. 2012.

\_\_\_\_\_. **Por que as notícias são como são? - Construindo uma teoria da notícia.** Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2004.

TAKADA, Paula Monteiro. **Comunicação Popular no século XXI, por onde (re)começar?** In: IX Congresso Latinoamericano de Investigación de La Comunicación. México, 2008.

WARD, Mike. **Jornalismo online.** São Paulo: Roca, 2007

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação.** Lisboa: Presença, 1987.

YAMAMOTO, Eduardo Y. **As pesquisas em Comunicação Popular e Comunitária**. In: Comunicação Comunitária do 1º ULEPICC Brasil (União Latinoamericana de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura), "Economia política da comunicação: interfaces acadêmicas e sociais do Brasil". Niterói (RJ). 2006.

HOUAISS, disponível em:  
<http://houaiss.uol.com.br/busca.jhtm?verbete=+alternativo&styp=k> acessado em 08/02/2012

## 10. ANEXOS

### Anexo A – Texto “La lucha por la reforma agraria es una lucha política”<sup>33</sup>

Fuente: Choike

*Desde el Foro Social Mundial en Porto Alegre, dirigentes campesinos de todo el mundo hicieron un llamamiento global a la lucha por la reforma agraria y los recursos naturales.*

“Reforma agraria y estrategias de lucha por la tierra y los recursos naturales” fue el nombre del seminario que se llevó a cabo el jueves 27 de enero de 2005 en uno de los galpones de Cais do Porto, una de las áreas donde tienen lugar las actividades del Foro Social Mundial (FSM) 2005. Dirigentes de Brasil, Indonesia, Honduras, Egipto y Sudáfrica compartieron sus experiencias e impresiones respecto a la lucha por el derecho a la tierra y el acceso a los recursos naturales. Se analizaron varios aspectos del tema, incluyendo la participación de las mujeres, las políticas neoliberales, los recientes procesos históricos y los principales desafíos y objetivos que debería trazar una movilización global.

Plinio de Arruda Sampaio, presidente de ABRA, realizó la primera exposición, señalando los puntos principales que, según él, se deben tener en cuenta a la hora de definir una estrategia de lucha por la tierra y los recursos naturales. Afirmó que el problema agrícola está estrechamente ligado con el de la pobreza y con el deterioro de los recursos naturales. Y que el mismo se debe al monopolio según el cual unos pocos terratenientes y grandes empresarios son dueños de la tierra. Esto, dijo Sampaio, “descalifica el trabajo del hombre, ya sean agricultores o trabajadores rurales”.

“La primera estrategia de lucha que hay que tener en cuenta es que la lucha por la reforma agraria es una lucha política”, afirmó Sampaio, “y por lo tanto quienes estén dispuestos a luchar por la reforma agraria deberán prepararse para una lucha política”. Por esto, el dirigente señaló que es necesario realizar una correlación de fuerzas políticas, “identificar claramente nuestras fuerzas y las de nuestros adversarios e identificar a nuestros aliados, es decir, organizaciones o movimientos no directamente relacionados con la reforma agraria pero con intereses en común”.

Citando la definición de “estrategia” desde un punto de vista militar, Sampaio dijo que una “estrategia es la forma como movemos nuestras fuerzas para obligar al adversario a

---

<sup>33</sup> Disponible em: <http://www.choike.org/nuevo/informes/2485.html>

moverse en contra de sus propios intereses”. Por eso resulta fundamental, agregó, no dejarse dominar ni liquidar por el sistema, y tener la habilidad de ir logrando “victorias parciales como forma de alcanzar la victoria definitiva”.

### **Campesinos al frente**

Muy enérgica resultó la exposición del hondureño Rafael Alegría, coordinador del secretariado internacional de Vía Campesina, un movimiento mundial que nuclea a campesinos y campesinas de Asia, África, América y Europa.

Alegría comenzó afirmando su concordancia con Sampaio en cuanto a que la lucha por la reforma agraria es una lucha política. Particularmente “en América Latina los procesos de reforma agraria tuvieron históricamente componentes políticos”. Citó como ejemplo a la revolución cubana de 1959, después de la cual se iniciaron en varios países de América Latina (como Bolivia, Chile, México y Venezuela) procesos de reforma agraria, pero sobre todo orientados a la promoción de la materia prima por parte de las industrias y el capital. “No se trató”, dijo Alegría, “de una reforma revolucionaria”.

Paralelamente iban creciendo y adquiriendo fuerza los movimientos sociales en todo el continente, particularmente los de los indígenas y las mujeres.

“Pero para los años 90 todo cambió, y el modelo neoliberal pasó a enfocar directamente el asunto de la tierra, la soberanía alimentaria, el comercio, los recursos naturales, el agua a través de procesos de modernización impuestos por el Banco Mundial. Se sustituyó la reforma agraria por una serie de políticas donde la tierra pasó a ser considerada una mercancía con valor comercial”.

Alegría agrega que este cambio también trajo bajo el brazo otro componente: destruir a los movimientos sociales que venían luchando por la reforma agraria. “Pero no lo lograron”, dijo. “Y ahora, ante el fracaso del modelo neoliberal el tema de la reforma agraria regresa con fuerza”. El dirigente hondureño señaló que antes se trataba de una lucha casi exclusivamente masculina, pero que ahora participan activamente también las mujeres (Alegría comentó irónicamente la paradoja de que en la mesa no hubiera ninguna mujer presente), lo cual arrancó aplausos del nutrido público asistente.

Pero no alcanza con unirse hombres y mujeres. “Ante un modelo global, hace falta una lucha global”, dijo Alegría, agregando que se debe profundizar la coordinación entre campesinos de todo el mundo que tienen los mismos problemas. También alertó sobre el aumento de la represión contra los hombres y las mujeres del campo. Y abogó por fortalecer

la campaña global, con foco en la tierra, la biodiversidad, y los recursos naturales, uniendo fuerza con movimientos sociales no sólo de campesinos.

### **Luchas varias, estrategia común**

Dirigentes de Indonesia, Egipto, Cuba y Sudáfrica realizaron un breve repaso de la situación de los campesinos en sus respectivos países. Después, Joao Pedro Stedile, del MST, presentó -a modo de conclusiones- una serie de puntos estratégicos que le sirvieron para hacer una llamada mundial a la movilización.

Stedile dijo que, en el último encuentro de Vía Campesina realizado en junio de 2004, se pudo constatar que la realidad se repite en todos los países (“con la excepción de Cuba”) “como si se tratara del mismo capítulo de una novela. La agricultura está siendo dominada por los intereses del capital internacional y sus mecanismos financieros, resultando en una enorme concentración del capital en no más de diez corporaciones”. De esta manera, agregó, unas pocas grandes corporaciones tratan de controlar un modo de producción, de comercio agrícola y hasta de imposición de precios, los cuales son determinados por un poder monopólico.

Se trata, agregó el dirigente brasileño, de un proceso de internacionalización que tiende a una dominación en la producción de alimentos. “Ya no se trata de que los campesinos tienen que lidiar con el comerciante de la esquina, ni siquiera con su gobierno local o nacional, porque hasta los gobiernos pierden autonomía para desarrollar políticas públicas en materia de reforma agraria frente al avance de este modelo unificado”.

Por estos motivos, Stedile marcó cuatro puntos claves a tener en cuenta:

- la defensa de la tierra como derecho fundamental para que millones de seres humanos puedan tener una vida digna
- asumir la lucha por la soberanía alimentaria, los alimentos no son una mercancía sino una condición fundamental para la supervivencia y la dignidad humanas
- no aceptación de la Organización Mundial de Comercio (OMC) como reguladora del mercado agrícola; la OMC carece de legitimidad, es un arma del gran capital y no se debe tratar de influir en sus tomas de decisión, sino denunciar su legitimidad.
- reivindicación de las semillas como soberanía de la humanidad

Stedile anunció además una serie de fechas clave para este año, como parte de la agenda de movilización: en abril se realizará una jornada mundial contra las transnacionales, los transgénicos y la OMC; se llamará a organizar manifestaciones, ocupar tierras y símbolos de estos “enemigos” de los campesinos del mundo. El 16 de octubre se volverá a conmemorar el Día Internacional de Lucha por la Soberanía Alimentaria, en donde se insistirá con la lucha

contra los transgénicos a través de la concientización del público, que come sin saber realmente qué contienen -o qué consecuencias para su salud pueden tener- los alimentos.

El evento fue organizado por Vía Campesina , Movimiento de Trabajadores Sin Tierra (MST), Red Social de Justicia y Derechos Humanos, Centro de Estudios para el Cambio en el Campo Mexicano (CECCAM) , Asociación Brasileña de Reforma Agraria (ABRA), Food First International Action Network (FIAN), Comisión Pastoral de la Tierra (CPT), Land Research Action Network y Focus on the Global South.

No será la última vez que se escuche hablar del tema de la reforma agraria durante este Foro Social Mundial: para el domingo 29 está prevista una conferencia sobre el Foro Mundial sobre la Reforma Agraria que se realizó en Valencia, España, del 5 al 8 de diciembre de 2004. Durante la conferencia se difundirán los análisis y propuestas formuladas durante el Foro de Valencia a través de las tres conferencias plenarias y 25 talleres que allí tuvieron lugar.

## **Anexo B - Entrevista a João Pedro Stédile**

Entrevista a João Pedro Stédile, coordinador del Movimiento de los Trabajadores Rurales Sin Tierra: "Es una vergüenza que un gobierno electo para realizar cambios sea rehén de las multinacionales"<sup>34</sup>

Roberta Araujo  
Tribuna da Imprensa

Traducido para Rebelión por Hugo Scotte

A favor de una reforma agraria integrada con industrias nacionales para generar renta en el campo, el coordinador nacional del Movimiento de los Trabajadores Rurales Sin Tierra (MST), João Pedro Stédile, piensa que la propuesta del gobierno de Lula para resolver la cuestión de la tierra no sólo camina a pasos lentos también "es una vergüenza nacional".

Contrario al llamado agronegocio, hace críticas a la gestión de Roberto Rodrigues y cree que el ministro de Agricultura, junto con las empresas multinacionales que investigan y producen semillas transgénicas, estén actuando directamente contra la reforma agraria.

"Es una vergüenza que un gobierno electo para realizar cambios sea rehén de las multinacionales y también haya aprobado una ley (de Bioseguridad) que libera los transgénicos. El presidente Lula no sabe la estupidez que va a escribir para la Historia".

**TRIBUNA DA IMPRENSA - ¿Cómo analiza usted la propuesta de reforma agraria del gobierno de Lula?**

**JOÃO PEDRO STÉDILE** - Los movimientos sociales que actúan en el campo, como MST y otros movimientos de la vía campesina y la propia Contag, firmaron un acuerdo con el gobierno Lula, en noviembre de 2003, en que el gobierno se comprometía a asentar 430 mil familias en los tres años que restaban de mandato. Y se comprometía a implementar el Plan Nacional de Reforma Agraria. Pasados dos años, el gobierno asentó cerca de 55 mil familias, no sigue el Plan Nacional de Reforma Agraria y, frecuentemente, el área económica gubernamental recorta los recursos. O sea, a pesar de la buena voluntad del presidente Lula, la reforma agraria de su gobierno es una vergüenza, anda a pasos de tortuga.

---

<sup>34</sup> Disponível em: <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=13468>

**¿Usted cree que el gobierno de Lula ha sido omiso en la creación de proyectos para asentamientos de tierra?**

No se trata de omisión. La reforma agraria está paralizada por tres motivos básicos. Primero: el Estado brasileño continúa fiel a su naturaleza de apenas garantizar los privilegios de los ricos y de los bancos. Segundo: el agronegocio de los hacendados se unió a las transnacionales poderosas de la agricultura, como Monsanto, Cargill, Bunge y, junto con el ministro de agricultura Roberto Rodrigues, hace campaña directa contra la reforma agraria. El tercer motivo es que la política económica, que prioriza el superavit primario, los intereses y las exportaciones, es incompatible con la reforma agraria, que representa puestos de trabajo, producción de alimentos y mercado interno. Entonces, mientras tengamos una política económica neoliberal, no es posible realizar la reforma agraria, que depende de un proyecto de desarrollo nacional.

**¿Qué tipo de reforma agraria idealiza el MST ?**

El MST y los movimientos sociales del campo tienen unidad en torno a un proyecto de reforma agraria, que se llama a Carta de la Tierra, aprobada por todos los movimientos en abril de 2003. Nuestra visión es que, primero, la reforma agraria debe depender, debe formar parte de un proyecto nacional de desarrollo dirigido hacia la industria nacional, el mercado interno y, sobretodo, la generación de empleo y distribución de renta. Es para eso que sirve la reforma agraria.

**¿Y la cuestión de los asentamientos?**

Nuestra reforma agraria involucra no sólo la distribución de tierras. Es necesario articular los asentamientos con agroindustria cooperativada. Cada asentamiento tendría que tener una cooperativa con agroindustria, produciendo alimentos para el mercado interno con incentivo del BNDES (Banco Nacional de Desarrollo), del gobierno. Es necesario democratizar la educación, llevar la educación al campo. No como ahora, que los alcaldes lleven los niños y los adolescentes a la ciudad. Por último, una reforma agraria integrada con técnicas agrícolas que respeten el medio ambiente y consigan aumentar la productividad, pero produciendo alimentos de calidad.

**¿La propuesta del MST para a reforma agraria diverge de la defendida por la Comisión Pastoral de la Tierra?**

No diverge en nada. Hemos discutido y debatido juntos.

**¿Cuál es su análisis sobre el agronegocio, una vez que existe una tendencia de que este tipo de producción se expanda cada vez más?**

La palabra agronegocio, en su sentido estricto, significa todas las actividades agrícolas que se dedican al mercado. Por lo tanto, a rigor, todo productor rural que vende algo practica el agronegocio. Pero aquí, en Brasil, la burguesía agraria nacional, el ministro Roberto Rodrigues, aliados a las transnacionales, transformaron el término en sinónimo de una condición específica de la producción agrícola, que se transformó en sinónimo de grandes propiedades modernizadas, que provocan desempleo, con alta productividad, dedicadas al monocultivo para exportación. Por tanto, el agronegocio predicado en la televisión y sus aliados de las transnacionales, no pasa de una "plantation" recolonizada.

**¿Desde su punto de vista, a quién favorece el agronegocio?**

Es la expresión de una clase social que sólo quiere ganar dólares exportando, no importa si a costas del medio ambiente, del desempleo, etc. En realidad se trata del nuevo maquillaje de la vieja colonización agroexportadora. Por eso no desarrolla el país, no genera empleo. Sólo gana dinero media docena de hacendados, encandilados por las multinacionales, porque ellas sí, controlan el comercio agrícola internacional y son quienes están ganando mucho dinero, en las exportaciones de soya, azúcar, cacao, madera etc.

**¿Existe la posibilidad de que la propuesta de reforma agraria del MST se integre con la propuesta del agronegocio?**

Son dos cosas totalmente diferentes. Como afirmé anteriormente, el agronegocio es el nuevo maquillaje moderno del colonialismo, ahora al servicio de 10 empresas multinacionales. La reforma agraria que nosotros defendemos es aquella integrada con el mercado, pero el de producción de alimentos para el mercado interno. Una reforma agraria destinada al pueblo, para las necesidades del pueblo, para producir alimentos, generar empleos, utilizar la tierra respetando el medio ambiente para las generaciones futuras.

**¿En locales en los que está implantado el agronegocio hay más conflictos de tierra? ¿Por qué?**

En general los conflictos sociales que involucran el agronegocio ocurren en aquellos locales donde hay resistencia a este modelo y también en la frontera agrícola. Pero llamó la atención, por eso la Comisión Pastoral de la Tierra denunció que era emblemático que algunos

casos de extrema violencia eran practicados por esos hacendados considerados modernos. Vea: el mayor productor de frijoles del país, elegido alcalde de Unaí, es quien ordenó el asesinato de tres fiscales del trabajo, que investigaban trabajo esclavo en sus haciendas.

En Felisbugo, Minas Gerais, el hacendado Adriano Chafik era líder político de los hacendados, utilizaba técnicas modernas de cria de ganado nelore etc.. Fue el mismo que contrató 15 pistoleros y personalmente participó de la masacre que mató cinco trabajadores sin tierra en noviembre pasado, intentando realizar la desocupación a mano armada, violando la ley, porque sabía que sus tierras eran públicas y, por lo tanto, usurpadas. Fue necesario que murieran cinco compañeros para que la Justicia Agraria de Minas Gerais, en la semana pasada, diese la tenencia de aquella hacienda al Estado minero, pues estaba registrada en notaría como tierra Del Estado.

### **¿Y la muerte de la misionera Dorothy Stang?**

Los madereros que mandaron a matar a la hermana Dorothy son gente moderna, si dedican a la exportación... Las famosas multinacionales de los eucaliptos en Espírito Santo y el Sur de Minas Gerais son las mismas que tomaron tierras de los guaraníes para llenarlas de eucaliptos. En Rio Grande do Sul, son tan modernos que se arman para impedir que los técnicos del INCRA (Instituto Nacional de la Reforma Agraria) inspeccionen sus tierras. Ahora, se están en día con la ley, ¿por qué temen tanto?

### **¿Para usted, la disputa de la tierra se volvió una cuestión más doctrinaria que económica?**

El problema de la tierra en Brasil es un problema de la sociedad brasileña, por eso es llamada cuestión agraria. Es un problema nacional, pues muchos problemas sociales de que Brasil padece, el desempleo, éxodo de desempleados, la violencia en las ciudades, tienen su raíz en la cuestión agraria no resuelta. Por eso es una cuestión social. Pero es también una cuestión económica, porque ella podría sacar de la pobreza a millones de brasileños al garantizar acceso a la tierra, trabajo y vivienda digna, dando un porvenir para esas familias.

### **¿El señor aprobó la Ley de Bioseguridad?**

La Ley de "Bioinseguridad" es una vergüenza nacional. Fue sólo una forma de que las multinacionales, en especial Monsanto, consiguieran lo que querían, libertad total para diseminar las semillas transgénicas, controlar la agricultura y cobrar royalties de los agricultores. En las próximas elecciones, van a continuar financiando muchos de esos

diputados que votaron a favor de la ley, como ya financiaron en las elecciones pasadas. Hay rumores de que hasta un presidente estadual del PT se habría beneficiado de este apoyo en las últimas elecciones. Imaginen los otros...

### **¿Qué espera usted del presidente Lula?**

Espero que el presidente Lula tenga el coraje de vetar diversos artículos que dan libertad total. Si no lo hace, será cómplice de esa irresponsabilidad social. De nuestra parte, junto con las entidades ambientalistas y las iglesias, vamos a entrar con una acción de inconstitucionalidad en el Supremo Tribunal Federal, pues la ley aprobada hiere brutalmente la Constitución. Vamos a exigir del Estado, tan fiel en exigir cumplimiento de la ley a los pobres, que la cumpla con vigor y exija que las empresas coloquen en la etiqueta de sus mercaderías si sus productos tienen transgénicos. ¿Si los transgénicos son tan buenos, por qué ellos no quieren colocar la composición del producto en la etiqueta? En el año pasado fueron comercializados 6 millones de toneladas de soya de Rio grande do Sul que era transgénica en el mercado interno. Y, a pesar de la ley, no apareció ningún producto rotulado. ¿Por qué será?

### **¿Entonces, el MST reprueba totalmente los transgénicos?**

No concordamos de ninguna manera. Nosotros y los movimientos siempre exigimos el derecho de pesquisa. Defendemos el principio de la precaución, o sea que no se puede liberar para efectos comerciales productos vegetales de los cuales nadie sabe las consecuencias para las personas, para los animales, para los agricultores, para el medio ambiente. Ya las multinacionales que detentan el monopolio de esas semillas solo quieren controlar la agricultura y cobrar royalties, no tienen ninguna responsabilidad social. ¿O será que ya encontraron al culpable por el mal de la vaca loca, qué mató cientos de personas en Europa? También ya está probado que las semillas transgénicas son homicidas; ellas no consiguen convivir con otras plantas y automáticamente se mezclan y las transforman en transgénicas. Eso pone en riesgo nuestra biodiversidad, que es lo que tenemos de más rico.

### **¿Pero por qué será que hay países que liberaron los transgénicos, cómo Estados Unidos, por ejemplo, por qué hicieron eso?**

En todo el mundo, todos son precavidos y exigen el control de los transgénicos. ¿Por qué será que apenas Estados Unidos, Canadá y la Argentina de los tiempos de Menem liberaron los transgénicos? Porque en esos países no hay gobierno hay interés de las empresas transnacionales. Es una vergüenza que un gobierno electo para realizar cambios sea rehén de

las multinacionales y también haya aprobado una ley que libera los transgénicos. El presidente Lula no sabe la estupidez que va a escribir para la historia.

(NOTAS DE LA REDACCIÓN: Tanto el alcalde de Unaí, Antério Mânica, como el hacendado Adriano Chafik, son por ahora, sospechosos de estar involucrados en los crímenes. No fueron considerados culpables por la Justicia)

Rio de Janeiro, 28 de marzo 2005

### **Anexo C - Agricultura - Brasil: Insatisfacción por la reforma agraria<sup>35</sup>**

*La reforma agraria de Brasil ha procurado tierras a cerca de un millón de familias en 20 años. Su ejecución es un avance para el gobierno, un logro insuficiente para el movimiento campesino y un resultado casi inútil para la oposición.*

Durante el primer gobierno de Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2006), 381.419 familias recibieron tierras, según el Ministerio de Desarrollo Agrario. Además, se adoptaron políticas complementarias, como ampliación de crédito, garantía de precios mínimos y educación y asistencia técnica a los pequeños agricultores, dijo a IPS Caio França, jefe de gabinete de esta cartera.

El Programa Nacional de Fortalecimiento de la Agricultura Familiar cuadruplicó en ese mismo periodo los recursos destinados a financiar el sector agrario, alcanzando 10.000 millones de reales (4.750 millones de dólares), con lo que alcanzó a beneficiar 1,9 millones de familias, el doble que cuatro años atrás, agregó França.

Pero los planes para el sector durante el segundo mandato de Lula (2007-2010) aún están por definirse, así como la persona a cargo del ministerio.

Este gobierno "no cumplió su propio Plan Nacional de Reforma Agraria", y de las siete promesas hechas ante una marcha campesina a fines de 2003 "cumplió sólo una: la de distribuir canastas básicas de alimentos a las familias acampadas", dijo Joao Pedro Stédile, uno de los coordinadores del Movimiento de los Trabajadores Rurales Sin Tierra (MST), principal organización campesina.

La meta para 2003-2006 era adjudicar tierra a 400.000 familias y sólo faltó 4,65 por ciento para cumplirla, según cálculos del gobierno. Pero el MST considera que las cifras oficiales están infladas pues incluyen posesiones legalizadas y reemplazos de familias que desistieron. Además, la organización campesina reclama una reforma más amplia y rápida.

Asimismo, el MST se queja de que no se priorizó a las familias que llevan años viviendo en campamentos a la espera de tierras, ni se actualizó el índice de productividad que los predios rurales, un parámetro sobre el cual se ordena la expropiación con fines de reforma agraria, ya que la Constitución establece que "la propiedad atenderá a su función social".

En otros compromisos, como el fortalecimiento institucional del sector, hubo avances en materia de fondos, ya que se "triplicó" el presupuesto del Instituto de Colonización y

---

35

Disponível

em:

[http://www.gloobal.net/iepala/global/fichas/ficha.php?entidad=Textos&id=2671&opcion=descripcion#ficha\\_gloobal](http://www.gloobal.net/iepala/global/fichas/ficha.php?entidad=Textos&id=2671&opcion=descripcion#ficha_gloobal)

Reforma Agraria (Incra), y en normas, se aprobó en 2006 la ley de agricultura familiar, además de que se incrementaron los mecanismos de apoyo y capacitación, sostuvo França.

Sin embargo, los conflictos por la tierra persisten. Decenas de miles de familias viven en campamentos, campesinos organizados siguen "ocupando" predios que consideran improductivos y objeto de expropiación para fines de reforma agraria, y se producen choques entre propietarios y ocupantes con muertos y heridos.

Pese a todo, el problema ya no parece movilizar a la opinión pública como antes lo hacía.

La lucha campesina también multiplicó sus blancos. En su última gran ofensiva, protagonizada por mujeres en vísperas de su Día Internacional, el 8 de marzo, miles de ellas ocuparon plantaciones de eucaliptos en el sur del país, un banco estatal de fomento en Río de Janeiro, una empresa minera en el estado de Minas Gerais y una planta de etanol en el interior de São Paulo, entre otras acciones.

De hecho, ahora el movimiento campesino también protesta contra los monocultivos forestales de la industria de la celulosa para papel, a los que llama "desiertos verdes", las semillas transgénicas, los grandes proyectos hidroeléctricos, los tratados de libre comercio, las empresas transnacionales, el agronegocio exportador y hasta los biocombustibles, que desplazan la producción de alimentos.

Ocurre que Vía Campesina, el movimiento internacional que coordina a 56 organizaciones, reúne en Brasil a grupos rurales de la Iglesia Católica, de afectados por las represas, de pequeños agricultores, de mujeres campesinas y al MST. Cada agrupación tiene sus demandas específicas, pero están unidos contra "el enemigo común: el modelo agrícola del agronegocio" controlado por el capital financiero internacional, explicó Stédile.

El dirigente del MST se mostró muy pesimista frente al segundo gobierno de Lula, que se está volviendo "de centroderecha" por sus "compromisos con el agronegocio" y con las fuerzas conservadoras, dijo.

"No esperamos nada" de su gestión, y sólo un incremento de la movilización de los campesinos podría dar "velocidad y amplitud a la reforma agraria", concluyó.

Quienes rechazan la reforma agraria, principalmente los grandes agricultores, coinciden con Francisco Graziano, secretario de Medio Ambiente del sureño estado de São Paulo, quien vaticinó en un artículo publicado en el diario O Estado de São Paulo que será "el mayor fracaso mundial de un programa público".

Un millón de familias asentadas en predios sometidos a reforma agraria ocupan cerca de 60 millones de hectáreas, casi lo mismo que los 62 millones de hectáreas laboradas por la

agricultura empresarial, sin que se sepa cuánto producen y "sin mejorar la riqueza en el campo, al contrario, diseminando la pobreza", acusó Graziano.

Esas cifras están manejadas "sin rigor", pues el área destinada a la reforma agraria entre 2003 y 2006 fue de 31 millones de hectáreas, pero ésta incluye zonas de preservación permanente de bosques, no cultivables, que en la Amazonia alcanzan a 80 por ciento de los predios, contrarrestó França.

La agricultura familiar en Brasil ocupaba un área total de 110 millones de hectáreas, equivalentes a 45 por ciento de los 244 millones de hectáreas en manos de grandes propietarios, según el Censo Agropecuario de 1995-1996.

Pero el Valor Bruto de Producción de la agricultura familiar representaba 62,6 por ciento del generado por los grandes propietarios --que sólo cultivan 62 millones de hectáreas--, lo que constituye una ventaja productiva sobre éste.

El nuevo Censo Agropecuario, cuyos resultados se divulgarán en 2008, permitirá evaluar con datos efectivos el impacto de la reforma agraria, su contribución a las economías locales y al desarrollo rural, observó França.

## **Anexo D - Para enfrentar los cambios radicales en la agricultura latinoamericana - El regreso del desarrollo rural 36**

Estamos enfrentando drásticos cambios en el mundo rural. Las viejas perspectivas no son siempre adecuadas, ya que están ocurriendo profundas modificaciones en la producción agrícola, el papel del Estado, la coyuntura internacional y el papel de los actores sociales. No son cambios de grado, sino que en realidad está ocurriendo una transformación sustancial que afecta negativamente en especial a los pequeños agricultores y campesinos.

Las reformas de mercado que tuvieron lugar en las décadas de 1980 y 1990 liberalizaron el comercio agrícola en casi todos los países, y desmontaron muchas medidas de protección y apoyo estatal a los pequeños productores y a los mercados nacionales de alimentos. Las agencias gubernamentales de extensión rural fueron reducidas, mientras se aplicaban paquetes tecnológicos promovidos desde el sector privado. La producción apuntó cada vez más hacia las exportaciones y las agroindustrias cobraron un papel protagónico.

Simultáneamente no sólo tuvo lugar una crisis de los estudios sobre el desarrollo, sino que los enfoques en cuestiones rurales dejaron de ser un tema relevante o eran tildados de anticuados. Esta situación es tan dramática, que pocos meses atrás, la ministra de agricultura de Chile afirmaba que poco sabía sobre los temas rurales, pero eso no era importante en tanto lo que el campo necesitaba era un gerente. Tiempo atrás esas declaraciones hubieran resultado escandalosas, pero hoy no despiertan una mayor desaprobación pública.

La coyuntura internacional también cambió. Comencemos por señalar que nos encontramos en lo que se describe como un super-ciclo de las materias primas (commodities), donde se espera por lo menos una década de altos precios de los agroalimentos. Esto se debe a factores como la demanda desde China y otros países de Asia o a la especulación generada por fondos de inversión de los países industrializados.

Simultáneamente avanza un cambio más radical en las relaciones entre la propiedad de la tierra y su manejo en varios países, especialmente en el Cono Sur. Se diseminan convenios de arrendamiento o de gestión, por el cual un agricultor empobrecido o endeudado cede el control de su tierra. Llegan administradores rurales que aplican paquetes tecnológicos volcados hacia los rubros de mayor rentabilidad, controlan decenas o centenas de predios y cubren diferentes regiones agroecológicas. Exprimen los recursos naturales del suelo en tanto

esos convenios duran unos pocos años, y una vez que los rendimientos caen simplemente se trasladan a otros predios. Esto representa otro cambio radical, donde la propiedad de la tierra como factor determinante es superada por un control sobre los procesos productivos. El capital hace que se impongan nuevos estilos de producción y comercialización.

A pesar del aumento de algunos productos agropecuarios, el encarecimiento de insumos como fertilizantes y combustibles hace que los márgenes de rentabilidad se reduzcan. Este fenómeno también golpea particularmente a los agricultores más pequeños, y bastan acotadas fluctuaciones de mercado o pérdidas de cultivos por pestes, sequías o inundaciones, para que vuelvan a caer en el endeudamiento. En esa situación deben vender sus tierras o ceden el control de su gestión a estos nuevos “administradores” rurales.

Los que sobreviven quedan atrapados en una lucha por el excedente que se origina en el campo. Los debates de unos diez años atrás enfocados en el acceso a los mercados de exportación y el deterioro de los términos de intercambio han sido reemplazados por tensiones y conflictos en cómo aprovechar esta bonanza comercial. Esas tensiones atrapan a todos: los agricultores, las grandes empresas, y los propios gobiernos.

Estos cambios son de tal envergadura que los actores rurales se organizan de nuevas maneras, impensables bajo las viejas categorías. El conflicto que mantienen en Argentina los productores agropecuarios y el gobierno de Cristina Kirchner ejemplifica las nuevas dinámicas. Allí protestan codo a codo los pequeños agricultores junto a grandes hacendados y empresarios. Se ha dicho que esa reacción expresa la voz de la oligarquía o del patriciado rural, pero esas definiciones no reflejan adecuadamente esa nueva vinculación. “No nos une el amor, sino el espanto ante el gobierno”, repite uno de los dirigentes de los agricultores familiares como explicación de la vinculación de su organización con los grandes hacendados conservadores. Están en marcha nuevas alianzas en el medio rural que tiempo atrás eran impensables, donde por un lado se usan mecanismos de protesta de los movimientos populares, pero por otro lado no se aborda la esencia del estilo de desarrollo rural, sino que la lucha radica en la apropiación de la riqueza que genera el campo.

Entretanto entre los gobiernos existen muchas dificultades para generar una nueva estrategia de desarrollo rural. Esto se debe a que la agricultura actual es funcional a la presente dinámica del Estado. Por ejemplo, en Argentina si bien ahora se cuestiona la “sojización” del campo, durante la gestión de Néstor Kirchner tuvo lugar el mayor aumento de la producción sojera: creció de un poco más de 31 millones de toneladas, en 2003/04, a más de 47 millones ton en 2006/07 (un incremento de casi el 50%). Se promovió ese

monocultivo, ya que el aumento en esas exportaciones permitía recaudar más impuestos para financiar el gasto gubernamental.

Las medidas de apoyo que se anuncian también tienen muchas limitaciones. Recientemente se implantaron en Argentina compensaciones a los agricultores. Pero su examen demuestra no solo que el valor total de ese fondo es modesto, sino que además aproximadamente un 70% se destinó a la agroindustria (concentrado en unas pocas empresas), y apenas un 30% alcanzó a los agricultores. Entretanto, en Ecuador, el presidente Rafael Correa presentó un paquete de asistencia para la agricultura y los alimentos por un total de US\$ 415 millones, pero lastimosamente casi el 70% está destinado a subsidiar agroquímicos (US\$ 287 millones). Estos son ejemplos de las dificultades de los gobiernos progresistas en generar otro estilo de desarrollo agropecuario, ya que de una y otra manera vuelven a caer en apoyar a las agroindustrias. Tampoco deben olvidarse los programas de apoyo a los agrocombustibles, que empeoran la situación en el mismo sentido, al acentuar la dependencia del comercio exterior y ocupar tierras que podrían dedicarse a proveer alimentos.

La integración regional podría brindar algunas alternativas para recuperar autonomía frente a las presiones económicas internacionales. Pero en ese frente tampoco hay novedades auspiciosas ya que ese tema sigue siendo marginal en el seno de la integración regional. Por ejemplo, el MERCOSUR que como bloque es uno de los más grandes agroexportadores del mundo, carece de una política agropecuaria común y tampoco coordina su oferta comercial internacional, y de hecho los países compiten entre ellos.

Afectados por todos estos factores, una vez más los pequeños productores y los campesinos quedan marginados y olvidados. Muchos apoyos financieros en realidad terminan en el sector agroindustrial, mientras que las medidas sociales compensatorias apenas logran paliar los efectos negativos de estos procesos. Si continúan estas tendencias se corre el riesgo de la desaparición de buena parte de la agricultura familiar, mientras que la agricultura campesina quedará atrapada en la pobreza y la subsistencia, dependiente de las oportunidades de algunos mercados locales o de la caridad social. Debemos reconocer que esta problemática es todavía más grave que en el pasado, y no enfrentamos problemas coyunturales o de grado, sino que se están desarrollando cambios que son sustanciales y radicales. Por ello las medidas parciales y aisladas son insuficientes. Es necesario volver a discutir sobre el desarrollo en general, y sobre el desarrollo rural en particular, para generar cambios y alternativas muchos más profundos y abarcadores, bajo nuevas miradas, y que además deberán ser radicales.

## **Anexo E - El informe del Banco Mundial sobre acaparamiento de tierras: más allá del humo y los espejos 37**

GRAIN - septiembre de 2010

El 7 de septiembre, el Banco Mundial (BM) decidió por fin publicar su muy anticipado informe sobre el acaparamiento de tierras a nivel mundial. Tras años de trabajo, varios meses de negociación política y quién sabe cuánto dinero gastado, el informe fue difundido de manera informal en el sitio electrónico del BM —únicamente en inglés. 1

El informe es a la vez un fracaso y un motivo de desencanto. Todo mundo esperaba que el Banco proporcionara nuevos y sólidos datos obtenidos en el lugar de los hechos, acerca de estas “adquisiciones de tierra a gran escala”, para usar su terminología, que han provocado controversia desde 2008. Después de todo, el Banco Mundial ha tenido acceso a los gobiernos y a las corporaciones de un modo que los periodistas o los investigadores de las organizaciones no gubernamentales nunca podrían tener. El banco mismo dice que ésta fue su ambición central. Pero apenas si hay algo nuevo en todo el documento de 160 páginas. El BM dijo que iba a mirar, concretamente, la situación de 30 países, pero únicamente revisa 14. Parece que las compañías se negaron a compartir información acerca de sus inversiones en tierras de cultivo, como lo hicieron los gobiernos que pusieron a disposición las tierras. Así que el BM recurrió entonces a farmlandgrab.org, un sitio electrónico que administra GRAIN, para elaborar una base de datos de todos estos tratos, según los informes de los medios, y envió a equipos de consultores para ver si eran reales o no. 2 ¿No puede el Banco Mundial hacer algo mejor?

“El panorama general de estos estudios de caso es el fracaso para articular, implementar y poner en efecto regulaciones ambientales. Banco Mundial “Rising global interest in farmland”, p.88

### **Feos hallazgos**

Lo que sus investigadores e informantes hallaron corrobora lo que muchos hemos estado diciendo durante los últimos dos años. Sí, desde las crisis alimentaria y financiera de 2008 hay un “enorme” acaparamiento de tierras en curso por todo el mundo y no hay signos de que éste amaine. El Banco dice que los 463 casos? que encontró en farmlandgrab.org entre

---

37 Disponible en: <http://www.grain.org/articles/?id=71>

octubre de 2008 y junio de 2009 cubren por lo menos 46.6 millones de hectáreas de tierra y que la mayoría de éstas se encuentran en el África subsahariana. Los reportes en campo validan que 21% de estos proyectos están “en operación”, más de la mitad están en el proceso de “desarrollo inicial” y cerca de 70% ya fue “aprobado”.<sup>3</sup> El Banco minimiza estas cifras, y las presenta como evidencia de que los tratos para apoderarse de tierras son más un invento que una realidad. Por el contrario, nosotros pensamos que estos datos demuestran que hay muchos proyectos avanzando, y debe haber muchos más pues los datos del Banco son obsoletos, dado que hay muchos nuevos contratos que están ocurriendo todo el tiempo.

Los hallazgos del BM corroboran también lo que otros han estado diciendo acerca del impacto de estos acaparamientos de tierras. Su conclusión general es que los inversionistas se aprovechan de “condiciones de gobierno débiles” y de la “ausencia de protección legal” para las comunidades locales (es decir, donde es frágil el reconocimiento que brinda el gobierno nacional a los derechos de quienes viven en esas tierras), con lo que pueden expulsar a la gente de sus tierras. Además, otro hallazgo es que las inversiones casi no le reditúan nada a las comunidades afectadas en términos de empleos o compensación, por no hablar de seguridad alimentaria. El mensaje que nos queda es que virtualmente en ninguna parte de los países y casos que examinó el Banco Mundial hay algo que celebrar:

Muchas inversiones [...] no pudieron cumplir las expectativas y en vez de generar beneficios sustentables, contribuyeron a la pérdida de propiedades y dejaron a la gente de la localidad peor que antes de las inversiones. De hecho, pese a que se ha hecho el esfuerzo de cubrir un amplio espectro de situaciones, los estudios de caso confirman que en muchas ocasiones los beneficios fueron menos que lo que se esperaba o no se materializaron en lo absoluto.<sup>4</sup>

El BM proporciona una tabla con algunos muy breves resúmenes de los efectos de las inversiones extranjeras en la tierra de cultivo de cinco países. (Ver recuadro). Ésta es una de las pocas instancias en que el Banco se pone a detallar el modo en que estas inversiones funcionan en el lugar de los hechos. La tabla pinta un panorama horrible. Comunidades completas están siendo expulsadas de sus tierras, los trabajadores son explotados, surgen violentos conflictos (el representante en jefe de una compañía resultó muerto), los inversionistas quebrantan leyes e incumplen promesas, y más. ¿Qué dice el banco de estos “inmensos riesgos” y “peligros reales”, como les llama? Que no debemos alarmarnos, porque hay “igualmente grandes oportunidades”.

### **Lo que el informe no dice**

Gran parte del informe es puro humo y espejos al hablar del potencial para la producción agrícola, y no de “una fiebre global por tierras” como se le llamaba previamente. 5 Le nubla la mente a los lectores con datos y cifras acerca de brechas en rendimientos y uso de la tierra, y de cómo la productividad puede incrementarse con investigación y tecnologías innovadoras. Nos apabullan con un concentrado de mapas y cuadros de zonas agroecológicas que no dicen mucho excepto que el mayor potencial para producir alimentos parece estar localizado.

Cualquiera que mire más allá del efecto del humo y los espejos puede ver que el informe es más significativo por lo que no dice que por lo que sí muestra. Si el Banco Mundial hubiera querido arrojar luz sobre esta nueva tendencia de inversiones por lo menos habría descornado la cortina para que pudiéramos ver a los inversionistas. ¿Quiénes son ellos? ¿Qué es lo que buscan? ¿Qué tanto de los flujos de inversión son privados y qué tanto son públicos? Sin este tipo de información, no podemos emprender muchos análisis. Por ejemplo, hemos escuchado a las compañías decir en numerosas ocasiones que sus inversiones no tienen nada que ver con la “seguridad alimentaria” —que se trata de negocios, simple y llanamente. Habría sido más útil sopesar con exactitud quiénes están involucrados y cuáles son sus propósitos sin las fantasías con que adornan el asunto.

De hecho, a principios de este año, el Banco Mundial compartió alguna información de este tipo cuando identificó, para la Plataforma Global de Donantes para el Desarrollo Rural [una red de 34 donantes bilaterales y multilaterales e instituciones internacionales de financiamiento], los países más señalados como objetivo de estos tratos de acaparamiento de tierras y los principales países de origen de los inversionistas entre 2008 y 2009 (ver tabla 1). Pero en su informe final, el Banco decidió no dar nombres, lo que hace que todo mundo especule sobre las razones para no proporcionarlos.

Esto no es todo lo que el BM dejó fuera del informe. “El velo de misterio que con frecuencia rodea estos acuerdos comerciales de tierra debe levantarse para que la gente pobre no tenga que pagar el enorme precio de perder su tierra”, declaró Ngozi Okonjo-Iweala, director administrativo del Banco Mundial, al dar a conocer el estudio. Es verdad. Y bien podría haber puesto a disposición del público todos los contratos y los acuerdos entre Estados e inversionistas que el equipo de investigación del BM tuvo oportunidad de conocer en el curso de su investigación. Las comunidades necesitan tener acceso a los términos reales de estos tratos comerciales para poder juzgar por sí mismas. No será suficiente la propaganda de las corporaciones y los gobiernos. No obstante es muy difícil tener acceso a estos documentos. Si el Banco Mundial en verdad quisiera descornar el velo de misterio, debería

comenzar por divulgar estos documentos legales y hacerlos accesibles al dominio público. Estaríamos gustosos de darles cabida en [farmlandgrab.org](http://farmlandgrab.org) y ayudar garantizando que se tradujeran a los lenguajes locales.

Otro asunto del que el informe calla es el profundo involucramiento del Banco Mundial en estos tratos comerciales. Por décadas, el Banco ha sido un activo promotor de aproximaciones de mercado al manejo de la tierra mediante mecanismos de préstamo y políticas públicas afines. Esto significa la privatización de los derechos agrarios, al convertir el derecho ancestral en títulos mercantilizables, al retirarse el Estado y al efectuarse las reformas legales necesarias para que funcionen los mercados agrarios al estilo occidental. Si el Banco ahora dice que tantos países, en especial en África, están “mal equipados” para lidiar con el “repentino flujo de intereses” por parte de los inversionistas en tierras de cultivo, entonces ¿qué tan buenas fueron los servicios de consultoría y las políticas que implementó el Banco durante los últimos treinta años? 6

De un modo más directo, el brazo de inversiones comerciales del Banco Mundial, la Corporación Financiera Internacional, es un organismo de inversión importante en numerosas firmas de acciones privadas que están comprando derechos a tierras de cultivo mientras la Agencia Multilateral de Garantía de las Inversiones (conocida como MIGA por sus siglas en inglés), proporciona seguros contra riesgos políticos a los proyectos de acaparamiento de tierras (ver Tabla 2). MIGA, por ejemplo, ha puesto hasta 50 millones de dólares, para cubrir las inversiones de 300 millones de dólares de Chayton Capital en Zambia y Botswana. Para otras firmas, como el fondo de cobertura británico SilverStreet capital, ha sido crucial el papel de protección a las inversiones en tierra de cultivo proporcionado por MIGA. Si surgen los problemas, “ustedes contarán con el banco Mundial de su lado”, según lo pone Gary Vaughan-Smith, jefe de inversiones en SilverStreet. 7 MIGA, como la CFI, es una agencia con fines de lucro, con la misión de promover inversiones rentables en agronegocios situados en países en desarrollo para sus accionistas. Dados los múltiples intereses que poseen en los tratos comerciales en tierras de cultivo, no sorprende que el Banco promueva éstos pese a las tremendas realidades que uno encuentra en el terreno.

### **El resultado final**

El resultado final es que existe una gran desconexión entre lo que el Banco Mundial dice, lo que está ocurriendo en el terreno y lo que en verdad se necesita. Ahora mismo, numerosos gobiernos y organizaciones de la sociedad civil llaman a ponerle freno, de una

forma o de otra, a estos acuerdos. Australia, Argentina, Brasil, Nueva Zelanda y Uruguay son apenas unos cuantos de los países que actualmente debaten si deben introducir restricciones, a los más altos niveles de su política pública, a los extranjeros que buscan la propiedad de tierras agrícolas. Egipto es un país que intenta ser más estricto en mantener en manos de inversionistas nacionales los nuevos programas de inversión en tierras de cultivo. Mucho de esto, la parte no xenófoba, es o podría ser, el establecimiento de nuevas formas o expresiones de soberanía sobre la tierra, el agua y los alimentos en un momento en que hay tremendas presiones sobre los tres. Y muchas organizaciones campesinas, académicos, grupos de derechos humanos, redes de ONG y movimientos sociales claman por toda suerte de moratorias o prohibiciones o frenos a estos acaparamientos de tierra. Entre tanto, el hambre de los inversionistas privados en busca de tratos comerciales sobre tierras agrícolas prolifera. Un grupo de antiguos comerciantes de Cargill, por ejemplo, acaba de lanzar un fondo de mil millones de dólares que busca comprar tierra de cultivo en Australia, Brasil y Uruguay. 8

El Banco Mundial ha mostrado que no es un árbitro confiable o un manantial de buenas ideas sobre las cuales avanzar. Qué lástima que constatar esto le llevó tanto tiempo a las agencias a las agencias que se les comisionó ese estudio y costó tanto del dinero de los contribuyentes.

### **Para profundizar**

\* El informe del Banco Mundial puede descargarse en inglés de: <http://www.donorplatform.org/content/view//457/2687> El resumen ejecutivo en castellano está aquí: [http://ediscussion.donorplatform.org/wpcontent/uploads/2010/09/Land-Report\\_es.pdf](http://ediscussion.donorplatform.org/wpcontent/uploads/2010/09/Land-Report_es.pdf). El resumen en francés supuestamente estará en su sitio muy pronto.

\* Una selección de reacciones a este informe, muchas de las cuales proporcionan resúmenes de sus contenidos, puede hallarse en <http://farmlandgrab.org/cat/world-bank>

\* Un foro electrónico abierto sobre el informe del Banco Mundial está es promovido del 13 de septiembre al 8 de octubre de 2010 por la Plataforma de Global de Donantes en Desarrollo Rural, y el Instituto Internacional de desarrollo Sustentable. Visiten [http://www.donorplatform.org/component/option,com\\_wrapper/Itemid,2686](http://www.donorplatform.org/component/option,com_wrapper/Itemid,2686)