

**ALESSANDRA NATASHA COSTA RAMOS**

**A Democratização da Mídia:**

O papel da blogosfera na democratização da comunicação

**CELACC/ ECA-USP**

**2014**

**ALESSANDRA NATASHA COSTA RAMOS**

**A Democratização da Mídia**

O papel da blogosfera na democratização da comunicação

Tese apresentada para o Trabalho de Conclusão do Curso “Mídia, Informação e Cultura”, do Centro de Estudos Latino-Americanos em Cultura e Comunicação (CELACC), da Universidade de São Paulo, sob orientação do professor Renato Rovai, como requisito parcial para a obtenção do título de Especialista.

**CELACC/ ECA-USP**

**2014**

**À minha mãe Rita, pelo apoio e paciência diários.**

**“A tradição de todas as gerações mortas oprime como  
um pesadelo o cérebro dos vivos”**

Karl Marx (1852)

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço ao meu pai, Décio Ramos, e ao meu irmão, Diego Ramos, por sempre estarem por perto, apesar de distantes.

Ao meu orientador, professor Renato Rovai, por ter despertado, com suas aulas, meu interesse pelo tema.

Agradeço, também, ao meu grande amigo Thiago Cassis, pelos conselhos e conversas acerca do assunto.

Agradeço aos entrevistados, que gentilmente aceitaram participar deste trabalho, contribuindo com seus relatos e opiniões.

E, finalmente, agradeço à minha turma do curso de Midcult 2013/2014, pela troca de experiências e compartilhamento das angústias durante o processo do curso.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>08</b>
1.2 Procedimentos metodológicos.....	09
1.3 Objetivos da pesquisa.....	10
<b>2. O MONOPÓLIO DA MÍDIA.....</b>	<b>11</b>
<b>3. BLOGUEIROS PROGRESSISTAS.....</b>	<b>17</b>
3.1 Rodrigo Vianna.....	18
3.2 Altamiro Borges.....	20
<b>4. A CRIAÇÃO DO MOVIMENTO BLOGPROG.....</b>	<b>22</b>
4.1 I Encontro Nacional de Blogueiros Progressistas.....	25
4.2 II Encontro Nacional de Blogueiros Progressistas.....	26
4.3 III Encontro Nacional de Blogueiros Progressistas.....	26
4.4 IV Encontro Nacional de Blogueiros Progressistas .....	27
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>28</b>
<b>6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS E DIGITAIS .....</b>	<b>31</b>
<b>APÊNDICE.....</b>	<b>33</b>

## A Democratização da Mídia:

O papel da blogosfera na democratização da comunicação

Natasha Ramos<sup>1</sup>

### RESUMO

O campo da Comunicação no Brasil e no mundo tem passado por mudanças significativas no que diz respeito à maneira como a notícia é elaborada, distribuída e recebida pelos usuários. Por muito tempo, os jornalistas dos grandes veículos de comunicação falavam para o restante da população, sem que essa tivesse direito a voz. Com o advento da internet, e o surgimento da blogosfera e das redes sociais, houve uma mudança de paradigma no processo da informação. Hoje, os meios de comunicação de massa não falam mais sozinhos. Se antes, quando, por exemplo, o Jornal Nacional (instância máxima do jornalismo corporativo televisivo) contava uma história e era muito difícil haver contestações, hoje, não é mais assim. Gradativamente, essa força advinda da internet se organizou na chamada blogosfera progressista, composta, em grande parte, por jornalistas e ativistas digitais, cujo papel é, principalmente, questionar a forma como a notícia é transmitida pelos grandes veículos de comunicação. Esse grupo tem conseguido fazer um contraponto na informação política e, ao mesmo tempo, pautar temas como a democratização da comunicação. O presente trabalho pretende explicar a situação da mídia no Brasil, o monopólio exercido por ela, e apresentar o contraponto que surgiu a partir da internet: o movimento BlogProg, bem como, os encontros nacionais de blogueiros realizados por eles. A partir de relatos, documentos e entrevistas, mesclados a conceitos de teóricos da Comunicação, como Ignácio Ramonet e Dênis de Moraes, esta pesquisa apresenta um panorama deste novo paradigma da comunicação no Brasil.

**Palavras-Chave:** Comunicação, blogosfera, blog, democratização, mídia

---

<sup>1</sup> Alessandra Natasha Costa Ramos é pós-graduanda em Mídia, Informação e Cultura pelo Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação da ECA-USP, e bacharel em Comunicação Social – Jornalismo, pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP. Atua como jornalista, blogueira e fotógrafa.

## ABSTRACT

The field of Communication in Brazil and the world has gone through significant changes related to the way news are developed, distributed and received by users. For a long time, the journalists from the big communication vehicles spoke to the rest of the people, which did not have a voice. With the advent of the internet, and the emerging of the blogosphere and social networks, there was a paradigm shift in the information process. Today, mass communication mediums no longer speak alone. If before, when, for instance, *Jornal Nacional* (the maximum instance of televised corporate journalism) told a story and it was very hard for it to be contested, today, that is no longer the case. Gradually, this internet-supplied strength organized itself in what is called the progressive blogosphere, composed, by and large, of journalists and digital activists, whose role is, mainly, to question the way in which news are relayed by the mass media. This group has been successful in making a counterpoint in political information and, at the same time, pushing forward themes like the democratization of communication. This paper intends to explain the state of media in Brazil, the monopoly exercised by it, and present the counterpoint spawned by the internet: the BlogProg movement; as well as the national gatherings performed by bloggers. Through accounts, documents and interviews, intermixed with concepts from Communication theorists, like Ignácio Ramonet and Dênis de Moraes, this research presents a prospect of this new communication paradigm in Brazil.

**Keywords:** Communication, blogosphere, blog, democratization, media

## RESÚMEN

El campo de la comunicación y en el mundo ha atravesado cambios significativos relacionados con el modo en que las noticias se producen, se distribuyen y son recibidas por los usuarios. Por mucho tiempo, los periodistas de los grandes medios de comunicación les han hablado a las personas que no tenían ninguna voz. Con el advenimiento de internet, la emergencia de la blogosfera y de las redes sociales, hubo un cambio de paradigma en el proceso informacional. Hoy los medios de comunicación masivos ya no hablan solos. Si antes, por ejemplo, el Jornal Nacional (maxima instancia de periodismo televisivo corporativo) daba una noticia, era muy difícil que fuese respondida. Hoy ya no es el caso. Gradualmente, esta fuerza provista por internet se ha organizado en lo que es llamado la blogósfera progresiva, compuesta en buena parte por periodistas y archivistas digitales cuyos roles, fundamentalmente, cuestionar el modo en que las noticias son transmitidas por los medios masivos. Este grupo ha sido exitoso en marcar un contrapunto em relación a la información política y, al mismo tiempo, en impulsar temas como la democratización de la información. Este paper se propone explicar el estado de los medios en Brasil, la monopolización vigente y en presentar el contrapunto generado por internet: el movimiento BlogProg; así como los encuentros nacionales realizados por bloggers. A través de relatos, documentos y entrevistas, combinados con conceptos de teóricos de la comunicación como Ignacio Ramonet y Dênis de Moraes, esta investigación presenta una perspectiva acerca del Nuevo paradigma comunicacional en Brasil.

**Palabras clave:** comunicación, blogosfera, blog, democratización, medios

## 1. INTRODUÇÃO

Os blogs como os conhecemos (diários pessoais) existem desde 1999. Mas, o que se convencionou chamar de o fenômeno da blogosfera no Brasil é algo bem mais recente. Começou a ter alguma expressão ao longo dos anos 2000, com o surgimento de blogs com conteúdos políticos, e se fortaleceu no final da última década.

Com as redes sociais assumindo o papel de espaço virtual para compartilhamento de conteúdos pessoais, muitos indivíduos, principalmente jornalistas, começaram a perceber o potencial dos blogs como veículo de informação.

Hoje, é possível encontrar blogs especializados em temas diversos, como música, moda, culinária ou política. Alguns, inclusive, se popularizaram de tal forma que ganharam expressiva notoriedade e relevância na internet, competindo, muitas vezes, com grandes veículos de comunicação no que diz respeito à disputa de ideias na sociedade.

O surgimento da dita blogosfera progressista, blogs com viés politizado, colocou em xeque o poder absoluto dos grandes veículos de comunicação. Agora, a imprensa corporativa não fala mais sozinha. Os últimos acontecimentos no país, como o fenômeno das manifestações de junho de 2013, indicam que o jornalismo está passando por um momento de transição. As ferramentas possibilitadas pela internet, como os blogs e as redes sociais, deram voz a diversos indivíduos, que passaram de meros receptores da informação à produtores de conteúdo. Com mais pessoas com direito a voz, têm surgido, cada vez mais, questionamentos sobre o papel da grande mídia, o que sugere novas formas de exercer o fazer jornalístico.

Este trabalho pretende levantar elementos acerca dessa ampla discussão que é a Democratização da Mídia, fazendo o recorte dos veículos de comunicação alternativos, em especial, os blogs com direcionamento político —seus autores (os chamados blogueiros progressistas) e o universo que os permeia—, que jogaram luz à possibilidade de um outro fazer jornalístico, diferente do amplamente praticado pela grande mídia, cuja lógica segue interesses apenas mercadológicos.

Por muito tempo, convencionou-se chamar a Mídia (veículos de comunicação de massa) como o quarto poder, por sua influência tanto na opinião pública quanto nos Três Poderes nomeados no Estado Democrático (Legislativo, Executivo e Judiciário). Um dos papéis da imprensa seria analisar, denunciar, investigar e levar ao conhecimento do público

atos ilegais e ilícitos, corruptos e incorretos, em diversos setores, principalmente na política. No entanto, justamente por seus interesses mercadológicos, a imprensa tem assumido uma posição contrária a esta. Há uma cumplicidade do chamado quarto poder com os poderes dominantes, criando, assim, um grave problema à democracia, que não pode existir plenamente sem um contrapoder da opinião pública. Faz-se, então, necessário a criação de um quinto poder.

Segundo Ignácio Ramonet, em seu artigo "A Explosão do Jornalismo na Era Digital", este quinto poder:

*Se expressaria mediante a crítica ao funcionamento dos meios de comunicação, papel que antes cabia ao quarto poder. O que um cidadão mais ou menos ativo numa sociedade democrática deve fazer? Questionar a forma como a mídia dá conta da realidade. Essa função crítica consiste em informar sobre a informação, que não é neutra, sempre é construída a partir de um ponto de vista. Portanto, revelar a quem pertence essa informação, quem ela está ajudando, em que medida ela é a expressão dos grupos privados que são seus proprietários já é uma maneira de se dizer para quem os meios de comunicação estão trabalhando. Isso é criar um quinto poder, ressignificando o que a opinião pública deve ser (RAMONET, 2013:p. 99).*

Talvez, a blogosfera sozinha não constitua o quinto poder, mas ela contribui para esse debate e, muitas vezes, cumpre a função sugerida por Ramonet.

Além das pesquisas a partir de teóricos da comunicação como, Ignácio Ramonet, Dênis de Moraes e Pascual Serrano, e a leitura acerca do tema, este trabalho também resulta de entrevistas com dois blogueiros: Altamiro Borges, do Blog do Miro e presidente do Barão de Itararé, Centro de Estudos de Mídia Alternativa, que reúne boa parte dos blogueiros progressistas; e Rodrigo Vianna, jornalista, atualmente, na rede Record, e criador do Blog Escrevinhador, no qual escreve sobre política, cultura e o papel da mídia.

## **1.2 Procedimentos Metodológicos:**

A pesquisa se dará de maneira exploratória, com levantamento bibliográfico, e entrevistas semi-estruturadas com Rodrigo Vianna e Altamiro Borges, para evidenciar o papel da blogosfera nessa luta. Será apresentado o panorama da situação da mídia no Brasil, e quais os caminhos possíveis para se chegar à democratização da informação. Além disso, o trabalho terá caráter explicativo, uma vez que pretende identificar os fatores que determinam e

contribuem para essa situação da comunicação monopolizada em ambiente nacional, citando exemplos dos países vizinhos ao Brasil, como a *Ley de Medios*, já em vigor na Argentina.

### **1.3: Objetivos da Pesquisa:**

Esta pesquisa pretende explorar o papel da blogosfera no que diz respeito à sua contribuição para o debate da democratização da comunicação. Ao analisar a situação da mídia no Brasil, é possível observar que há um monopólio da informação exercido pelas poucas famílias que detém os maiores veículos de comunicação do país e, conseqüentemente, o poder de manipular a opinião pública. Esta pesquisa também tem como objetivo estimular a discussão em torno de como a internet —os blogs, principalmente— pode ser uma ferramenta valiosa para a emancipação da sociedade no que diz respeito ao acesso da informação de qualidade e não-manipulada.

## 2. O MONOPÓLIO DA MÍDIA

A imprensa no Brasil é altamente concentrada. Na década de 1990, nove famílias dominavam o setor de mídia do país (entendida principalmente como informação e cultura em várias plataformas –jornais, revistas, emissoras de rádio e TV): Marinho (Globo), Abravanel (SBT), Saad (Bandeirantes), Bloch (Manchete), Civita (Abril), Mesquita (Estado), Frias (Folha), Levy (Gazeta) e Nascimento Brito (Jornal do Brasil). Hoje, restaram apenas seis, já que as famílias Bloch, Levy e Nascimento faliram. Apesar desse declínio, as Organizações Globo ainda preservam expressiva hegemonia no setor da comunicação, sendo ela composta por 35 grupos afiliados, que controlam, no total, 340 veículos, dentre emissoras de TV, rádios, revistas e canais de TV a cabo.

A lei que regulamenta o setor de rádio e televisão é de 1962, muito defasada. Não existia nem TV a cabo, nem internet. Segundo Altamiro Borges<sup>2</sup>, de lá para cá, foram 19 tentativas de projetos de leis para regulamentar a questão da mídia no país; todas sem sucesso.

A dificuldade em atingir esse objetivo deve-se ao fato de as mídias tradicionais terem um poder imenso no Brasil, que se entrelaça com o poder legislativo, que, por sua vez, é composta por uma boa parcela de parlamentares donos de rádios e emissoras de televisão pelo país.

O interesse corporativo de emissoras como a Globo acaba coincidindo com os interesses políticos desses parlamentares que não vêm por que criar uma Lei que regule o setor, pois isso acabaria indo contra seu próprio poder.

Sem uma lei que defina, por exemplo, que cada empresa pode possuir apenas um tipo de veículo de comunicação, acaba-se criando um monopólio da comunicação no país. Dessa forma, uma família (ou empresa) pode possuir jornal, revista, emissora de TV, rádio, produtora, ao mesmo tempo, dominando uma fatia considerável do setor de comunicação e criando uma concentração na distribuição da informação.

É como diz Ignacio Ramonet em seu artigo “Meios de Comunicação: Um Poder a Serviço de Interesses Privados?”:

*Costumamos pensar que os meios de comunicação são essenciais à democracia, mas, atualmente, eles geram problemas ao próprio sistema*

---

<sup>2</sup> BORGES, em entrevista à autora em 08/11/2013.

*democrático, pois não funcionam de maneira satisfatória para os próprios cidadãos. Isso porque, por um lado, se põem a serviço dos interesses dos grupos que os controlam e, por outro, as transformações estruturais do jornalismo –tais como a chegada da internet e a aceleração geral da informação– fazem com que os meios sejam cada vez menos fiáveis ou menos úteis à cidadania. O que constatamos na maioria das democracias é que há um conflito entre a sociedade e os meios de comunicação. Tal conflito não é novo, pelo contrario, vem se agravado há uns dez ou quinze anos. Aprofunda-se na sociedade a crítica contra o modo de atuação da mídia dominante. (RAMONET, 2013: p. 53)*

Na América Latina, como um todo, esse debate da comunicação é forte. Mas, diferente do que ocorre no Brasil, nos outros países latinos, ele é impulsionado principalmente pelo governo. Aqui, no entanto, é onde se encontra a sociedade civil mais organizada nesse campo. Em tempos de internet, nos deparamos com novas possibilidades de comunicação, alternativas ao monopólio exercido pela grande mídia.

Como explica Ramonet (2013, p. 53), os meios de comunicação, a imprensa escrita, o rádio, a televisão, estão vivendo, já há algum tempo, uma grave crise de relevância com o advento da internet, com a multiplicação da informação individualizada, com o surgimento das atualizações em tempo real e de jornais online totalmente autônomos –como o Huffington Post, dos Estados Unidos–, que são referencia internacional e só existem na rede.

Com a internet, houve uma mudança de paradigma no modo como a grande mídia comunica. Agora, eles não são os únicos detentores da palavra. Dessa forma, é possível dizer que houve um avanço na pluralidade da informação com o surgimento das redes sociais e dos blogs, que deram voz a milhares de indivíduos. Dênis de Moraes, no livro “Mídia, Poder e Contrapoder”, explica:

*Em sua irrefreável expansão, a internet constitui hoje uma arena de embates pela hegemonia cultural e política, da qual já não podemos abrir mão, em qualquer dos horizontes abertos ou requeridos pelo pensamento crítico. No ecossistema virtual, desenvolvem-se práticas comunicacionais viabilizadas pelo desenvolvimento contínuo de tecnologias – desde a multiplicação de espaços para expressar/interagir opiniões e preferências em redes sociais até a convocação, articulação, cobertura e socialização de atos públicos, protestos e manifestações em tempo real (como um simples “tuitaço” com*

*hora marcada ou a reação simultânea em cadeia quando curtimos ou compartilhamos um post).* (MORAES, 2013: p. 103)

A questão da mídia monopolizada no país é um assunto político, que afeta direta ou indiretamente a vida de milhões de brasileiros. Afinal, a manipulação da opinião pública, a partir da distorção dos fatos exercida por esses grandes veículos de comunicação, acaba contribuindo, dentre outras coisas, para definir o futuro político do país. Exemplo disso é a clássica disputa eleitoral de 1989, entre os candidatos à presidência Fernando Collor e Luiz Inácio Lula da Silva, na qual Collor foi eleito muito devido à edição tendenciosa do debate entre os candidatos realizada pela Rede Globo.

Essa manipulação evidente dos fatos seria mais difícil de ocorrer hoje, porque, a partir da internet, qualquer indivíduo pode criar sua própria página na rede para escrever sobre o que bem entender, possibilitando um contraponto ao papel exercido pela grande mídia.

*Em curto espaço de tempo, a internet tem causado profundas mudanças na sociedade. Ela interfere em todas as atividades humanas –impacta a economia, afetando seu ritmo de crescimento; inova na abordagem dos graves problemas sociais, como na saúde e educação; altera as relações humanas, conectando milhões de pessoas em redes com novos hábitos e linguagens. No campo da Comunicação, ela promove uma profunda “revolução”, alterando os seus paradigmas. O modelo de negócios da mídia tradicional entra em crise, com a falência de revistas e jornais e a queda de audiência das emissoras de rádio e televisão; novos atores entram em cena e desafiam o monopólio da palavra.* (BORGES, BIANCHI: p. 7)

A criação de diversos blogs deu início à blogosfera, que teve uma evolução gradual, dos anos 2000 para agora. Jornalistas e indivíduos da área de Comunicação começaram a ver nessa ferramenta uma possibilidade emancipatória, um espaço para debate de ideias. Eis que uma comunidade de blogueiros com um direcionamento engajado politicamente –os chamados blogueiros progressistas–, retomaram esse debate e jogaram luz à questão da situação da imprensa brasileira.

Assim como Rodrigo Vianna, do Blog Escrevinhador, e Altamiro Borges, do Blog do Miro, há vários outros blogueiros, jornalistas ou não, que expressam, em suas páginas virtuais, suas opiniões e cumprem o papel do “quinto poder”, sugerido por Ramonet.

Se numa sociedade democrática, o governo tem, como contrapeso a seu poder, uma oposição (os patrões, os sindicatos), o mesmo deve ocorrer com a mídia, visto os diversos abusos cometido por ela ao longo dos anos.

É de suma importância que a sociedade civil se organize para aferir a veracidade e o funcionamento da mídia. Uma espécie de observatório de imprensa constituído pelos cidadãos. Os blogs, dentre outras mídias alternativas, acabam exercendo esse papel: a crítica ao funcionamento dos meios de comunicação e à forma como a mídia dá conta da realidade.

Nesse contexto, surge o Centro de Estudos de Mídia Alternativa Barão de Itararé, com a intenção de levar adiante o tema da democratização da mídia. Segundo o Presidente da entidade, Altamiro Borges, o Miro<sup>3</sup>, “a ideia de criar o Barão nasceu em 2009, na 1ª CONFECOM (Conferência Nacional de Comunicação), que mobilizou cerca de 30 mil pessoas no Brasil para discutir a situação da mídia brasileira”.

Este evento teve como principal objetivo constituir um espaço para o debate amplo, democrático e plural com a finalidade de elaborar propostas orientadoras para uma Política Nacional de Comunicação. Dentre uma das propostas que constam no documento da conferência e que se insere no tema liberdade de expressão, está: defender e estimular as radiocomuniárias e os meios de comunicação alternativos e/ou ocupados pelos movimentos sociais, como blogs, sites não jornalísticos, redes, entre tantas outras formas de exercício comunicativo livre e democrático. Além disso, o próprio tema da conferência remete à discussão da esfera virtual, com o título “Comunicação: Meios para a Construção de Direitos e de Cidadania na Era Digital”.

Outro fato importante na questão da democratização da comunicação no Brasil, foram os protestos de junho de 2013, quando uma parcela significativa da população foi às ruas para exigir mudanças no país. E foi onde se manifestou certo descrédito da sociedade em relação às mídias tradicionais. A segunda palavra de ordem mais gritada no Brasil durante essas manifestações, depois de “Mobilidade Urbana” e “Não é apenas 20 centavos”, era “Fora rede Globo, o povo não é bobo”.

Como afirma Pascual Serrano (2013: p. 147) em seu artigo “Outro Jornalismo Possível na Internet”, “o público não confia mais nos meios de comunicação, pois

---

<sup>3</sup> BORGES, em entrevista concedida à autora em 08/11/2013.

comprovou muitas vezes como eles mentem ou escondem elementos fundamentais da realidade”.

Ao mesmo tempo em que há uma crise na credibilidade dos grandes veículos por conta da manipulação deliberada dos fatos, há ainda a crise da informação, promovida pelo sucateamento da profissão do jornalista.

*A dinâmica mercantilista dos meios de comunicação, bem como a necessidade de aumentar a produtividade e a rentabilidade dos profissionais da área, faz com que a elaboração e a checagem das informações não ocorram de maneira adequada, carecendo de elementos de contextualização suficientes e de antecedentes que permitam à sociedade compreender a atualidade. (SERRANO, 2013: p. 149)*

É importante se ter claro a distinção entre liberdade de imprensa e liberdade de expressão. “Em princípio, a liberdade de imprensa deveria consistir em garantias para que os cidadãos se organizassem com o intuito de criar meios de comunicação cujos conteúdos não fossem controlados nem censurados pelos poderes do Estado” (SERRANO, 2013: p.71). Já a liberdade de expressão é o direito de manifestar livremente opiniões, idéias e pensamentos.

Segundo Serrano (2013: p. 71), “confundir liberdade de imprensa com liberdade de expressão é como igualar o direito à saúde ao direito de se criar um hospital e colocá-lo em funcionamento” (demanda muito mais poder econômico).

A grande questão é que a mídia corporativa se utiliza dessa confusão de conceitos para se defender de possíveis leis que regulamentem o setor. Qualquer iniciativa nesse sentido é taxada por eles como censura, contra a liberdade de expressão, quando, na verdade, a regulamentação da mídia iria atuar no campo da liberdade de imprensa.

Assim, a democratização da mídia só será possível no Brasil se a sociedade civil se organizar para pressionar o governo por uma lei que regulamente definitivamente o setor da telecomunicação no país, a exemplo da Lei 26.522 de Serviços de Comunicação Audiovisual, mais conhecida como *Ley dos Medios*, implantada na Argentina, e considerada uma das mais avançadas do mundo no processo de democratização da comunicação. Essa nova lei, promulgada em 10 de outubro de 2009, pela presidente Cristina Kirchner, substituiu a antiga Lei de Radiodifusão, que levou a um monopólio midiático do grupo Clarín. Pelas regras aprovadas pela Suprema Corte argentina, os grupos monopolistas do setor são

obrigados a vender parte de seus ativos com o objetivo de “evitar a concentração de mídia” no país.

Outra questão é a atuação constante da sociedade como um amplo observatório de imprensa, ou quinto poder. E a internet é uma ferramenta fundamental nesse sentido. Os blogueiros progressistas já fazem isso em suas respectivas páginas virtuais. Mas, essa ação deveria ser incorporada por mais indivíduos. Esses seriam os primeiros passos para uma mídia mais democrática.

Esses blogueiros, cujas páginas tem uma orientação política aparente, são, muitas vezes, jornalistas que passaram por veículos de comunicação tradicionais e que, por essa razão, asseguram sua credibilidade, por seu capital simbólico dentro do jornalismo. Além deles, há blogueiros e usuários que atuam no espaço da internet sem a formação jornalística, mas realizam um trabalho que se aproxima ao de militantes. Esses “ativistas digitais” representam, com sua comunicação alternativa, uma espécie de resistência ao monopólio exercido pela grande mídia.

Importante salientar, também, a influência que a internet vem adquirindo no Brasil. Segundo a “Pesquisa Brasileira de Mídia<sup>4</sup>”, publicada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, em fevereiro de 2014, no qual o Ibope entrevistou 18.312 pessoas de 848 municípios de todo o país, a televisão segue sendo o meio preferido dos brasileiros, com 76,4% dos votos, mas a internet (13,1%) já superou o rádio (7,9%), os jornais (1,5%) e as revistas (apenas 0,3%) – outras respostas somaram 0,8% de votos. É certo que 97% dos consultados confirmaram ter o costume de assistir TV frequentemente e que 61% disseram ter o costume de ouvir rádio; mas o acesso à internet, com pouco tempo de existência, já virou hábito para 47% dos brasileiros. A pesquisa realizada em outubro e novembro de 2013 também traz dados que permitem observar a tendência para os próximos anos. Entre os mais jovens, idades entre 16 e 25 anos, a preferência pela TV cai a 70% e a citação da internet sobe para 25%, ficando a rádio com 4% e os demais com menções próximas a 0%. Esses dados apontam para o crescimento gradual da adesão aos meios digitais de comunicação no Brasil.

---

<sup>4</sup> Pesquisa realizada durante os meses de outubro e novembro de 2013 nos 26 Estados Brasileiros e no Distrito Federal. <http://observatoriodaimprensa.com.br/download/PesquisaBrasileiradeMidia2014.pdf>

### 3. BLOGUEIROS PROGRESSISTAS

Os expressivos protestos que ocuparam as ruas do Brasil em junho de 2013 foram um marco não só na história do país, como na história dos veículos de comunicação de massa. Ficou claro que as chamadas mídias tradicionais (jornais, emissoras de rádio e TV) não deram conta da cobertura desses acontecimentos de modo satisfatório para uma boa parcela da população.

Para esses veículos de comunicação, que já enfrentam, há alguns anos, as crises de: mediação, objetividade, autoridade, informação e distribuição (mídia impressa), no momento dos protestos, houve mais uma perda para eles: sua credibilidade. Boa parte da população, percebendo a cobertura tendenciosa dos protestos, optou por se informar por meios de comunicação alternativos, como redes sociais e blogs independentes, fazendo, assim, com que a mídia corporativa perdesse em parte seu poder de manipulação.

Uma vez que os veículos de comunicação de massa podem manobrar opiniões de muitos, faz-se necessariamente urgente a quebra do monopólio da informação, estabelecido há décadas pelas grandes famílias que detém os principais veículos de comunicação no Brasil.

O Brasil e o mundo estão vivendo um novo momento na comunicação, com mais e mais veículos independentes surgindo. Como diz Ignacio Ramonet (2012: p. 27), “nós passamos da era das mídias de massa para a era da massa de mídias”. No entanto, a questão a ser levantada é: qual a relevância desses veículos alternativos, em especial, os blogs, diante dos gigantescos veículos de comunicação tradicionais, e como eles podem e têm contribuído para o debate da democratização da mídia no Brasil.

Neste momento, faz-se necessário a descrição dos principais eventos críticos que possibilitaram o surgimento e a consolidação de uma blogosfera política alternativa no Brasil, assim como o Movimento de Blogueiros Progressistas (BlogProg), dentro do campo comunicacional brasileiro.

De acordo com a tese de Doutorado “Blogosfera, Estratégias de Subversão e o Campo da Comunicação no Brasil: Uma análise do Movimento dos Blogueiros Progressistas sob uma Perspectiva de Estudos Organizacionais”, de Leonardo Vasconcelos Cavalier Darbilly (2014: p. 84), o surgimento da blogosfera política no Brasil caracterizada pela divergência com relação ao posicionamento político de grande parte da mídia tradicional

ocorreu ao longo da década de 2000. Neste período, alguns sites e blogs foram sendo criados com o intuito não apenas de se constituírem em um espaço de discussões de caráter político, mas também para realizarem a crítica a reportagens, textos e do fazer jornalístico dos grandes veículos de comunicação, como os pertencentes aos grupos Globo, Abril, Folha e Estado.

*Dentre os principais blogs e sites políticos surgidos nesse período, os mais mencionados foram aqueles dirigidos por indivíduos que atuaram profissionalmente na mídia tradicional, como, por exemplo, os jornalistas Paulo Henrique Amorim, Luis Nassif, Luiz Carlos Azenha e Rodrigo Vianna; indivíduos que atuavam em outras profissões, mas que se destacavam por seu engajamento político, como o blogueiro Eduardo Guimarães; além de outros blogueiros que atuavam diretamente na esfera política, como Altamiro Borges, jornalista e dirigente do PCdoB, que exerce o cargo de secretário de Questões de Mídia deste mesmo partido. (DARBILLY, 2014: p. 85)*

Ainda segundo o autor, o primeiro blog do chamado “campo progressista” foi o *Vi o mundo*, criado por Luiz Carlos Azenha, em 2003. Em 2005, nascem os blogs de Renato Rovai e Antônio Mello; depois “Conversa Afiada”, de Paulo Henrique Amorim, e o blog do Luiz Nassif, em 2006. No ano seguinte, surge o Blog da Cidadania, por Eduardo Guimarães, que também funda o Movimento dos Sem Mídia (MSM); o blog “Escrevinhador”, de Rodrigo Vianna, aparece em 2008. Nessa última década, além desses blogs, diversos outros vem aparecendo pelo país como uma força que se contrapõe ao poder monopolizador da grande mídia.

### **3.1 Rodrigo Vianna**

O jornalista Rodrigo Vianna trabalhou em veículos da grande mídia, como a Folha de S. Paulo, TV Cultura e TV Globo e, desde 2007, é contratado da TV Record. Ao ser demitido, em 2006, da TV Globo, Vianna acusou a emissora de realizar uma cobertura tendenciosa durante a campanha eleitoral daquele ano, e promover intervenções diretas nos textos escritos por seus jornalistas, dentre outras práticas que, em sua visão, tinham como intuito abafar as “poucas vozes dissonantes que restavam” (DARBILLY, 2014: p. 94). Vianna criou, em 2008, o blog *Escrevinhador*, para fazer um contraponto, ainda que modesto, dessa força desmedida representada pelos grandes veículos de comunicação.

Nos períodos eleitorais, ficam mais claras as intenções por trás do fazer jornalístico da mídia corporativa.

Nas vésperas da eleição de 2006, da disputa entre os candidatos Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e Geraldo Alckmin (PSDB), apareceu o dinheiro que teria sido usado por pessoas ligadas ao PT para a compra de um dossiê contra José Serra, candidato ao governo do Estado de São Paulo pelo PSDB, fato que ficou conhecido como o “Escândalo do Dossiê” ou “Escândalo dos Alopados”. O delegado da Polícia Federal que investigava o caso, Edmilson Bruno, entregou à imprensa sobre as fotos do dinheiro (que teria sido apreendido no dia 15 de setembro de 2006) somente na antevéspera do primeiro turno, em 29 de setembro daquele ano. Esse episódio dos “Alopados” recebeu cobertura ampla da mídia brasileira. No entanto, o vazamento das fotos, em si, não recebeu o mesmo tratamento. Na época, Rodrigo Vianna, ainda trabalhava na Globo e pôde acompanhar o assunto de perto.

*O delegado fez isso de maneira combinada com os jornalistas, principalmente com a Globo. Nessa conversa, os jornalistas gravaram ele dizendo: Olha, vou fingir que vocês roubaram isso da minha mesa, eu quero ver essas fotos no Jornal Nacional hoje à noite. Ninguém publicou esse áudio do delegado, que também era notícia. Afinal, por que aquele delegado tinha interesse em vaziar aquela informação naquele momento? (VIANNA, em entrevista à autora em 10/01/2014)*

Um desses jornalistas mostrou o conteúdo dessa conversa com o delegado a outro jornalista e blogueiro, Luiz Carlos Azenha, que colocou essa gravação em seu blog, o Vi o mundo, trazendo à tona o comportamento anti-ético do delegado.

*Por meio do blog, deu-se vazão à notícia do vazamento das fotos e ficou evidente que havia ali alguma coisa estranha. Não que não fosse importante investigar quem eram os ‘alopados’, mas era igualmente importante mostrar o que foi aquela operação daquele delegado nas vésperas da eleição. E o Blog do Azenha cumpriu esse papel, documentou a ação. (VIANNA, em entrevista à autora em 10/01/2014)*

O tratamento que a TV Globo dispensou para os fatos durante as eleições de 2006 levou alguns jornalistas que lá trabalhavam, como Vianna (há 12 anos na emissora), a não concordarem com a cobertura realizada que, segundo ele, foi enviesada e desequilibrada.

Houve um embate interno relacionado à comunicação na emissora entre jornalistas que pensavam como Vianna e a direção da TV. “Eu e outros colegas entramos em choque com a direção da Globo, fomos colocados na geladeira e depois excluídos. E eu percebi que ali, naquele episódio de 2006, a blogosfera teve um papel importante”<sup>5</sup>.

Nas eleições de 2010, a rede Globo tentou fabricar o factóide de que o então candidato à presidência pelo PSDB, José Serra, durante sua campanha, teria sido atingido por uma bobina de fita crepe (um objeto duro que poderia machucar), quando, na verdade, havia sido apenas uma bolinha de papel (objeto leve e inofensivo).

Para desmascarar a história que estava sendo vendida na grande mídia, diversos blogueiros utilizaram imagens da televisão e editaram vídeos que recontavam a história, diferente da que o Jornal Nacional mostrou. Essas mesmas imagens permitiram uma outra narrativa dos fatos, a verdadeira, que foi espalhada pelos blogs e nas redes sociais.

*Nós fazemos a crítica, deixamos claro que os meios de comunicação não são neutros, que possuem posição política, e ajudamos a travar esse debate da questão da comunicação no país. Mas, não temos força para, sozinhos, fazermos isso destravar no Brasil. Nós podemos fazer barulho, que é o a gente já faz, e tentar produzir uma outra comunicação, na medida das nossas possibilidades. (VIANNA, em entrevista à autora em 10/01/2014)*

### 3.2 Altamiro Borges

Altamiro Borges, formado em Jornalismo e militante do Partido Comunista do Brasil (PCdoB) desde 1979, exerce o cargo de Secretário para Questões de Mídia neste partido. A partir de 2010, passa também a ser presidente do *Centro de Estudos de Mídia Alternativa Barão de Itararé*, criado em 14 de maio daquele ano.

O Barão de Itararé reúne movimentos sociais brasileiros, centrais sindicais, movimentos estudantis, jornalistas, blogueiros, iniciativas de mídia alternativa no Brasil, dentre outras entidades. E possui quatro objetivos, que, segundo Borges<sup>6</sup>, foram estabelecidos no momento de sua criação:

---

<sup>5</sup> VIANNA, em entrevista à autora em 10/01/2014

<sup>6</sup> BORGES, em entrevista à autora em 08/11/2013.

“1) Participar do máximo possível de lutas pela democratização da comunicação no Brasil. Desde a luta pela implantação da banda larga no Brasil (Plano Nacional de Banda Larga), e a luta pelo Marco Civil na internet (para garantir liberdade na rede) até a luta por uma nova regulação de mídia no Brasil.

2) Fortalecer todos os tipos de mídias alternativas, independente das concepções, desde rádios comunitárias até a blogosfera.

3) Ajudar no processo de formação de comunicadores (sejam jovens jornalistas que estão no processo de formação, seja de comunicadores dos movimentos sociais) a partir de seminários, cursos e oficinas para a formação de novos comunicadores.

4) Promover estudos sobre a realidade da mídia no Brasil.”

Altamiro Borges, ou Miro, como é conhecido, criou seu blog em 2008, intitulado “Blog do Miro”, com o intuito de ser “uma trincheira na luta contra a ditadura midiática”<sup>7</sup>, como ele mesmo costuma afirmar. Miro possui uma longa experiência no campo da política, uma vez que está filiado há muitas décadas a um partido político tradicional de esquerda, o PCdoB, e participou ativamente de momentos cruciais para a democratização do país. Também possui importante experiência como jornalista de veículos não-hegemônicos, como jornais de bairro e um jornal do Partido Comunista criado na década de 1980, cujo nome era Tribuna da Luta Operária. Borges trabalhou durante oito anos neste jornal, que teve um papel importante na luta contra a Ditadura Militar.

---

<sup>7</sup> BORGES, em entrevista à autora em 08/11/2013.

## 4. A CRIAÇÃO DO MOVIMENTO BLOGPROG

É plausível considerar a campanha presidencial de 2006 como um dos eventos críticos mais emblemáticos que contribuiu para a formação de uma blogosfera política alternativa à mídia tradicional. Mas, foi a partir de 2010, que essa tendência da rede se consolidou definitivamente. Este ano foi marcado, principalmente, pelo contexto da nova eleição presidencial no Brasil, em que se encontravam dois quadros: a candidata à sucessão do presidente Luis Inácio Lula da Silva e ex-ministra da Casa Civil, Dilma Rousseff, do Partido dos Trabalhadores (PT); e o candidato da oposição e ex-governador do Estado de São Paulo, José Serra, do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB).

A imprensa tradicional foi, gradualmente, adotando um partidarismo disfarçado em defesa do candidato do PSDB. Em contraposição, blogueiros como Alexandre Teixeira (Megacidania – RJ), Antônio Mello (Blog do Mello – RJ), Conceição Oliveira (Maria Frô – SP), Eduardo Guimarães (Blog da Cidadania – SP), Luiz Carlos Azenha (Vi o Mundo – SP), Miguel do Rosário (O Cafezinho – RJ), Renato Rovai (Blog do Rovai – SP), Rodrigo Vianna (Escrevinhador – SP), mais alinhados à candidatura governista, decidiram reunir-se para organizar um movimento que pudesse exercer um contraponto às opiniões veiculadas pela grande mídia e fosse capaz de contrabalancear o poder de influência que ela detinha.

Nesse contexto, surge o Movimento dos Blogueiros Progressistas (BlogProg), organizado em sua maioria pelos blogueiros, que também são jornalistas provenientes da mídia tradicional, juntamente com alguns blogueiros vindos de outros campos, como o próprio Altamiro Borges, Eduardo Guimarães e Conceição Oliveira. A definição do que pode ser entendido como blogueiros progressistas encontra-se no trecho abaixo:

*A blogosfera é produto dos esforços de pessoas independentes das corporações de mídia, os blogueiros progressistas, designação que alude àqueles que, além de seus ideais humanistas, ousaram produzir o que já se tornou o primeiro meio de comunicação de massas autônomo. Contudo, produzir um blog independente, no Brasil, ainda é um ato de heroísmo porque não existem meios sólidos de financiamento para exercer a atividade profissionalmente, ou seja, obtendo remuneração (CARTA DOS BLOGUEIROS PROGRESSISTAS, 2010: s/p).*

Em paralelo ao surgimento do movimento dos Blogueiros Progressistas, foi criado o Centro de Estudos de Mídia Alternativa Barão de Itararé, representado pela figura de seu

presidente, Altamiro Borges. Tal iniciativa decorreu de uma ação conjunta por parte dos blogueiros que fundaram o movimento e tinham como objetivo “a luta para garantir a diversidade e a pluralidade de vozes na mídia”, assim como: “reunir os movimentos sociais, ativistas da comunicação, blogueiros, twitteiros, imprensa popular, comunitária e sindical, constituindo uma militância em prol do direito humano à comunicação” (CENTRO DE ESTUDOS BARÃO DE ITARARÉ, 2012: s/p). Dessa forma, pode-se dizer que a entidade passou a ser a instituição responsável por congregar os esforços dos blogueiros políticos, e outros grupos críticos à mídia tradicional, que antes se encontravam dispersos.

O movimento BlogProg surge, não por acaso, durante um momento que seus criadores percebiam a crescente radicalização política durante as eleições de 2010. Segundo Altamiro Borges em entrevista à Darbilly, “o movimento nasce muito vinculado ao momento político. Nasce porque estávamos em um processo eleitoral em que essa mídia corporativa, essa mídia hegemônica tinha virado palanque eleitoral. Deu certo, porque o clima político era propício” (2014: p. 107).

Um evento que merece destaque durante a cobertura jornalística pela grande mídia das eleições de 2010 foi a publicação da manchete pelo jornal Folha de S. Paulo, na qual era mostrada uma ficha policial da candidata Dilma Rousseff que, mais tarde, descobriu-se não ser verdadeira. Tal fato, à época foi largamente debatido na blogosfera e foi motivo de indignação por parte daqueles setores mais alinhados à candidatura governista. Após muita pressão por parte de blogueiros e ativistas, a própria Folha de S. Paulo admitiu o erro, conforme trecho de autoria de Luis Antonio Magalhães, extraído do site Observatório da Imprensa<sup>8</sup>:

*A Folha de S. Paulo reconheceu neste sábado (25/4) que publicou, na edição de 5 de abril, junto com reportagem que tratava de um suposto plano para sequestrar o então ministro Delfim Netto, um documento falso sobre a ministra da Casa Civil, Dilma Rousseff. O reconhecimento do jornal é boa notícia, mas poderia ter sido mais elegante. "Autenticidade de ficha de Dilma não é provada", diz o título da matéria reproduzida abaixo. Ora, o jornal informa que a ficha publicada foi recebida por e-mail, está no site ultradireitista Ternuma e não existe no Arquivo Público do Estado de São Paulo, onde estariam guardados os documentos do Dops. O correto, portanto, seria dizer que a ficha é falsa, pura e simplesmente. O reconhecimento envergonhado do erro só piora as coisas para a Folha, que*

<sup>8</sup> Disponível no link:

<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/foalha-publicou-ficha-falsa-de-dilma>

*por sinal não deu o mesmo espaço para desfazer o equívoco do que ele mereceu na edição de 5 de abril, quando teve chamada na primeira página do jornal. Errar é humano, reconhecer o erro é obrigação de quem erra. Com igual espaço e destaque, de preferência (MAGALHÃES, 2009: s/p).*

O evento ficou conhecido no âmbito da blogosfera política alternativa como a “Ficha Falsa da Dilma” e foi um dos estopins para a articulação dos blogueiros para a criação do movimento. O BlogProg ganhou visibilidade nos últimos anos tanto por sua atuação política, como por seu engajamento na discussão sobre a democratização da mídia no Brasil.

Após episódios em que ficou evidenciado o papel manipulador da grande mídia, muito por conta da atuação dos blogueiros políticos alternativos em desmascará-la, é fato que os veículos de comunicação corporativos não falam mais sozinhos. Esse “barulho” que os blogueiros têm feito, desde 2006, que ganhou importância a partir de 2010, foi reconhecido, inclusive, meio a contragosto, por José Serra, durante um seminário da Associação Nacional dos Jornalistas, em julho de 2010. Diante dos donos de grandes jornais, o candidato do PSDB explicitou seu ódio à blogosfera, quando chamou essas páginas virtuais de “blogs sujos” – rótulo que foi adotado pelos ativistas digitais mais irreverentes.

Em novembro do mesmo ano, o presidente Lula concedeu a primeira entrevista coletiva a onze blogueiros, no Palácio do Planalto, o que reforçou a legitimidade do movimento BlogProg e gerou crítica da mídia tradicional, que evidencia o bem-sucedido papel da blogosfera progressista em incomodar os grandes veículos de comunicação.

A blogosfera progressista é, na prática, um movimento em rede, horizontal, que reúne opiniões bem diversificadas e possui uma comissão nacional organizadora para a realização, principalmente, dos eventos, como os Encontros Nacionais dos Blogueiros Progressistas. Na maioria dos temas mais polêmicos da política nacional e internacional, os blogueiros expressam posições que podem ser divergentes e até opostas.

#### 4.1 – I Encontro Nacional de Blogueiros Progressistas

O BlogProg foi criado com o intuito de lutar por um marco regulatório que democratize o campo da comunicação no Brasil. O movimento dos blogueiros progressistas, composto por jornalistas egressos de grandes veículos de comunicação, jornalistas ligados à mídia alternativa e alguns militantes políticos vinculados a partidos de esquerda, foi responsável pela realização de encontros nacionais em que foram feitas diversas reivindicações em prol da formulação de políticas públicas que garantissem a democratização do setor e que incentivassem a própria blogosfera.

O Centro de Estudos Barão de Itararé, principal entidade que congrega a atuação de blogueiros e ativistas pertencentes ao movimento, encabeçou os encontros nacionais de blogueiros, que ocorreram em quatro edições, 2010, 2011, 2012 e 2014, e um encontro internacional de blogueiros, em 2011, realizado em Foz do Iguaçu (PR), que atraiu blogueiros de 23 países.

A ideia de realizar esses encontros surgiu na fundação do centro de estudos, sugestão de Luiz Carlos Azenha (que acompanhava o cenário da blogosfera nos Estados Unidos, onde já ocorriam esse encontros), como uma forma de sair do virtual e conhecer pessoalmente os outros blogueiros com quem interagia pela rede. Os encontros nacionais de blogueiros progressistas acontecem, atualmente, de dois em dois anos, sendo que entre uma edição e outra, são realizados encontros regionais.

Em agosto de 2010, foi realizado o primeiro BlogProg, que reuniu mais de 200 blogueiros e twitteiros do Brasil inteiro em três dias de evento. Desse encontro, saíram vários documentos, como a Carta dos Blogueiros Progressistas, o relatório dos grupos, as moções e a prestação de contas do encontro.

A Carta dos Blogueiros<sup>9</sup> teve 27 emendas e foi preciso uma reunião da comissão organizadora para fechar a versão final do documento.

---

<sup>9</sup> Anexa no Apêndice.

#### **4.2 - II Encontro Nacional de Blogueiros Progressistas**

Em 2011, ocorreram 14 encontros estaduais de blogueiros e vários eventos regionais, que culminaram com a realização do II Encontro Nacional de Blogueiros. Realizado durante os dias 17, 18 e 19 de junho de 2011, em Brasília, contou com a presença de 369 ativistas de 21 estados. Durante os três dias de evento, foram discutidos os desafios da blogosfera e a luta por um marco regulatório da comunicação.

Além do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva e do então ministro das Comunicações, Paulo Bernardo, o II BlogProg contou com a presença da deputada federal Luiza Erundina (PSB-SP) e do professor e jurista Fabio Konder Comparato, que debateram a regulamentação da mídia.

Durante a plenária de encerramento, foi definido o local do III BlogProg e divulgada a realização do Encontro Internacional de Blogueiros, em Foz do Iguaçu, no Paraná, em setembro de 2011 (segundo os organizadores, o evento contou com 654 inscritos, de 17 estados brasileiros e 23 países). Nesta plenária, também foi definida a carta do II BlogProg<sup>10</sup>. Rodrigo Vianna (Escrevinhador) foi o redator das alterações do documento.

#### **4.3 - III Encontro Nacional de Blogueiros Progressistas**

Em maio de 2012, foi realizado o III Encontro Nacional de Blogueiros Progressistas, em Salvador (BA), que teve dois eixos principais: a defesa da liberdade de expressão e da blogosfera, alvo de intensos ataques naquele período; e a luta pela democratização da comunicação, com a deflagração de um debate democrático na sociedade sobre o novo marco regulatório do setor.

O tema da primeira discussão do evento, “Nas redes e nas ruas pela democratização da comunicação”, reuniu Franklin Martins, ex-ministro da Secretaria de Comunicação do governo Lula; Emiliano José, deputado do PT (BA), da Frente Parlamentar pela Liberdade de Expressão e Direito à Comunicação (Frentecom); e Rosane Bertotti, Coordenadora do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC).

Na mesa “Em defesa da blogosfera e da liberdade de expressão”, debateram os blogueiros Paulo Henrique Amorim, Eduardo Guimarães, Emílio Gusmão e Esmael Moraes.

---

<sup>10</sup> Anexa no Apêndice.

Já Ignacio Ramonet (Le Monde Diplomatique – França), Andrés Thomas Conteris (Democracy Now e Occupy Wall Street – EUA), Osvaldo Leon (Agencia Latino americana de Informação – Equador), e Iroel Sanchez (Blog La Pupila Insomne – Cuba) discutiram sobre o tema “Mídia e blogosfera: experiências internacionais”.

Após os três dias de atividades, foi publicada a Carta de Salvador<sup>11</sup>, com propostas apresentadas e votadas em plenária. A carta assume o compromisso de luta “por um novo marco regulatório das comunicações assentado em uma Lei de Mídia capaz de estabelecer formalmente a questão da comunicação como um direito humano essencial”.

#### **4.4 - IV Encontro de Blogueiros Progressistas**

A quarta edição do Encontro de Blogueiros Progressistas e ativistas digitais, que ocorreu entre 16 e 18 de maio de 2014, em São Paulo, reuniu mais de 400 participantes de 24 estados do país para discutir temas como a democratização da mídia, novas formas e tecnologias da comunicação, além das experiências da blogosfera no Brasil. O evento contou com o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva e diversos debatedores nacionais e internacionais. Em sua fala, Lula declarou-se militante da democratização dos meios de comunicação do país, comprometeu-se a tratar a pauta como prioridade em todas as suas entrevistas e aparições a partir daquele momento. O IV BlogProg teve transmissão online realizada pela TVT e reproduzida por diversos blogs e portais. De acordo com a equipe técnica, foram mais de 10 mil acessos apenas no primeiro dia do Encontro. Deste evento, como de praxe, saiu um documento oficial, intitulado Carta de São Paulo<sup>12</sup>.

---

<sup>11</sup> Anexa no apêndice.

<sup>12</sup> Anexa no apêndice.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A blogosfera e os ativistas digitais, que fazem o contraponto à mídia tradicional, atuam como uma espécie de guerrilha diante do cenário comunicacional monopolizado no Brasil. Mas, para que a questão da democratização da comunicação avance no país, há duas frentes de trabalho que devem ser executadas paralelamente. Por um lado, é preciso investir nos meios alternativos de comunicação – e a internet é um meio importante no qual grande parte desses veículos estão concentrados. Por outro lado, é urgente que se adote no Brasil uma lei que regulamente o campo da mídia, como já ocorre em outros países do mundo. O Código Brasileiro de Telecomunicações possui mais de 50 anos e, durante mais de cinco décadas, muita coisa mudou, principalmente, no setor de comunicação do país. Para que essa última ocorra, é preciso uma pressão da população no sentido de cobrar dos governantes uma lei que regulamente a imprensa no Brasil, principalmente as emissoras de TV e rádio, que existem via concessão pública.

É notável também a pressão que os blogueiros progressistas têm feito nesse sentido, com a exigência, junto ao Governo Federal, para que se faça a convocação da 2ª Conferência Nacional de Comunicação (Confecom), ainda no ano de 2015, conforme consta na carta do mais recente Encontro de Blogueiros Progressistas. Sem dúvida, a 1ª Conferência Nacional de Comunicação foi um avanço no que diz respeito ao debate sobre a Democratização da Mídia. Em 2009, na ocasião da 1ª CONFECOM, foram aprovadas mais de 600 propostas para democratizar a comunicação, garantir maior diversidade e elaborar uma proposta de lei geral para a comunicação no país. Na sequência, o governo do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, por meio do secretário de Comunicação da Presidência, Franklin Martins, elaborou um projeto que teve como base a Confecom e um seminário internacional que trouxe a experiência da democratização da comunicação em vários países do mundo. Parecia que, depois de muitos anos, esse debate havia avançado. No entanto, apesar da grande mobilização social, o documento foi engavetado pelo ministro Paulo Bernardo. O governo optou por fazer uma consulta pública à sociedade, mas posteriormente também abandonou sua própria iniciativa.

A desistência do governo em levar isso adiante se deve, por um lado, pelo fato desta ação ir contra os interesses de muitos parlamentares que possuem ou estão de alguma forma envolvidos com os chamados grandes veículos de comunicação; e por outro, pelo fato

desses veículos, principalmente as emissoras de TV, representarem uma força muito poderosa no país.

Diante disso, membros do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), criado durante os anos 1990, tem como principal instrumento de luta a Lei da Mídia Democrática<sup>13</sup>, projeto de lei de iniciativa popular (Plip), que será viabilizada por meio da coleta de 1 milhão e 500 mil assinaturas da sociedade. Diversas entidades da sociedade civil criaram a Campanha Para Expressar a Liberdade, para incentivar e divulgar esse projeto de lei.

Segundo Renata Mielli<sup>14</sup>, para uma mídia mais democrática, é preciso tanto a regulação da distribuição e do conteúdo, quanto a regulação econômica, para acabar com o monopólio da propriedade cruzada.

Além de iniciativas como a do FNDC, é importante citar a fundamental contribuição da blogosfera progressista para esse debate, tanto quando se fala sobre a democratização de conteúdo, quanto da desconcentração da distribuição dessa informação, ao questionar o fazer jornalístico das grandes corporações. No entanto, ainda há muito a se fazer para destravar esse debate.

Apesar do acesso à internet ter crescido nos últimos anos (vale lembrar que muitos desses acessos se dão por telefonia móvel), ainda é pequeno em relação ao alcance da televisão nos lares brasileiros.

Para que esse debate chegue a uma parcela maior da população, é preciso a adoção de novas medidas, mais interessantes, que possam competir com a atratividade da televisão. O Youtube se mostrou uma ferramenta cativante no sentido de atrair pessoas para um determinado conteúdo. Uma campanha viral sobre a importância de se travar esse debate, e que se utiliza da ferramenta de vídeo aliada às redes sociais para difusão, poderia ser um dos passos a serem adotados.

---

<sup>13</sup> Disponível em: <http://www.paraexpressarliberdade.org.br/index.php/2013-04-30-15-58-11>

<sup>14</sup> Fala de Renata Mielli, Secretária Geral do Centro de Estudos de Mídia Alternativa Barão de Itararé, durante debate promovido pelo ComunicaSul, Coletivo de Comunicação Colaborativa, no dia 28/08/2014.

Enquanto iniciativas do tipo não acontecem, e a lei por uma mídia mais democrática não é aprovada, o incômodo exercido pelos blogueiros progressistas aos veículos da mídia tradicional é muito válido. Juntos, eles fazem as vezes de um quinto poder, como diz Ignácio Ramonet, um observatório de imprensa, tão necessário diante dos abusos cometidos pela grande mídia à democracia brasileira.

## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS E DIGITAIS

BORGES, BIANCHI, A. F., **Blogueir@s Uni-vos! (mas nem tanto)**, Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé, 2014

CARTA DOS BLOGUEIROS PROGRESSISTAS. In: AZENHA, L.C. Carta dos blogueiros progressistas. Vi o Mundo. 18 Agosto de 2010. Disponível em:

<http://www.viomundo.com.br/voce-escreve/carta-dos-blogueiros-progressistas.html>

CARTA DOS BLOGUEIROS PROGRESSISTAS COBRA POLÍTICAS PÚBLICAS. Portal Vermelho. 21 de setembro de 2009. Disponível em:

<http://www.vermelho.org.br/noticia/137492-6>

CARTA DO 2º ENCONTRO NACIONAL DE BLOGUEIROS PROGRESSISTAS. In OLIVEIRA, C. Maria Frô. 20 de junho de 2011. Disponível em:

<http://mariafro.com/2011/06/20/a-carta-do-2%C2%BA-encontro-nacional-dos-blogueiros-progressistas/>

3º ENCONTRO DE BLOGUEIROS APROVA CARTA DE SALVADOR. Portal Vermelho. 29 de maio de 2012. Disponível em: <http://www.vermelho.org.br/ba/noticia/184474-58>

CONFIRA A CARTA DO 4º ENCONTRO DE BLOGUEIROS E ATIVISTAS DIGITAIS. Portal Vermelho. 26 de maio de 2014. Disponível em:

<http://www.vermelho.org.br/noticia/242881-6>

CENTRO DE ESTUDOS DA MÍDIA ALTERNATIVA BARÃO DE ITARARÉ. Objetivos. Disponível em: <http://www.baraodeitarare.org.br/2012-09-08-21-55-06/objetivos>.

DARBILLY, L., **Blogosfera, Estratégias de Subversão e o Campo da Comunicação no Brasil: Uma Análise do Movimento dos Blogueiros Progressistas sob uma Perspectiva de Estudos Organizacionais**. Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2014

MAGALHÃES, L.A. **Folha publicou ficha falsa de Dilma**. 25 Abril de 2009. Observatório da Imprensa. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/folha-publicou-ficha-falsa-de-dilma>.

MORAES, D., **Vozes Abertas da América Latina**. Editora Mauad, 2011

MORAES, RAMONET, SERRANO, D. I. P., **Mídia, Poder e Contrapoder**. Boitempo Editorial, 2013

RAMONET, I. **A explosão do jornalismo: da mídia de massa à massa de mídias**. Editora Publisher, 2012

ROVAI, R. Entrevista. Blog do Rovai. **Blogueiros com Lula: uma entrevista para história política brasileira**. 24 novembro de 2010. Disponível em: [http://www.revistaforum.com.br/blogdorovai/2010/11/24/blogueiros\\_com\\_lula\\_uma\\_entrevista\\_para\\_historia\\_politica\\_brasileira/](http://www.revistaforum.com.br/blogdorovai/2010/11/24/blogueiros_com_lula_uma_entrevista_para_historia_politica_brasileira/)