

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
CENTRO DE ESTUDOS LATINO-AMERICANOS SOBRE CULTURA E
COMUNICAÇÃO

**Rede Jornalistas Livres:
Uma alternativa à imprensa hegemônica na cobertura do
golpe de 2016 no Brasil**

LARISSA GOULD DE ASSIS

**São Paulo
2019**

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
CENTRO DE ESTUDOS LATINO-AMERICANOS SOBRE CULTURA E
COMUNICAÇÃO

Rede Jornalistas Livres:
Uma alternativa à imprensa hegemônica na cobertura do golpe
de 2016 no Brasil

Larissa Gould de Assis

Trabalho de conclusão de curso
apresentado como requisito parcial para
obtenção do título de Especialista em
Mídia, Informação e Cultura.

Orientador: Prof. Dr. Silas Nogueira

São Paulo
2019

JORNALISTAS LIVRES E COMUNICAÇÃO EM REDE: UMA ALTERNATIVA À IMPRENSA HEGEMÔNICA NA COBERTURA DO GOLPE DE 2016 NO BRASIL¹

Larissa Gould de Assis²

Resumo: Coletivos de comunicação e veículos de mídia alternativa e independente, se organizaram de forma colaborativa para fazer a cobertura do processo de golpe do Brasil, de abril a agosto de 2016. Potencializados pela internet, estes grupos se articularam de forma colaborativa, criando redes que extrapolaram os meios digitais e construindo uma nova narrativa em contraponto àquela hegemônica da imprensa corporativa. Para tanto, será feito um estudo da comunicação comunitária, popular e alternativa e utilizando como objeto a Rede Jornalistas Livres, rede de coletivos, movimentos sociais e jornalistas independentes que nasceu em março de 2015, fruto da organização destes grupos, através de meios alternativos à mídia convencional, para reivindicarem seu espaço social e político. Também será analisado a participação das mídias sociais, em especial do twitter e do facebook, e dos mídia-ativistas, como a disputa narrativa foi feita nesses espaços e a importância das redes digitais no processo do golpe parlamentar-jurídico-midiático

Palavras-chave: Comunicação, Redes, Jornalistas Livres, Golpe e Ativismo.

¹ Trabalho de conclusão de curso apresentado como condição para obtenção do título de Especialista em Mídia, Informação e Cultura

² Graduada em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo pela Faculdade Paulos de Tecnologia e Comunicação – FAPCOM.

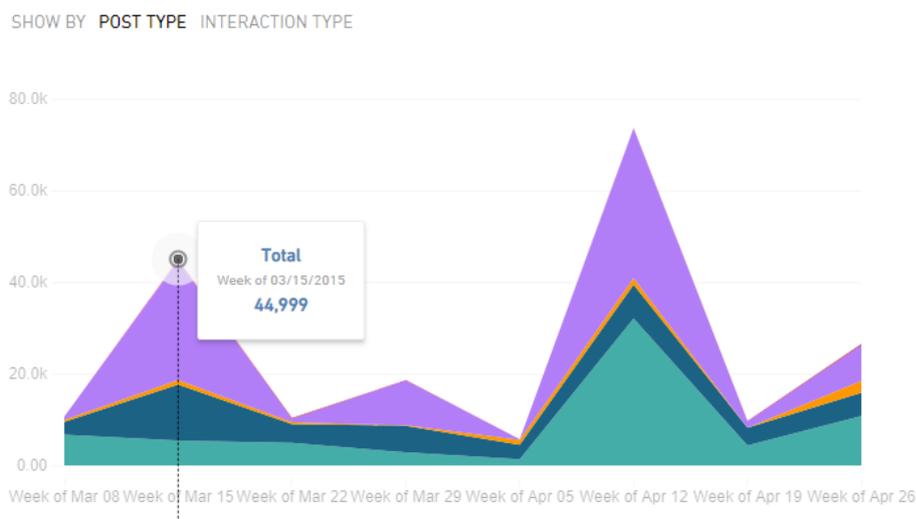
1. INTRODUÇÃO

Fundada em 12 de março de 2015, a Rede Jornalistas Livres é fruto de diversas experiências e acúmulos de um grupo de jornalistas independentes, coletivos de comunicação e de cultura e movimentos sociais. Na noite do dia 12 de março, cerca de 30 comunicadores populares se reuniram na capital de São Paulo para discutir o que estava por vir: dois grandes atos que dariam início a um processo que culminou no golpe jurídico-parlamentar-midiático que derrubou a presidenta eleita Dilma Rousseff no mês de agosto do ano seguinte (2016).

No dia 13 de março, uma sexta-feira, movimentos sociais, partidos políticos e populares, ligados ao campo progressista, convocaram um ato na Av. Paulista, contra o ajuste fiscal, anunciado pela então presidenta no início daquele ano (2015), defendendo a democracia e direitos conquistados. Mas, a verdade é que esse ato era uma resposta a outro. Na semana seguinte, no domingo dia 15 de março, movimentos, partidos e populares conservadores, também convocavam um ato, era o primeiro grande ato pelo impeachment de Dilma Rousseff (PT).

É nesse contexto que a Rede Jornalistas Livres surge. Esta pesquisadora, uma das fundadoras da rede, esteve presente nesse momento. Os e as jornalistas e comunicadores presentes naquele momento tinham uma preocupação: mostrar os fatos. Sabiam que não poderiam contar com a mídia tradicional corporativa para a cobertura dos atos focada nos direitos humanos, base estruturante da rede. Temiam uma postura que se comprovou nos dias seguintes: a tentativa de invisibilizar os atos convocados no dia 13 e de inflar os atos do dia 15.

Para se contrapor a isso, dezenas de comunicadores se uniram e foram as ruas. O resultado? No primeiro final de semana da Rede, a página já passava dos 10 mil seguidores e chegava a quase 45 mil pessoas no facebook, número que cresceu nos meses seguintes



Para participar da rede não é preciso ser jornalista de formação. Orientados por jornalistas experientes e formados, como a premiada Laura Capriglione, todos munidos de um celular, gravador, câmera, papel e caneta podem participar da iniciativa. Organizados de forma horizontal, os grupos são estruturados em colaboradores, os produtores de conteúdos, e publicadores, produtores de conteúdos possuem acesso às plataformas da Rede. Esse acesso é dado de acordo com a participação dos participantes nas redes. Como explica Fernando Sato, membro da rede:

Assim que se dá a horizontalidade da rede. Todos têm a possibilidade de emitir as opiniões de acordo com as suas experiências. Isso é uma horizontalidade. (...) O que por exemplo no jornalismo tradicional não acontece. (...) Uma das coisas que eu penso nessa horizontalidade é que todas as experiências significam muita coisa e que todo mundo têm a mesma importância. (Depoimento Fernando Sato, novembro 2018)

Como já dito, esses atos foram o início de um processo político histórico para o Brasil, do qual a Rede Jornalistas Livres participou ativamente. Desta forma, o presente artigo faz um estudo de caso, tendo como instrumento a pesquisa participante, a partir de uma abordagem histórica/crítica, da Rede, com base no período de março de 2015, momento da convocação dos primeiros atos, até agosto de 2016, concretização do golpe jurídico-parlamentar-midiático. Para isso, a autora se utilizou de entrevistas com integrantes dos coletivos e do recurso da pesquisa participante e dados da rede, coletados do facebook e do twitter.

Serão utilizados ainda, os conceitos de Hegemonia, de Gramsci, de Mídia Hegemônica de Venício A. de Lima, Dênis de Moraes e Jesús Martín-Barbero, de comunicação comunitária de Cicília Peruzzo, entre outros autores.

Comunicação como forma de socialização

A Comunicação – oral, escrita, audiovisual e, mais recentemente, digital – é um importante meio para a construção da história. A oralidade e a memória foram por muito tempo a principal forma de registro e de expressão da sociedade. Assim, as redes pessoais e as relações locais garantiam a comunicação “não oficial”, ou seja, aquela ausente das revistas, livros e documentos.

Com o avanço das tecnologias nos meios de comunicação no século XX, os padrões de cultura passam a ser homogeneizados por meio da indústria cultural e dos chamados “meios de comunicação de massa”, como o cinema e o rádio, assim explica Theodor Adorno. O filósofo elaborou sua Teoria da Cultura de Massa antes da popularização da televisão, naquele momento ele exemplificou, por meio do rádio, o papel da mídia na construção de narrativas hegemônicas, com interesses mercadológicos

A estrutura técnica do sistema comercial radiofônico o imuniza dos desvios liberais, como os que os industriais do cinema ainda se podem permitir no seu campo. É uma empresa privada que, em antecipação aos outros monopólios, já se mostra de todo soberana. Chesterfield é apenas o cigarro da nação, mas o rádio é o seu porta-voz. (ADORNO, 2002, p. 37)

De lá para cá não mudou muita coisa. Para Venício A. de Lima a consequência mais evidente da convergência tecnológica na globalização contemporânea é a “enorme e sem precedentes concentração de propriedade, que provoca a consolidação e a emergência de um reduzido número de megaempresas mundiais” (2012 p. 95). No Brasil, não é diferente. As implicações desse novo padrão mundial no Brasil e das, como chama o autor, “reformas para o mercado” acabam por consolidar os já conhecidos detentores da hegemonia midiática brasileira.

O novo padrão mundial, apesar da enorme crise financeira que atinge o setor, vem assumindo no Brasil feições particulares: primeiro porque, mantém inalterado o histórico domínio do setor por uns poucos grupos familiares e pelas elites políticas locais e/ou regionais; segundo, porque estamos assistindo à entrada de um novo e poderoso ator nacional no setor: as igrejas, sobretudo as evangélicas; e terceiro, porque permanece a posição já hegemônica de um único grupo nacional, as Organizações Globo. (LIMA, 2012, p. 98)

Dênis de Moraes em *Mídia, Poder e Contrapoder*, faz uma analogia a uma árvore para explicar esse novo sistema, e como ele perpassa a informação, entretenimento, cadeias produtivas e até transações financeiras.

Em seus galhos, abrigam-se os setores de informação e entretenimento. Cada galho se combina com os outros por meio de um fio condutor invisível – as tecnologias avançadas -, que termina por entrelaçar e lubrificar os demais os demais em um circuito comum de elaboração, irradiação e comercialização de conteúdos, produtos e serviços. A árvore pertence a um reduzido número de corporações que se incumbem de fabricar volume convulsivo de dados, sons e imagens, em busca de incessante lucratividade em escala global. Essas corporações se estabelecem à potência planetarizada de seus canais, plataformas e suportes de comunicação digitais, que interligam, em tempo real e com velocidade inaudita, povos, sociedades, economias e culturas. (MORAES, 2013, p.19)

Para fugir desta lógica, os indivíduos e comunidades tiveram que se adaptar e procurar outras formas de se comunicar. A comunicação popular e comunitária pode ser vista como um segundo passo da narrativa não oficial apresentada anteriormente. A partir dela, essas redes interpessoais e relações locais são potencializadas.

A comunicação popular, não é um tipo qualquer de mídia, mas surge do movimento de grupos de camponeses ou de trabalhadores discutindo entre si ou com outros grupos similares, como explica Joana Puntel (1994, p.133).

As comunicações comunitária e popular estão intrinsecamente ligadas ao seu caráter social e de mobilização. Ela tem como objetivo ser o elo entre os indivíduos de uma sociedade, transformando-se, assim, em um canal de expressão de uma comunidade.

A comunicação une as pessoas ao seu meio de convívio. Peruzzo também explica que a comunicação comunitária se caracteriza por processos baseados em

princípios públicos: “tais como: não ter fins lucrativos, proporcionar a participação ativa da população, ter propriedade coletiva e difundir conteúdos com a finalidade de educação, cultura e ampliação da cidadania.” (2006, p. 9).

Peruzzo (1998) ainda classifica a “Imprensa alternativa”, não como comunicação popular, de circulação restrita, mas sim conteúdos que se tornaram uma alternativa de leitura crítica, à parte da grande imprensa.

Esses novos arranjos têm em comum ainda a sua independência em relação ao Estado. E isso não é uma coincidência, mas sim uma forma de embate contra hegemônico. Como defende Gramsci a separação entre estado e sociedade civil não se dá de maneira matemática nem mecânica. O professor Silas Nogueira (2010) explica que o autor “amplia seu significado para além de força/poder e “dominação”. Fica mais claro se pensado a partir dos conceitos de estado e sociedade civil” (NOGUEIRA, p.22). Ou seja, para o autor o Estado é mais que o aparelho do governo, é também “o aparelho ‘privado’ de hegemonia ou sociedade civil (2001, v.3, p. 254 Apud NOGUEIRA, 2010, p.24).

A Internet e as redes sociais

A partir dos anos 2000, com a popularização da internet, principalmente nos centros urbanos, a comunicação foi potencializada. Chegamos a um novo patamar da comunicação comunitária, alternativa e da construção de redes.

No Brasil já existiam 42,1 milhões de lares conectados em 2017, totalizando 61% das residências, de acordo com a última pesquisa (2017) TIC Domicílios ³, do Comitê Gestor da Internet no Brasil, que apresenta os números de tecnologia e comunicação da população brasileira.

O perfil desses usuários também mudou muito. São 42,5 milhões que a usam nos celulares. Pesquisa realizada pelo Data Popular ⁴ (2014) mostra que 54% deles pertencem a classe C e 36% as classes A e B. Nas áreas urbanas, 77% dos jovens de 15 a 24, e 65% dos entre 25 a 34, acessam a internet, também de acordo com a TIC Domicílios.

Esse novo mundo digital proporciona a interação entre pessoas em comunidades virtuais. Estas têm um papel de muita importância na nova cultura

³ Disponível em <https://goo.gl/ZUu2c9>.

⁴ Disponível em: <http://migre.me/r156U>

digital, pois aproximam sujeitos com os mesmos interesses, como explica Rogério da Costa, em seu livro *Cultura Digital* (Publifolha, São Paulo, 2003).

Manuel Castells, em “A Sociedade em Rede - A era da informação: economia, sociedade e cultura”, credita ao surgimento da internet e do novo sistema eletrônico de comunicação, caracterizado pelo seu alcance global, integração dos meios de comunicação e interatividade, a mudança definitiva da nossa cultura.

“A integração potencial de texto, imagens e sons no mesmo sistema — interagindo a partir de pontos múltiplos, no tempo escolhido (real ou atrasado) em uma rede global, em condições de acesso aberto e de preço acessível— muda de forma fundamental o caráter da comunicação. E a comunicação, decididamente, molda a cultura porque, como afirma Postinan “nós não vemos a realidade ... como ‘ela’ é, mas como são nossas linguagens. E nossas linguagens são nossos meios de comunicação. Nossos meios de comunicação são nossas metáforas. Nossas metáforas criam o conteúdo de nossa cultura”. Como a cultura é mediada e determinada pela comunicação, as próprias culturas, isto é, nossos sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos são transformados de maneira fundamental pelo novo sistema tecnológico e o serão ainda mais com o passar do tempo” (CASTELLS, 1999, p. 414)

Dentro desse novo cenário, se antes a comunicação “massiva” estava restrita a um pequeno grupo, hoje a lógica começa a se inverter. A internet derruba as fronteiras físicas e dá a oportunidade a qualquer um, munido de um celular com internet, de contar sua história a outros milhares.

Com isso, as redes, se caracterizam não só mais por vínculos físicos e interpessoais, mas também virtuais. O indivíduo passa, a partir do momento que despeja seu conteúdo na web, a se conectar com uma rede mundial.

A mídia cresceu e se ramificou. Blogs, portais alternativos, revistas digitais, páginas sociais se multiplicam. A comunicação também se descentralizou. Antes limitada aos grandes centros urbanos, agora começa a chegar aos confins do mundo, possibilitando a narração de novas histórias, nunca antes contadas de maneira massiva.

No entanto, é importante ressaltar que a internet não é um ambiente livre. O que irá interferir diretamente na atuação e alcance dos veículos de mídia alternativa. Hoje, a internet no mundo é controlada, principalmente, por duas grandes corporações: Google e Facebook. Em 2016, 70% do tráfego de dados em redes móveis na América Latina era dominado pelas duas empresas, de acordo com

estudo da consultoria de redes de banda larga Sandvine⁵. Essas empresas aglutinam outras plataformas e redes como: instagram e whatsapp (facebook); youtube e waze (google), por exemplo.

O grande poder dessas empresas se dá pelo acúmulo de dados dos indivíduos e empresas que elas possuem, que passam a ser comercializados como produtos, essas relações econômicas passam também a interferir diretamente nas estruturas de poder. Como explica Muniz Sodré.

Do lado da produção, a tendência é de fusão das indústrias setoriais, gerando conglomerados poderosos (seis grandes empresas dominam hoje o mercado mundial) enquanto que do lado do consumo prevê-se maior ajuste entre a oferta e à demanda (um exemplo é a televisão digital, de alta definição, que permite ao usuário “montar” o seu próprio programa), capaz de levar a redefinição da relação produto/consumidor. (2002, SODRÉ, p.17).

Tentando burlar as grandes empresas da internet e utilizando de meios alternativos à mídia convencional, individual ou coletivamente, comunicadores se organizam para reivindicarem seu espaço social e político. Assim, a internet, as redes sociais, as rádios comunitárias, os veículos independentes e outras ferramentas, se mostram como importantes aliados. Falar de comunicação é também falar de seus meios.

Os Jornalistas Livres

É nesse contexto digital que coletivos de comunicação e redes, como os Jornalistas Livres surgem. Experiências como os Blogueiros Progressistas, articulação de blogueiros que nasce em 2010 para barrar a candidatura de José Serra, e que ficou popularmente conhecida como os Blogueiros Sujos⁶, ou a Mídia Ninja⁷, que se tornou famosa em 2013 durante a cobertura das jornadas de junho e popularizou as técnicas de transmissão online ao vivo, que antecederam os Jornalistas Livres, têm em comum a internet como ferramenta e potencialidade.

O que diferencia, então, os Jornalistas Livres de outras iniciativas? A rede nasce de uma experiência anterior, a cobertura colaborativa da Crise Hídrica de

⁵ Disponível em <https://goo.gl/MLrVZb>

⁶ Disponível em <https://goo.gl/RL3kew>

⁷ Disponível em <https://goo.gl/HYM7MN>

2014 em São Paulo, um projeto chamado Conda d'Água⁸. A iniciativa reuniu diversos membros da mídia alternativa como o Jornal Brasil de Fato, o Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé, a Revista Fórum, o site Ponte Jornalismo e a Mídia Ninja. Unidos para denunciar o desinvestimento do Estado de São Paulo e do então governador Geraldo Alckmin no setor de saneamento paulista. O projeto tinha, além de publicações conjuntas, um acordo de compartilhamento dos conteúdos de cada membro/coletivo da rede, visando o maior alcance da cobertura.

É sobre esses pilares, e com o compromisso de produzir conteúdo jornalístico, que a Rede Jornalistas nasce. Rede, não coletivo, reuniu e reúne membros de coletivos, blogs, sites independentes, movimentos sociais e de cultura, e, também jornalistas e comunicadores independentes. A organização da rede segue essas características, produção de conteúdo, por vezes em parceria com coletivos, por vezes assinados pela própria Rede, e o compromisso de compartilhar conteúdos de membros e parceiros da rede.

A iniciativa possui uma organização horizontal, dividida entre colaboradores e publicadores, onde todos têm direito a voz e voto nas decisões editoriais e de pautas cobertas pela rede. Os Jornalistas Livres não possuem manual, diferente das mídias tradicionais, todos os formatos, dos mais tradicionais aos mais poéticos, são bem-vindos na Rede.

Os membros são, portanto, a grande força motriz da Rede. E, como dito anteriormente, não é necessária a formação jornalística acadêmica para fazer parte da iniciativa. Oficinas, reuniões e monitoria, aliados ao trabalho diário, formam esses comunicadores populares. Para os Jornalistas Livres, assim como defendeu Gramsci “todos os indivíduos são filósofos e intelectuais”, como explica Silas Nogueira, o autor marxista redimensiona o papel dos intelectuais tradicionais e orgânicos e da sua formação na direção intelectual e moral da sociedade “tirando-os das hostes elitistas e estendendo suas qualidades, assim como suas funções conservadoras, ao homem comum, aos grupos sociais subalternos”. Assim, nas palavras de Gramsci:

É preciso, portanto, demonstrar que todos os homens são “filósofos”, definido os limites e as características desta “filosofia espontânea”, peculiar a “todo mundo”, isto é, da filosofia que está contida: 1) na própria linguagem, que é um conjunto de noções e de conceitos determinados e não, simplesmente, de palavras gramaticalmente vazias de conteúdo; 2) no senso comum e no bom senso; 3) na

⁸ Disponível em <https://goo.gl/M6NZmW>

religião popular e, conseqüentemente, em todo o sistema de crenças, superstições, opiniões, modos de ver e de agir que se manifestam naquilo que geralmente se conhece por “folclore” (2001, v.1, p.93 Apud NOGUEIRA, 2010, p. 38)

Seguindo essa nova lógica, em lugar de um manual jornalístico, um manifesto guia os participantes da Rede. O compromisso que todos assinam para fazer parte da iniciativa é claro: o compromisso com a cobertura com o viés da defesa dos direitos humanos.

#JornalistasLivres produzimos REPORTAGEM. Lamentamos o confinamento a que a indústria midiática relegou o mais nobre dos gêneros jornalísticos e trabalhamos para reduzir o abismo de desequilíbrio. A matéria-prima de nossas reportagens é HUMANA. Almejamos um jornalismo humano, humanizado e humanizador, ancorado principalmente em personagens da vida real (não só em estatísticas), na frondosa diversidade da vida dentro da floresta (não à distância robocop das tomadas aéreas panorâmicas), na fortuna das histórias (não dos cifrões). (LIVRES, J. Manifesto⁹)

A rede é completamente voluntária. A infraestrutura mínima que a financiou por pouco mais de dois anos, uma sala/sede onde ocorriam as reuniões – que acontecem semanalmente – foi fruto de um financiamento coletivo ¹⁰realizado em 2015, que arrecadou 120 mil reais.

A rede possui como ferramenta principal a internet, mais sua principal força está nos movimentos, coletivos e indivíduos, que juntos potencializam seu alcance.

A Contra narrativa ao golpe

A comunicação - comunitária, independente, alternativa e digital¹¹ - assume caráter social e de mobilização, aliado à realidade local, liga os indivíduos de uma sociedade e cumpre o papel de um canal de expressão de um grupo, antes à margem da narrativa oficial, que passa a sair da invisibilidade e até mesmo ter caráter global.

⁹ Disponível em <https://goo.gl/rEqbTf>

¹⁰ Crowdfunding garante rede Jornalistas Livres. Disponível em <https://goo.gl/dV9pjZ>

¹¹ Revisitando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária. Disponível em <https://goo.gl/DHUSiy>. Acesso em 25 de agosto 2018.

⁴ Pesquisa Ibop disponível em: <http://goo.gl/obZgl9>

Esta nova comunicação teve participação fundamental para contar e registrar o golpe parlamentar-midiático realizado no Brasil em agosto de 2016.

Depois de um primeiro turno apertado, Dilma Rousseff é reeleita com 51,64% dos votos, contra 48,36% de Aécio Neves, em 26 de outubro de 2014. A vitória apertada, aliada à derrota na câmara – 2014 elegeu o congresso mais conservador desde 1964, ano do golpe militar, de acordo com Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar (Diap)⁵ - adiantava o que estava por vir.

Desde o resultado das eleições, industriais e ruralistas, aliados a mídia corporativa, começaram uma ofensiva contra a presidenta. Em uma campanha de difamação, que atacou principalmente à Petrobras. Estas séries de ataques na Câmara, que pode ser ilustrada em figuras como o então presidente da Casa Eduardo Cunha (MDB), evidenciaram o caráter parlamentar do golpe.

Um segundo elemento importante para entender o processo fraudulento do impeachment de Dilma Rousseff, e o que dá a ele a característica jurídica, são as denúncias que envolvem a chamada Operação Lava Jato, representadas principalmente na figura do Juiz Sérgio Moro. A Lava Jato teve início no ano de 2009, investigando crimes de lavagem de recursos relacionados ao ex-deputado federal José Janene, no Paraná. Também estavam envolvidos nas denúncias os doleiros Alberto Youssef e Carlos Habib Chater. A investigação revelou que Alberto Youssef, mediante pagamentos feitos por terceiros, “presenteou” com um Land Rover Evoque o ex-diretor de Abastecimento da Petrobras Paulo Roberto Costa. A partir desta operação se deu a campanha de privatização da Petrobras e de caça às bruxas da política nacional. Com a institucionalização da delação premiada, sem provas e condenada por 8 mil juristas ¹² – que se pronunciaram em manifesto no período do golpe – a operação Lava Jato e a figura de Sergio Moro se tornaram os arautos do combate a corrupção. E este mesmo combate aos corruptos que foi utilizado como combustível das manifestações de rua e argumento para as ações no parlamento, na justiça e na mídia para a concretização do golpe em 2016.

A característica midiática, protagonizada por grandes veículos da mídia tradicional/comercial, podem ser ilustrados peça campanha difamatória encampada nos jornais, impressos e televisivos, e nas revistas de maior circulação do país.

⁵ Disponível em: <http://goo.gl/TqKJ34>

¹² Disponível em: <https://bit.ly/309duOm>

Como explica Ranata Mielli, jornalista e coordenadora Geral do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), em artigo publicado pelo Fórum:

A doutrinação diária dos meios de comunicação hegemônicos no Brasil, realizada sistematicamente nos últimos 13 anos, reuniu alguns elementos que levaram à consumação do golpe deste dia 31 de agosto. O aprofundamento da criminalização dos movimentos sociais, as denúncias seletivas de corrupção contra o PT e suas lideranças, e a criação de uma nova ameaça comunista na América Latina, representada pelos governos bolivarianos e pelo Foro de São Paulo, resultaram numa mistura explosiva que cindiu a sociedade e fez emergir dos subterrâneos as piores manifestações do fascismo que estavam adormecidas no país.(MIELLI, R, 2016)

Pascual Serrano defende em *Mídia, Poder e Contrapoder*, que a grande quantidade de informações falsas são uma tática de alienação utilizado pelos que detém o poder:

"A sobrecarga de informação já demonstrou ser uma das formas mais efetivas de desinformação da cidadania. A censura das ditaduras impedia a divulgação de notícias indesejáveis para o poder. As democracias atuais a substituíram por informações falsas para esconder as verdadeiras, alcançando uma eficácia igual à da censura, mas evitando a acusação de atentando contra as liberdades" (SERRANO, 2013. p.177)

Sem lugar para se expressar. Mais uma vez os movimentos sociais e populares se uniram. Desta vez para fazer a contra narrativa a este processo com ajuda principalmente da internet e da criação de redes, online e offline, como foi o caso da Rede Jornalistas Livres.

Fazer história dos processos implica fazer história das categorias com que os analisamos e das palavras com que nomeamos. Lenta mais irreversivelmente viemos aprendendo que o discurso não é um mero instrumento passivo na construção do sentido que tomam os processos sociais, as estruturas econômicas ou os conflitos políticos. (MARTIN-BARBEIRO, 1997 p.21)

Como explica Muniz Sodré (2002), esta mídia nova, digital, sugere uma nova "qualificação da vida, um bios virtual", com novos costumes, condutas, cognição e sensorialismo, que tem como principal característica e poder a estocagem e rápida distribuição de grandes volumes de dados.

Todo este processo é uma expansão do que Giddens chama de "reflexividade institucional" – um dos motores da modernidade – ou seja, o uso sistemático da informação ou do saber com vistas à reprodução de um sistema social (SODRÉ, 2002, p.24)

Desta forma, o virtual influenciou na mobilização das ruas, na disputa de imaginário das conversas de bar e almoços de família.

Coletivos e movimentos entenderam que, as redes pessoais e virtuais se complementam e fortalecem.

Articulados em redes nacionais, coletivos e indivíduos ganharam força e puderam se expressar de forma plural e alcançar um maior número de pessoas. Tendo como consequência o empoderamento e fortalecimento das redes criadas em contraponto aos veículos hegemônicos e grandes corporações, que também tiveram seu alcance ampliado com essas novas tecnologias e plataformas advindas da popularização da internet. É também preciso pontuar que, não somente veículos e iniciativas alternativas de esquerda, ou que foram contra o golpe, foram fortalecidas nesse período.

Centenas de iniciativas foram criadas, ou fortalecidas, para dar vazão a essas muitas vozes, fora dos meios tradicionais, entre elas, a Rede Jornalistas Livres, fundada em 2015. O Movimento Brasil Livre (MBL), por exemplo, um dos maiores articuladores do processo do impeachment, teve a internet como principal ferramenta de mobilização.

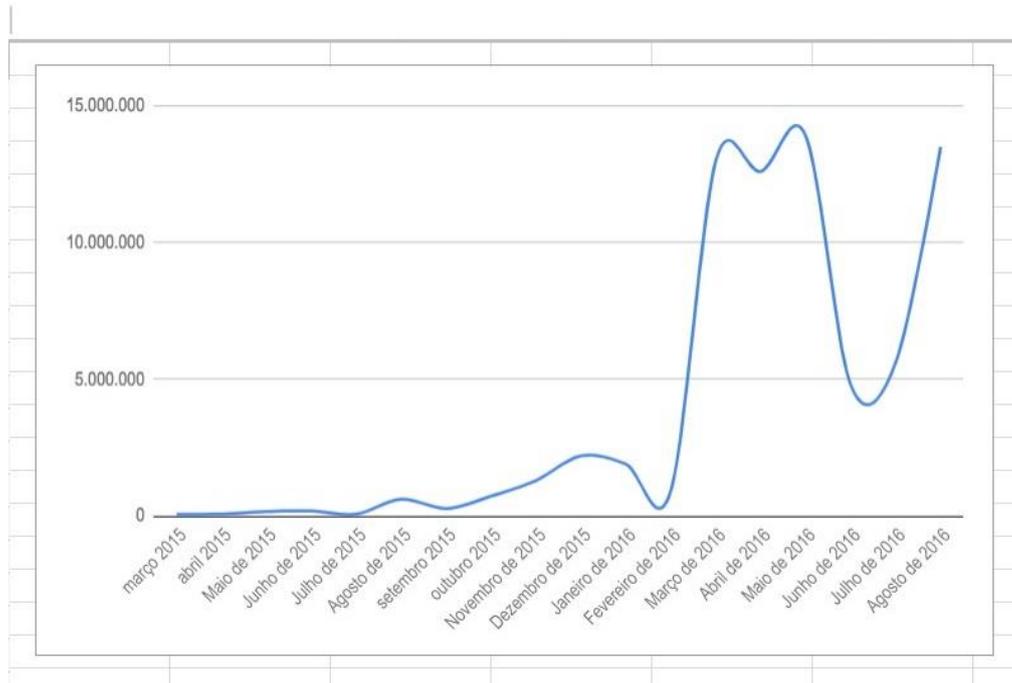
De março de 2015 a agosto de 2016, período entre a convocatória dos primeiros atos pró-impeachment e em defesa da democracia, e consolidação do golpe, a Rede chegou a mais 2 milhões de pessoas.

Conforme é possível ver no gráfico abaixo, o crescimento da rede está diretamente vinculado aos momentos marcantes deste período histórico, tendo os seus principais picos nos meses de abril, abertura do processo na Câmara, maio, repercussão do afastamento, e agosto de 2016, concretização do mesmo no Senado.



Março 2015: 68.488	Abril 2015: 131.839	Maio 2015: 37.874
Junho 2015: 52.456	Julho 2015: 45.582	Agosto 2015: 114.297
Setembro 2015: 37.351	Outubro 2015: 171.848	Novembro 2015: 267.574
Dezembro 2015: 503.701	Janeiro 2016: 189.581	Fevereiro 2016: 173.344
Março 2016: 1.972.244	Abril 2016: 1.981.438	Maio 2016: 2.113.434
Junho 2016: 937.797	Julho 2016: 721.924	Agosto 2016: 2.037.517

Também é possível notar como as manifestações e atividades políticas tiveram direta influência no crescimento da Rede, tomando como exemplo outros meses de grande engajamento da página, como dezembro de 2015, março e abril de 2016, que foram marcados por intensos atos nas ruas de todo o Brasil. No twitter, esse padrão se repete. Abaixo as impressões da página da rede no mesmo período.



Março 2015: 61.900	Abril 2015: 76.100	Mai de 2015: 162.400
Junho de 2015: 187.300	Julho de 2015: 67.200	Agosto de 2015: 620.600
Setembro 2015: 272.200	Outubro 2015: 725.200	Novembro de 2015: 1.3M
Dezembro de 2015: 2.2M	Janeiro de 2016: 1.9M	Fevereiro de 2016: 935.9K
Março de 2016: 13.0M	Abril de 2016: 12.6M	Mai de 2016: 13.9M
Junho de 2016: 4.8M	Julho de 2016: 5.6M	Agosto de 2016: 13.5M

A organização da cobertura dos Jornalistas Livres deste processo foi como todas as outras. Membros dos coletivos se reuniram e decidiram quais as pautas prioritárias, linhas editoriais e equipes. Quem ficaria em São Paulo ou em suas respectivas cidades e quem iria para Brasília, de acordo com a disponibilidade de cada um, já que a rede é formada por voluntários.

Esta preparação foi realizada dentro da Rede, mas também junto a diversos movimentos e Frentes parceiras. Em Brasília, os Jornalistas Livres de juntaram ao Acampamento da Democracia, e acompanharam, junto aos milhares de militantes e apoiadores de Dilma Rousseff, todo o processo de discussão e votação da Câmara.

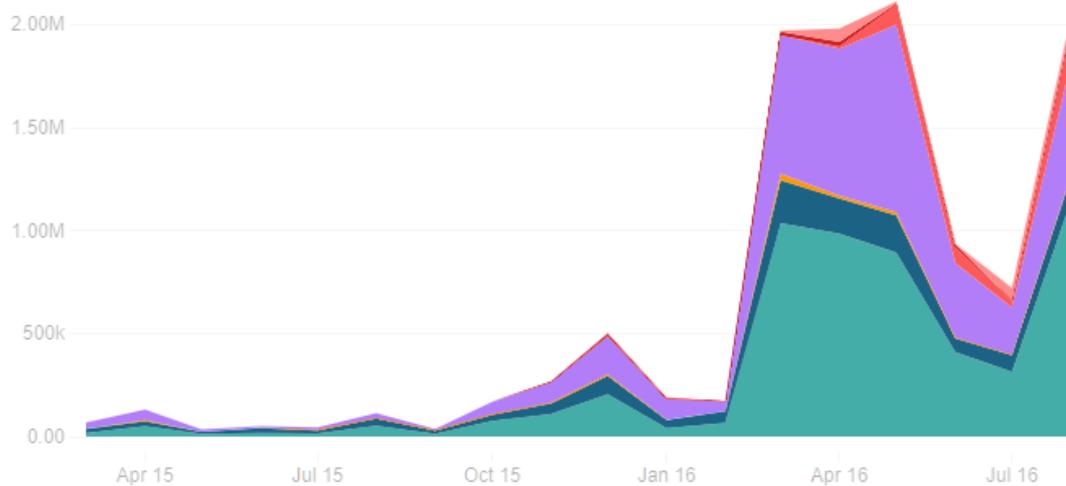
Mas não só do campo popular/progressista. A cobertura da Rede teve como objetivo, desde os primeiros atos, mostrar quem eram as pessoas de cada lado. O que reivindicavam? Qual o perfil? O discurso? As pautas? Em uma cobertura no chão, junto aos manifestantes, diferente daquela distante, do auto dos helicópteros, realizada pela mídia corporativa.

Já naquelas coberturas iniciais, nos primeiros meses da rede, alguns padrões puderam ser verificados nas manifestações, como, por exemplo, a discrepância na presença de negros e negras; e a diferença das reivindicações (enquanto os verde-amarelos pediam o fim da corrupção, mas não tinham propostas concretas para o futuro; os vermelhos pautavam a defesa de direitos conquistados, o fim do ajuste fiscal e a defesa democracia).

Foi essa cobertura que garantiu o crescimento da rede. O público, carente de uma cobertura diferente da mídia hegemônica, que mostrasse o lado dos movimentos sociais e direitos humanos, passou a acompanhar, seguir, contribuir financeiramente e apoiar a rede.

Essa é a diferença. A grande mídia fazia a cobertura de cima da Fiesp. Era isso que a Globo mostrava. O número, a quantidade de pessoas. A gente mostrava o chão. Falava direto com as pessoas. (...) O corpo a corpo, quem eram aquelas pessoas, seus interesses, formas de organização (Depoimento Fernando Sato, novembro 2018)

Outro dado importante a apresentar sobre a rede é a sua característica audiovisual. Ainda que os Jornalistas Livres possuam grande volume de matérias em texto publicadas, é possível notar que o maior número de publicações, e o as de maior alcance da rede são vídeos e fotos. Isso se explica pelo próprio formato das redes sociais, seu público priva pelo conteúdo de rápida absorção e a Rede teve que se adaptar a esse padrão, como é possível verificar nos gráficos abaixo:



ALL POSTS > TOTAL INTERACTIONS > MAR. 13, 2015 TO AUG. 31, 2016



TOTAL INTERACTIONS

11.56M

AVG. MONTHLY INTERACTIONS

642.1K

MONTHLY INTERACTION %

0.10%

POST TYPE	TOTAL	%	
Photos	5.47M	47.34%	
Links	1.23M	10.61%	
Statuses	110.9K	0.96%	
Facebook Videos	4.06M	35.14%	
Facebook Live	370.5K	3.21%	
YouTube Videos	114.6K	0.99%	
Other Videos	203.4K	1.76%	

A importância da construção de redes contra hegemônicas

A partir dessa necessidade do fortalecimento dos coletivos e redes de comunicação alternativa, como os Jornalistas Livres, veio também a necessidade de construir novas formas de se comunicar, uma comunicação participativa. Julia Dietrich (2011), defende que na construção desta comunicação participativa o sujeito

deixa de ser passivo em relação à mídia e passa a ser também agente de informação.

Tendo o equipamento comunitário como seu instrumento de transformação social, o indivíduo se torna leitor, ouvinte, consumidor crítico e, conforme reconhece e investiga seu território em busca de informações hiperlocais, também se converte em proponente de ações e de mudanças. (DIETRICH, 2011, p. 31).

Dessa perspectiva, a comunicação é instrumento de transformação social, já que o indivíduo se torna leitor, ouvinte, consumidor crítico e, também, se converte em proponente de ações e de mudanças.

A Comunicação é, como dito anteriormente, um importante aparato de construção e documentação da história. Mais do que isso, é um instrumento fundamental para a construção política e social de indivíduos e comunidades.

A televisão ainda é o meio de comunicação que chega ao maior número de pessoas, 94% das casas, de acordo com a pesquisa “Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira”⁶, encomendada pela Secretaria de Comunicação Social (Secom) da Presidência da República, em 2015.

Mas, a concentração das concessões de radiodifusão faz com que o conteúdo desses veículos seja muito parecido, e com uma discrepância muito grande com a realidade do Brasil. E não só na televisão, mas em todos os chamados meios de comunicação de massa.

O conteúdo é, principalmente, centralizado no eixo Rio-São Paulo, ignorando as especificidades regionais e riqueza cultural da pluralidade do país.

As narrativas desses meios reproduzem comportamentos machistas, racistas e violentos. Esses padrões passam a se repetir nas extensões virtuais desses veículos, em seus portais, redes sociais e aplicativos, por exemplo. Esse discurso hegemônico, que defende os interesses das empresas que administram essas concessões, pode ser explicado pela Teoria da Espiral do Silêncio na qual, como explica Felipe Pena em Teoria do Jornalismo, os meios de comunicação tendem a priorizar as opiniões dominantes em detrimento às das minorias, ou maiorias isoladas.

⁶ Disponível em: <http://migre.me/rlc1D>

Esta concentração monopolizada da grande mídia e, também, de seu discurso hegemônico prejudica diretamente a democracia do país, e pode ser ilustrada pela participação da mesma nos golpes de 1964 e 2016.

Em pleno século XXI, o Brasil continua sendo um dos países com maior concentração da mídia no mundo. Menos de dez grupos familiares concentram os principais meios de comunicação no Brasil, num verdadeiro esquema de monopólios e oligopólios em âmbito regional e nacional, violando a Constituição Federal de 1988 e desequilibrando o jogo democrático da representação política. A legislação do setor também não inclui dispositivos que limitem a concentração de propriedade. (...) As redes nacionais de comunicação incluem emissoras de rádio e TV, jornais e revistas de circulação nacional. Seus principais proprietários são sete famílias. Os Marinheiros da Rede Globo (a família mais rica do Brasil), a família Abravanel (de Sílvio Santos) do SBT, Edir Macedo da Record, a família Saad da Band, os Frias da Folha de S. Paulo, os Mesquitas do Estadão e os Civita da editora Abril e Veja. São sete famílias que representam unicamente mais de 80% de tudo que entra para os brasileiros. (MARCELINO, Fernando, 2016)

Em contraponto aos grandes veículos, a internet vem se destacando como uma alternativa efetiva. No Brasil, já são 85,9 milhões com acesso à internet, ou seja, mais da metade da população conectada.

Na web, diferente dos meios levantados anteriormente, os diversos grupos sociais, nas mais distintas localidades encontram espaço para contarem a sua história, descentralizando e diversificando os discursos e, assim, construindo uma narrativa contra hegemônica. No entanto, é importante evidenciar que mesmo na web essa disputa não ocorre de maneira igual e democrática, já que os grandes veículos hegemônicos também estão neste espaço e possuem muito mais dinheiro e infraestrutura para disputar os usuários.

O que antes era limitado à comunidade e a um pequeno grupo, agora pode ser difundida massivamente. O local se torna global. Como elucida Pascual Serrano: “A internet e as novas tecnologias mostraram a possibilidade das organizações sociais e dos jornalistas alternativos de enfrentar o predomínio dos grandes meios de comunicação”.

As redes formadas por diversos coletivos de mídia, comunicação, movimentos sociais potencializaram ainda mais esse processo, dando força à contra narrativa do processo fraudulento do impeachment da presidenta Dilma Rousseff em 2016. Se um coletivo ou movimento conseguia um certo alcance, ao se articularem em rede, os membros aumentaram essa esfera de abrangência, chegando a mais

pessoas e lugares. Ou seja, como explica Pascual Serrano, a tecnologia da web por si não garante a característica cidadã:

“Além das facilidades técnicas da internet, que todos conhecemos, há uma demanda cidadã que exige uma perspectiva alternativa à informação e às análises dominantes. Ela é representada pelos meios cujo princípio existencial não é a participação no mercado, não tem fins lucrativos, não são propriedades de acionistas e não condicionam os seus conteúdos à receita publicitária” (SERRANO, 2013. p.151)

Desta forma, diferentemente de outros momentos históricos, os veículos de mídia alternativa, como a Rede Jornalistas Livres que participou ativamente deste processo, conseguiram denunciar o golpe brasileiro. Com a ajuda da internet e das redes sociais, os movimentos populares puderam dar vazão às suas pautas. Ainda que com menor potência que o veículos hegemônicos, conseguiram repercutir a crise política pela qual o país passava.

Considerações finais

Os processos de construção em rede e do impacto dos mesmos na criação de novas narrativas e formas de se comunicar, e as consequências destes na elaboração da história do golpe jurídico-parlamentar-midiático de 2016 no Brasil são objeto para extenso estudo.

No que diz respeito a rede Jornalistas Livres, é preciso sim levar em conta a importância da internet no processo de surgimento e fortalecimento da rede, sem perder de vista, no entanto, os problemas das políticas de comunicação no país e no mundo que dificultam, e por vezes inviabilizam a rede ou outras similares.

É sabido que a internet é uma alternativa aos meios tradicionais, no entanto ainda é controlada por grandes empresas, de forma que aqueles que possuem mais dinheiro e condições de investir nas plataformas tendem a crescer mais. Isso faz com que os padrões de mídia e discurso hegemônicos, já disseminados nos veículos tradicionais, se repitam nas redes digitais.

Mais recentemente, posterior ao processo do golpe, pudemos ver como grandes valores investidos em verdadeiros exércitos de perfis fakes e fábricas de conteúdos mentirosos e duvidosos, principalmente utilizando o whatsapp, plataforma de troca de mensagens de posse do facebook, foram decisivos para as eleições de

2018. O processo é posterior ao golpe, e por isso pede um, ou muitos estudos específicos, mas podemos dizer que a articulação na internet de movimentos pró-impeachment, como o Movimento Brasil Livre e o Vem para Rua, foram embrionários nesta disputa à direita da narrativa.

Redes e coletivos como os Jornalistas Livres possuem então mais um desafio, além de fazerem o contraponto narrativo aos veículos tradicionais hegemônicos, precisam disputar espaço na rede com esses novos grupos que, embora se coloquem como novidade, disseminam os mesmos discursos racistas, machistas, xenófobos, LGBTfóbicos e das mais diversas intolerâncias, que são por vezes piores que os anteriores e assumem tons fascistas.

O desafio é de enfrentar páginas sem donos, conteúdos não assinados e um exercito de robôs, estes com altíssimo financiamento de origem não declaradas.

Mais do que nunca, redes e coletivos comprometidos com a democracia, os direitos humanos, e com a informação, a apuração e o jornalismo, como os Jornalistas Livres e outras iniciativas, são fundamentais.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor W. Indústria Cultural e Sociedade. Coleção Leitura. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 2002.

ANSARA, Soraia. Memória política: construindo um novo referencial teórico na Psicologia Política. Revista Psicologia Política – vol. 8, nº15, 2008. Disponível em: <http://migre.me/bYYxK>. Acesso em 25 de agosto de 2018.

BARBÉ, Domingos. A graça e o poder: as comunidades eclesiais de base no Brasil. São Paulo: Paulinas, 1983.

CAPRIGLIONE, Laura: depoimento [dezembro. 2018]. Entrevistadora: Larissa Gould de Assis, 2018. 120 min, gravação em áudio.

CASTELLS, Manuel. A Sociedade em Rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura. V 1. Paz e Terra, São Paulo, 1999.

COSTA, Rogério da. Cultura Digital. Publifolha, São Paulo, 2003.

DIETRICH, Julia. Comunicação Comunitária. ONG Cidade Escola Aprendiz, São Paulo, 2011.

FESTA, Regina; SILVA, Carlos Eduardo Lins (orgs). Comunicação popular e alternativa no Brasil. São Paulo: Paulinas, 1986.

FOSTER, Jonathan K. Memória. Porto Alegre, RSEd. L & M POCKET, 2011.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Ed. Atlas, 1996.

GOHN, Maria da Glória. Movimentos Sociais e Redes de Mobilizações Cívicas no Brasil Contemporâneo. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

HOLANDA, Fabíola; MEIHY, José Carlos Sebe B. História Oral – Como fazer, como pensar. São Paulo: Ed. Contexto, 2011.

LIMA, Venício A. de. Mídia – Teoria e Política. São Paulo. Ed. Perseu Abramo, 2012.

MARCELINO, Fernando. As relações entre o Golpe institucional e a Mídia Monopolista no Brasil: perspectivas e alternativas. Paraná: Sul 21. Disponível em: <http://goo.gl/7bX4mW> . Acesso em: 25 de agosto de 2018.

MARTIN-BARBERO, Jesus. Dos meios às Mediações – Comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Teoria das Mídias Digitais - Linguagens, Ambientes e Redes. São Paulo: Ed. Vozes, 2014.

MIELLI, Renata. O golpe da mídia e a luta pela democratização da comunicação. São Paulo: Fórum Nacional Pela Democratização dos Meios de Comunicação – FNDC. Disponível em: <http://goo.gl/kYtPoK>. Acesso em 25 de agosto de 2018.

MORAES, Dênis de; RAMONET, Iganacio; SERRANO, Pascual. Mídia Poder e Contrapoder. Rio de Janeiro: Boitempo Editorial, 2013.

NOGUEIRA, Silas. Horizontes da Luta Social. Ed. Book Jvris, Belo Horizonte, 2010.

PAIVA, Raquel. O Espírito Comum - comunidade, mídia e globalismo. Rio de Janeiro: Mauad, 2003. Disponível em: <http://migre.me/bZ0fq>. Acesso em 25 de agosto de 2018.

PASCUMA, Dena; CASTILHO, Antonio Paulo Ferreira de. Projeto de Pesquisa – o que é? Como fazer?: um guia para sua elaboração. São Paulo: Olho d'Água, 2005.

PASCUMA, Dena; CASTILHO, Antonio Paulo Ferreira de. Trabalho Acadêmico – o que é? Como fazer?: um guia para sua elaboração. São Paulo: Olho d'Água, 2005.

PENA, Felipe. Teoria do Jornalismo. São Paulo: Ed. Contexto, 2008.

PERUZZO, Cecilia Maria Krohling. Comunicação nos Movimentos Populares. Ed. 2. Petrópolis: Ed. Vozes, 1999

PERUZZO, Cecilia Maria Krohling; VOLPATO, Marcelo de Oliveira. Conceitos de Comunidade, local e região: inter-relações e diferença. Revista Acadêmica Líbero, São Paulo, 2009. Ano XII, nº 24, p. 139 – 151.

PERUZZO, Cicília. Revisitando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária. Disponível em: <http://migre.me/bZ6fU>. Acesso em 25 de agosto de 2018.

PUNTEL, Joana T. A Igreja e a democratização da comunicação. São Paulo: Paulinas, 1994.

SATO, Fernando: depoimento [novembro. 2018]. Entrevistadora: Larissa Gould de Assis, 2018. 120 min, gravação em áudio.

SINGER, Helena (org). Comunicação Comunitária. Coleção Tecnologias do Bairro-Escola. São Paulo: Ed. Moderna, 2012.

SODRÉ, Muniz. Antropológica do Espelho. Petrópolis: Ed. Vozes, 2002.

WARREN, Ilse Scherer. Redes de Movimentos Sociais. São Paulo: Loyola, 1993.

WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. Lisboa: Ed. Presença, 1985.