

SOBRE JORNALISTAS-MILITANTES: FORMAÇÃO, PARTICIPAÇÃO E JORNALISMO EM MOVIMENTOS SOCIAIS

Julia Saggioratto¹
Angela Zamin²

RESUMO

Em oposição aos meios de comunicação hegemônicos, os movimentos sociais constroem seus próprios espaços em busca de soberania comunicacional. É na esfera da comunicação produzida por jornalistas-militantes que refletimos sobre quem são os profissionais que vivenciam as realidades sobre as quais escrevem e como é o jornalismo que produzem a partir disso. Por meio da técnica de entrevista em profundidade, desenvolvemos a escuta atenta de três mulheres jornalistas e militantes que expõem seus posicionamentos e propósitos na construção de um jornalismo que seja meio de formação e de construção de consciência de classe.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Jornalistas-militantes; Contra-hegemonia; Movimentos populares; Entrevista em profundidade.

ABOUT JOURNALIST-MILITANTS: TRAINING, PARTICIPATION AND JOURNALISM IN SOCIAL MOVEMENTS

ABSTRACT

Contrary to the hegemonic media, social movements build their own spaces in search of communicational sovereignty. It is in the communication sphere produced by journalist-militants that we reflect on who these professionals are who experience the circumstances about which they write and how journalism they produce is constituted from it. Through the technique of in-depth interviewing, we have carefully listened to three women journalists and militants who expose their positions and purposes in the construction of a journalism which is a means of formation and construction of class consciousness.

KEYWORDS: Journalism; Journalist-militants; Anti-hegemony; Popular movements; In-depth interviews.

INTRODUÇÃO

Em discussões iniciais sobre a estruturação da pesquisa, dúvidas e inquietações relacionadas ao posicionamento e à perspectiva de jornalistas diante das realidades sobre as quais escrevem me motivaram a investigar outro panorama da comunicação no

¹ Jornalista graduada pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Campus Frederico Westphalen. E-mail: julia.saggioratto@gmail.com.

² Jornalista. Professora do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Campus Frederico Westphalen. Doutora em Ciências da Comunicação (Unisinos). Líder do Resto - Laboratório de Práticas Jornalísticas (CNPq/UFSM). E-mail: angelazamin@gmail.com.

Brasil, a mídia independente, de resistência. Para isso, trago, acompanhando a problemática da pesquisa, questões como o monopólio comunicacional existente no Brasil e a maneira como legitima alguns discursos em detrimento de outros que não possuem espaço na mídia comercial. Fato que justifica a construção de um jornalismo popular por movimentos e organizações sociais e de processos de resistência de jornalistas-militantes à mídia hegemônica. Teoricamente, a pesquisa discute a notícia como construção (TRAQUINA, 2004), os valores de imparcialidade e neutralidade (TRAQUINA, 2004) e o jornalismo libertador (TAVARES, 2004).

Procuro entender quais elementos envolvem a apuração e a produção por parte de jornalistas mulheres e militantes que trabalham junto aos movimentos sociais nos quais militam e como percebem o contexto comunicacional no Brasil, tanto da perspectiva da mídia comercial como da independente ou da mídia dos movimentos e organizações sociais. Busco traçar um panorama de como essas jornalistas, que estão inseridas em uma realidade de construção de mídias que fazem resistência às grandes empresas de comunicação do país, entendem o seu trabalho dentro desse contexto e como avaliam os monopólios comunicacionais. Para avançar nessa empreitada, utilizo da pesquisa qualitativa, por meio de entrevista em profundidade.

As jornalistas que cederam seus relatos para esta pesquisa foram: (1) Rosa Soares, militante da Pastoral da Juventude do Meio Popular (PJMP) e da Pastoral da Juventude Rural (PJR), jornalista de um jornal comercial, de um jornal das pastorais e de uma cooperativa de comunicação independente; (2) Margarida Santos, militante e jornalista do Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA) e colaboradora de um site independente de notícias, e (3) Ana Fortes, da etnia Tupinambá, ativista da causa indígena e jornalista de uma rádio indígena. É importante destacar que optamos por empregar pseudônimos para preservar a identidade das entrevistadas.

A opção por ouvir mulheres jornalistas e militantes, ao invés de homens, se deu em razão de que, assim como em inúmeros espaços da sociedade, nas entrevistas jornalísticas e nas investigações científicas as mulheres também possuem menos espaço, quer como fontes, quer como sujeitos da/na pesquisa.³ Outras duas opções foram feitas:

³ Neste sentido, destaca-se a investigação de Woitowicz e Rocha (2014) sobre o processo de produção de representações do masculino e do feminino por meio dos discursos jornalísticos. Em *Mujeres en los medios, mujeres de los medios*, Jorge Alonso afirma que “la discriminación sufrida por las mujeres es la más antigua y persistente en el tiempo, la más extendida en el espacio, la que más formas ha revestido

a adoção da linguagem de gênero, inclusiva, e a escrita na primeira pessoa do singular – para não obscurecer a autoria do trabalho, tornando-o impessoal, algo que contraponho.

Diante do exposto, interessa responder quem são e que jornalismo produzem jornalistas que também são militantes das causas sociais sobre as quais escrevem? Para tanto, busquei compreender quem são as jornalistas que militam e produzem informações sobre movimentos sociais e que jornalismo resulta dessa relação.

DESIGUALDADES E MOVIMENTOS SOCIAIS

A concentração midiática no Brasil nos propõe discussões sobre a naturalização de determinados discursos na sociedade e sobre a marginalização de grupos que oferecem resistência a esse monopólio. É fato que a mídia comercial serve ao capital e, por isso, não tem o intuito de produzir jornalismo – jornalismo como função social, como espaço para todas as vozes se pronunciarem. Jornalismo plural nunca foi e nunca será uma prioridade para a mídia de mercado, que vende a informação para quem melhor pagar. Para Dantas (2008), o processo de dominação e submissão existente entre as classes sociais exprime a luta pelo poder.

A luta de classes, desenvolvida em torno da luta do povo, da classe trabalhadora, dos povos originários, dos quilombolas, por soberania alimentar, cultural, territorial e energética, para citar alguns pontos, relaciona-se diretamente com a luta pelos meios de produção, pelo poder político. Segundo Dantas, omitir que as classes sociais disputam e sofrem com a luta permanente pelo poder é o mesmo que negar a existência histórica das classes sociais e da própria luta de classes,

[...] o que já é por si só o mais claro indício de como interesses e posições de classe podem coagir, ideologicamente, as formas da consciência, o universo da linguagem e da interlocução e a própria produção e circulação social do conhecimento no interior da sociedade e do Estado de classes (2008, p. 91).

A classe social dominante, por possuir o controle das forças produtivas, dos meios de produção e de trabalho, além da produção de conhecimento, tem, por esse motivo, a hegemonia sobre a reprodução social da vida e tudo que é construído em torno disso. A consciência da sociedade sobre todas as coisas é resultado desse domínio. A

(desde la simple y brutal violencia, hasta los más sutiles comportamientos falsamente protectores) y la más primaria, porque siempre se añade a todas las demás” (2004, p. 72-73).

manutenção da exploração exercida pela classe dominante sobre a classe trabalhadora só é possível diante de uma mídia que exclui o ponto de vista da maioria da população – aquela chamada de “minoria” – e distorce as realidades, sustentando um sistema de violência aos e às pobres, negros/as, indígenas, quilombolas, mulheres, camponeses/as, jovens, periféricos/as, LGBTTs⁴ e movimentos sociais que se consolidam em torno das reivindicações e da resistência realizada por esses grupos.

Inseridos na luta contra as formas de dominação, violência e exploração sofrida pela classe trabalhadora, inúmeros movimentos e pastorais sociais se mobilizam para a construção de uma nova forma de a sociedade se organizar. Em muitos desses movimentos, jornalistas militam e escrevem sobre a realidade em que estão inseridos/as. Como forma de oposição à comunicação hegemônica, os movimentos sociais constroem seus próprios meios em busca de soberania comunicacional.

Com a permanência da burguesia em seu status de comando, a formação da população brasileira, construída a partir da exploração e do extermínio, desenvolveu-se pela via da desigualdade. Tudo o que se seguiu após a invasão – referida por Ribeiro (1995) – possuía, em seu objetivo final, a obtenção do lucro a qualquer custo, tudo é mercadoria. Ao longo dos anos, inúmeros movimentos sociais surgiram enquanto grupos organizados na luta consciente por transformação social. Oliveira (2007) menciona a formação de diversos movimentos de esquerda, como a Central Única dos Trabalhadores, as Comunidades Eclesiais de Base, o Conselho Indigenista Missionário, o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra. A partir de processos semelhantes, ocorreu, também, a articulação de pastorais da igreja católica, como a Pastoral da Juventude do Meio Popular e Pastoral da Juventude Rural, originárias da teologia da libertação, assim como do Movimento dos Pequenos Agricultores. Também, os povos indígenas se deram conta de que tinham condições para atuarem por eles mesmos, sem a necessidade de mediação, e iniciaram a luta por território e por direitos.

Nesse contexto é que insiro a discussão sobre os meios de comunicação que, assim como as terras, compõem latifúndios. Em decorrência da permanência da classe dominante no poder, o restante da sociedade seguiu erguendo as estruturas do Brasil pelas suas mãos, recebendo, em troca, a exploração e a violência sem, inúmeras vezes, ter o mínimo para viver. É nessa perspectiva que discuto, neste trabalho, a luta de

⁴ LGBTT é a sigla de lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais e transgêneros.

organizações sociais que se revoltam contra a dominação das elites e contra a manutenção desse sistema, que se dá a partir da alienação gerada, dentre outros modos, pela comunicação. De acordo com Peruzzo, a comunicação popular tem sua origem junto aos movimentos populares entre 1970 e 1980 e se caracteriza pelo “caráter mobilizador coletivo na figura dos movimentos e organizações populares, que perpassa e é perpassada por canais próprios de comunicação” (2006, p. 2).

Para a autora, na comunicação popular, produzida pelo povo, este é, também, o protagonista. Partindo dessa concepção, os meios de comunicação são entendidos como “instrumentos para uma educação popular, como alimentadores de um processo educativo transformador” (KAPLÚN, 1985, p. 17 apud PERUZZO, 2006, p. 3). Meditsch (2016) amplia essa discussão recorrendo a Paulo Freire:

[...] a coparticipação dos Sujeitos no ato de pensar [...]. [Ela] implica uma reciprocidade que não pode ser rompida. [...] comunicação é diálogo na medida em que não é transferência de saber, mas um encontro de Sujeitos interlocutores que buscam a significação dos significados (FREIRE, 1971, p. 67-9 apud MEDITSCH, 2016, p. 139).

Nesse contexto é que se insere o jornalismo contra hegemônico, de resistência, em que os jornalistas e as jornalistas assumem posição diante de sua própria realidade e a contestam perante o sistema que nos é apresentado.

Se a hegemonia significa a manutenção da coesão e da direção da sociedade através da ação ideológico-cultural, é evidente que nenhum conjunto de forças sociais a deterá na sociedade contemporânea sem ter acesso aos mais eficazes instrumentos de difusão ideológico-cultural. (SILVA, 1982, p. 18).

Negar-se de enxergar a importância da comunicação na luta da classe trabalhadora, segundo Silva (1982, p. 20), permite o controle “dos mais poderosos instrumentos de veiculação ideológica de que se dispõe hoje. Dentro desse raciocínio é de grande importância que as organizações dos/as trabalhadores/as se apropriem da produção comunicacional, pois, conforme o autor, “a contra-informação não precisa (nem deve) se concentrar apenas nos meios sob o controle da burguesia” (1982, p. 21), visto que apenas em meios de comunicação da classe trabalhadora se pode narrar, de fato, as realidades dessas pessoas.

A partir dessa reflexão chego ao jornalismo libertador que, segundo Elaine Tavares (2004, p. 19), narra as histórias dos oprimidos, abandonados e excluídos dos centros da sociedade. Segundo a autora, o que fará um jornalista libertador será sua

capacidade de se defrontar e se encontrar com o outro, apesar de suas diferenças. O jornalismo libertador “jamais será imparcial” (TAVARES, 2004, p. 19). A autora destaca, ainda, três elementos desse jornalismo: “O primeiro é olhar o mundo a partir do ponto de vista local [...]. O segundo elemento da teoria é o ser [...]. O terceiro elemento é o próprio jornalista que precisa se re-fazer” (2004, p. 20-21).

JORNALISMO E MILITÂNCIA: MODOS DE OUVIR, MODOS DE PENSAR

A seguir, apresento os modos de ouvir, ou a metodologia, e os modos de pensar, ou as análises das entrevistas. Dois aspectos são importantes: a relação humana presente na Entrevista em Profundidade (DUARTE, 2009) e os/as jornalistas como entrevistados/as (TRAVANCAS, 2012). As entrevistas foram analisadas visando a compreender as nuances presentes nas falas das jornalistas. Para atingir esse objetivo, utilizei discussões sobre temas como o/a jornalista da libertação (TAVARES, 2004), contrainformação (SILVA, 1982) e contra-hegemonia (MORAES, 2008; DANTAS, 2008).

MODOS DE OUVIR AS JORNALISTAS-MILITANTES

Por meio da entrevista em profundidade, o/a entrevistador/a pode aprofundar um assunto, compreender o contexto da realidade e do passado do/a entrevistado/a, além de identificar problemas e padrões na fala, nos gestos e no olhar da pessoa que expõe seu depoimento. Para Duarte (2009, p. 63), a entrevista seguida pela interpretação e reconstrução das respostas pelo/a pesquisador/a se caracteriza como um “diálogo inteligente e crítico com a realidade”. O autor considera que a entrevista é utilizada para se compreender um problema ou uma situação, ou seja, o objetivo da entrevista “está mais relacionado à aprendizagem por meio da identificação da riqueza e diversidade, pela integração das informações e síntese das descobertas do que ao estabelecimento de conclusões precisas e definitivas” (DUARTE, 2009, p. 63).

Para Arfuch (1995, p. 24), a entrevista “siempre se juega al descubrimiento de una verdad, una revelación que el diálogo, en alguna medida próximo a la indagación detectivesca, ayudaría a descubrir” (ARFUCH, 1995). Segundo a autora, a entrevista vai além do que perguntar e responder, é uma forma de interação social que, pelo diálogo,

leva ao reconhecimento ou a reflexão sobre determinada temática. Em sentido complementar, Travancas (2016, p. 25) entende que entrevistar jornalistas é coletar “informações sobre as práticas, i.e, de um conhecimento singular sobre o jornalismo”.

Nesta pesquisa, utilizo a entrevista semiaberta, caracterizada por partir de um roteiro com questões abertas para que o/a entrevistado/a defina sua resposta a partir de suas experiências e suas percepções de realidade. As repostas são exploradas podendo gerar novas questões no momento da entrevista.

O questionário utilizado para as entrevistas contém 64 perguntas divididas em sete blocos: movimento/organização; faculdade de jornalismo; se trabalha ou trabalhou em meio de comunicação do movimento; se trabalha ou trabalhou em meio de comunicação independente; se trabalha ou trabalhou em meio de comunicação comercial; se concilia trabalho em meios comerciais e independente e\ou do movimento, além de observações da jornalista sobre o jornalismo. A entrevista com Rosa Soares (nome fictício) foi presencial, gravada, enquanto as outras duas foram por e-mail. Rosa respondeu todos os sete blocos de perguntas. Margarida Santos (nome fictício) respondeu seis dos sete blocos, enquanto Ana Fortes (nome fictício) apenas três.

MODOS DE PENSAR COM E SOBRE AS JORNALISTAS-MILITANTES

Margarida Santos (1986), 32 anos, é formada em jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Atualmente mora na região centro-oeste. É camponesa, jornalista, comunicadora popular e militante do Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA), além de colaboradora do site de notícias independente *Brasil de Fato*. Também colabora com a *Central de Mídias da Frente Brasil Popular*⁵.

Rosa Soares (1991) 28 anos, é formada em jornalismo pela Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc). Mora, atualmente na região sul. É militante da Pastoral da Juventude do Meio Popular (PJMP) e Pastoral da Juventude Rural (PJR), jornalista e comunicadora popular das pastorais, trabalha em uma cooperativa de comunicação e trabalha em um jornal comercial⁶.

⁵ Atualmente, Margarida Santos trabalha como jornalista no Conselho Indigenista Missionário.

⁶ Atualmente, Rosa Soares trabalha apenas na *Cooperativa de Trabalho Comunicacional Sul* e contribui com o *Jornal Comunitário* das pastorais.

Ana Fortes (1989), 29 anos, da etnia Tupinambá, é formada em jornalismo pela Universidade Estácio de Sá. Atualmente, mora na região sudoeste e trabalha na rádio indígena *Yandê*.

a) Sobre o movimento/organização

O primeiro bloco de perguntas tinha como objetivo entender a relação das jornalistas com a militância. Margarida Santos conta que seus pais participavam do MPA, logo, as atividades organizadas pelo movimento na comunidade fizeram com que, aos poucos, fosse se inserindo efetivamente no movimento. Quando realizou um curso técnico de Agroecologia, organizado pelos movimentos que compõem a Via Campesina, “mergulhou de cabeça” na militância. “Os porquês foram vários, mas em especial por acreditar que se nos organizamos somos mais fortes. O Movimento tem reunido as causas em que acredito, em especial a força da transformação social, compartilho da mesma utopia” (SANTOS, 2017).⁷ Para ela, fazer parte do movimento significa transformar seus sonhos individuais em sonhos coletivos, organizando e construindo um futuro melhor.

A família de Rosa Soares sempre foi ligada à Igreja Católica. Quando tinha 11 anos, Rosa começou a participar de encontros do grupo de jovens da comunidade que, posteriormente, começou a se desenvolver a partir da identidade da Pastoral da Juventude Rural (PJR). Considera que sua compreensão política da realidade se deu através das formações organizadas pelas pastorais.

Para Ana Fortes, fazer parte da luta indígena não foi uma escolha, mas parte de quem ela é, de sua história e de seu filho. “Todos nós, indígenas, somos ativistas de nossos direitos sem, às vezes, ser parte do movimento geral em si” (TUPINAMBÁ, 2017).⁸ Enquanto sociedade, quando compreendemos o contexto da formação do Brasil, conseguimos ter uma pequena ideia dos motivos que levam a essa realidade de lutas.

O que se pode observar nas três falas é um desejo de transformação da realidade, intensificado por acontecimentos pessoais ou coletivos, que levaram a um desejo coletivo de construção de um novo modo de vida para além de si próprias.

b) Sobre a graduação em Jornalismo

⁷ Entrevista concedida à autora, por e-mail, em maio de 2017.

⁸ Entrevista concedida à autora, por e-mail, em março de 2017.

Neste bloco, procuro entender quais foram os acontecimentos e vivências que levaram as militantes a se tornarem jornalistas, além de observar como o espaço das universidades as recebeu. Margarida comenta que se deu conta de que possuía facilidade nas atividades de comunicação durante a militância e que o curso poderia contribuir com a organização. Ressalta que a universidade se distanciou da formação relacionada à realidade e se limitou à formação técnica.

Rosa sempre quis fazer um curso da área de Ciências Humanas e, por ter se inserido na pastoral tão cedo, entendia que o curso de jornalismo poderia se tornar uma ferramenta para a organização. Sobre a graduação, ressalta que passou por vários enfrentamentos em sala de aula, um período bastante difícil de sua vida. A relação em aula chegou a um nível insuportável, momento em que sofreu ameaça de morte. “Foi um período muito difícil justamente porque eu era militante e, especialmente, porque eu era classe trabalhadora explorada, entendia e tinha percepção disso” (SOARES, 2017)⁹. Ana Fortes, que sempre teve enfrentamentos dentro da universidade, conta que sua decisão de ingressar no curso de jornalismo se baseou em sua crença de que a comunicação seja um instrumento de educação, não apenas de informação. “É possível descolonizar pensamentos e quebrar preconceitos por meio da comunicação, transformar realidades” (TUPINAMBÁ, 2017).

Dentre as motivações específicas de cada jornalista, o desejo de utilizar a comunicação como instrumento para contribuir com as organizações nas quais são militantes é identificado nos três relatos. Esse desejo demonstra, já de início, como é intrínseca a relação entre a militância e o jornalismo, ilustrada por Peruzzo (2009), quando explana sobre a comunicação para a mobilização coletiva, que tem o objetivo de construir seus próprios meios de difusão como forma de criar espaços de resistência à mídia hegemônica, o desejo militante de legitimar e anunciar as pautas e as lutas das organizações.

c) Sobre o trabalho como jornalista

Nesta unidade, a análise contempla os próximos quatro blocos de perguntas: se trabalha ou trabalhou em meio de comunicação do movimento, em meio de comunicação independente ou em meio de comunicação comercial e se concilia o

⁹ Entrevista concedida à autora, presencialmente, em janeiro de 2017.

trabalho em meios de comunicação comerciais e independentes e\ou de movimentos. Elaine Tavares (2004) traz o conceito de Jornalismo da Libertação, identificando, como um dos pontos, a capacidade de olhar o mundo a partir do ponto de vista local. A partir de agora, analiso como as jornalistas, que não apenas estão no local sobre o qual escrevem, como também pertencem a ele, entendem o jornalismo que produzem e como esse se entrelaça na militância.

Margarida Santos conta que, ao ingressar na faculdade, por essa escolha ter influência da militância, já sabia que a comunicação que buscava desenvolver seria a mais popular possível, “contar as histórias do nosso povo, contar a nossa própria história” (SANTOS, 2017). Por esse motivo, ao se formar, logo assumiu as tarefas de comunicação do MPA, escolha que ela descreve como profissional, política, ideológica e de satisfação pessoal. “Fazer jornalismo, comunicação popular, neste contexto histórico, sendo camponesa, jornalista, comunicadora popular, militante e feminista é escolher um lado da história, de quem opta por dar voz a quem faz” (SANTOS, 2017).

Entendendo que a cultura popular tem poder de “transformação e organização do povo” (BERGER, 2003, p. 83), esta é apagada para dar lugar à cultura hegemônica ou massiva, visando ao consumo e ao controle. Dessa forma, garante-se o monopólio e a hegemonia sobre o povo, o imperialismo cultural. Margarida, ao dizer que quer contar as histórias de seu povo, sua própria história, como camponesa, distancia-se do senso comum, buscando criar resistência à hegemonia, desenvolvendo atividades não concernentes ao sistema.

Margarida considera que seu trabalho é estratégico de luta, mobilização, construção e organização para o movimento, “uma ferramenta essencial no enfrentamento ao capital na luta de classes” (SANTOS, 2017). Além de trabalhar como jornalista no movimento, Margarida contribui com o *Brasil de Fato*.

Rosa Soares destaca que a militância contribui na seleção das pautas, pois está inserida nas comunidades, contribuindo nos trabalhos de base. Ela considera que existe diferença no tratamento das fontes em suas matérias em relação ao tratamento dado pelos meios comerciais. No meio comercial, as fontes que chegam até ela, muitas vezes, já estão direcionadas para compor a realidade que o jornal deseja construir. A militante destaca que o principal desafio enquanto jornalista é fazer com que os movimentos e

organizações entendam que a comunicação é importante.¹⁰ Silva (1982) expõe que negar a importância dos meios de comunicação na luta dos/as trabalhadores/as significa entregar um dos aparelhos ideológicos mais poderosos que existe nas mãos do inimigo.

Em relação ao seu trabalho no meio comercial, Rosa comenta que não foi uma escolha, mas uma necessidade. As matérias que produz para o jornal comercial se distanciam da prática jornalística, pois, nesse meio, não pode criticar ou denunciar empresas que patrocinam o jornal. Ela relata que a maior parte do que produz é voltado para empresas, com informes comerciais e matérias sobre eventos.

A jornalista expõe que, inúmeras vezes, empresas pedem para que ela invente falas, quando os/as empresários/as estão sem tempo. “Eu tenho propriedade para falar que os veículos de comunicação são parciais, não existe imparcialidade, porque eu vivo essa realidade. Dentro do jornal, eu só posso falar bem de empresas” (SOARES, 2017). Ela ressalta que não possui liberdade de expressão, pois precisa obedecer a organização da empresa, que pauta previamente, de forma vertical, o conteúdo do jornal. Por isso, a maioria das matérias que a militante produz não são assinadas. Rosa destaca que o jornal possui muito espaço para anúncios, logo, as matérias precisam ser curtas, com poucas fontes e sem aprofundamento. “Eu sou jornalista e não posso fazer jornalismo dentro do jornal porque ele é comercial” (SOARES, 2017).

A militante avalia que produzir conteúdo contra sua vontade é seu principal enfrentamento no meio comercial. Ela menciona situações em que sabe de ações corruptas de clientes do jornal e, mesmo assim, precisa escrever matérias a seu favor. Laurindo Leal Filho (1982) ressalta a relação de submissão do/a jornalista nas empresas, em que precisa, muitas vezes, produzir conteúdos que entram em conflito com a forma como vê e interpreta a realidade.

A jornalista comenta que seria fácil trabalhar aceitando o horário de trabalho excedente e escrevendo o que eles quisessem, porém é difícil aceitar de forma consciente e militante, tendo entendimento das mazelas da sociedade. “Todos os dias você precisa lutar contra aquilo que não acredita, que vê que é mentira, que vai afetar a vida de uma pessoa” (SOARES, 2017). Leal Filho (1982) fala da função imposta a jornalistas de amenizar os conflitos e defender, por meio de suas palavras, os ideais da

¹⁰ O *Portal Desacato*, um meio de comunicação de esquerda, vinculado à Cooperativa de Trabalho Comunicacional Sul, tem relação com o coletivo PJMP e PJR. Moraes (2008) reflete sobre o sistema de cooperativismo, que, ao contrário do meio comercial, não utiliza a mão de obra como mercadoria.

classe dominante como se fossem seus, como se fossem de toda a população. “Essa tarefa, quando não ajustada ideologicamente, gera sérios conflitos individuais, não sendo raros os casos da manifestação de graves problemas psicológicos” (1982, p. 118). Rosa ressalta que, muitas vezes, nega-se a escrever certas coisas e essa atitude gera enfrentamentos políticos e trabalhistas relacionados ao trabalho excedente, às condições precárias de trabalho, às múltiplas funções e à desvalorização do salário. Rosa acredita que, no espaço comercial, não pode fazer mudanças, pois pouco conteúdo relevante à transformação é produzido. Correspondendo à reflexão de Rosa, Silva (1982) esclarece que, para denunciar a dominação ideológica da burguesia que acontece em seus meios de comunicação, não é preciso e nem possível, muitas vezes, fazer isso dentro desses meios.

Rosa conta que, para conseguir se manter nesse meio, aprendeu a produzir uma grande quantidade de texto em pouco tempo. Ela destaca que os grandes meios de comunicação possuem a estrutura e o dinheiro necessário para manter o monopólio. “Eles ainda detêm os meios de produção e nós precisamos dos meios de produção para conseguir vencer essa batalha da comunicação” (SOARES, 2017).

A jornalista Ana Fortes conta que sempre viu a comunicação dentro da luta indígena como uma forma de não deixar que a história, as memórias e a cultura de seu povo sejam apagadas. Ana trabalha na primeira rádio online indígena do Brasil, a *Yandê*, desenvolvida apenas por indígenas que buscam trabalhar com etnomídia.¹¹ A *Yandê* se mantém a partir da realização de palestras e oficinas, além da participação em editais. A produção não é restrita à temática indígena, contudo, tem o objetivo de fortalecer a identidade desse povo, despertando sua autonomia, empoderamento e protagonismo. Historicamente, os modos de vida e os saberes dos povos indígenas foram sendo apagados e marginalizados. Moraes (2010), evocando Gramsci, argumenta que a hegemonia não é obtida apenas no âmbito econômico e de organização política, mas, também, no eixo ético-cultural, envolvendo a “expressão de saberes, práticas, modos de representação e modelos de autoridade que querem se legitimar e universalizar” (MORAES, 2010, p. 55).

Ana relata que as pautas são enviadas por colaboradores, amigos e correspondentes de todas as regiões do Brasil, de muitas etnias e aldeias diferentes. Para

¹¹ Cinema, música e novas tecnologias usadas por povos indígenas para divulgar e manter suas culturas (Rádio Yandê, 2017).

ela, conseguir compartilhar saberes e informações sem impor uma verdade é o principal desafio dentro do meio de comunicação ativista. Considera que seu trabalho contribui para a defesa do direito dos povos indígenas para a comunicação, possibilitando o respeito às diferenças e o combate a estereótipos e preconceitos. “São importantes os espaços de comunicação autônomos das próprias comunidades e de cada povo. Somos indígenas, não indigenistas” (TUPINAMBÁ, 2017).

Ana destaca que o caminho a ser percorrido pela comunicação do movimento indígena ainda é longo. Contudo, considera que todos os espaços que buscam trabalhar com o protagonismo indígena contribuem para mudanças no atual cenário, porque fortalecem o movimento indígena e as lideranças das bases das organizações.

Observo que as jornalistas buscam utilizar os meios de comunicação dos movimentos para registrar a história, tratar das lutas e denunciar as violências sofridas, fazendo enfrentamento às mídias comerciais que ocultam ou marginalizam a cultura e as realidades populares. As jornalistas buscam provocar o diálogo sem, contudo, descuidar das fontes. Outro ponto importante é o adoecimento de jornalistas que precisam defender interesses da classe dominante como se fossem seus. Essa realidade gera doenças psicológicas e físicas em jornalistas que não concordam ou não acreditam no discurso que precisam defender no meio de comunicação comercial.

d) Observações das jornalistas sobre jornalismo

Neste bloco, busco observar como as jornalistas analisam a realidade da comunicação produzida no Brasil. A jornalista Margarida observa que a apuração dos veículos comerciais, de mídias independentes e de movimentos seguem caminhos opostos. “A metodologia adotada na apuração irá se refletir na notícia produzida, a forma como ela será comunicada e a narrativa construída” (SANTOS, 2017). Segundo ela, o meio comercial segue interesses de donos e patrocinadores, baseando-se na implantação de um projeto neoliberal, machista, homofóbico e capitalista, enquanto a comunicação independente e dos movimentos busca contribuir com o debate baseado na necessidade de mudanças sociais. A militante observa que a mídia hegemônica, sob controle da classe dominante, historicamente criminaliza as lutas dos movimentos sociais, guiada por interesses de concentração de poder, buscando impedir interferências no funcionamento do sistema capitalista e da classe dominante.

A jornalista Rosa Soares acredita que toda a produção comunicacional está ligada a interesses e que toda escrita é direcionada e intencional, por isso, a considera parcial. “Nós temos interesse de mostrar o que fazemos, de querer que as pessoas acreditem nesse projeto de vida que acreditamos ser o justo” (SOARES, 2017). Genro Filho (1987, documento eletrônico) afirma “que existem diferentes formas, igualmente jornalísticas, de se tratar assuntos dessa natureza, desde a coleta dos dados, o enfoque a ser escolhido até a linguagem e a edição, e que tais formas não são inocentes ou neutras em termos político-ideológicos”, logo, é inevitável que as percepções do/a jornalista se manifestem na forma como o/a profissional seleciona e hierarquiza os fatos, constitui a linguagem.

Rosa ressalta que os interesses envolvidos na produção comercial se relacionam à manutenção do sistema capitalista. “Quando eu escrevo para o jornal comercial, escrevo para vender algum produto” (SOARES, 2017). Esteinou Madrid (1982, p. 44) menciona as funções dos meios de comunicação de massa na manutenção do sistema capitalista, como a “aceleração do processo de circulação material de mercadorias”. Por meio da publicidade, esses meios intensificam a ideia da necessidade de consumo e aumentam a velocidade da circulação do capital.

Em relação à produção dos meios independente e do movimento, Rosa ressalta que os interesses estão ligados à formação e à proteção de uma nova vida, valorizando a vida camponesa, por exemplo. Dantas (2008) nota que com o avanço do capital, sustentado, inclusive, pelas estratégias defensivas da classe trabalhadora, novas práticas de organização, relações sociais e luta do proletariado devem estar alinhadas à construção da consciência de classe pela via da contra-hegemonia. Sobre a mídia comercial, Rosa comenta que esta tenta transmitir uma visão de imparcialidade à população, o que a jornalista acredita que não exista. “Para mim, como jornalista, não existe nenhuma forma de se produzir jornalismo que seja imparcial” (SOARES, 2017). De acordo com Rosa, a mídia hegemônica incita a intolerância às organizações, provocada pela desconstrução de seus valores. A comunicação contra-hegemônica se vê imersa nas lutas populares, produzindo conteúdo capaz de trazer à tona as denúncias à forma como o sistema se estrutura.

De acordo com as entrevistadas, é preciso construir novos meios de comunicar para fazer o enfrentamento da comunicação hegemônica, valorizar os relatos daqueles/as que têm suas vidas utilizadas apenas para a obtenção de lucro, para

desconstruir estereótipos, oportunizando a mudança de valores e mentalidades, e para contribuir de forma educativa e transformadora.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Compreender de que forma o compromisso com a transformação das relações humanas e destas com o trabalho e com a natureza está entrelaçado no jornalismo foi questão central para a elaboração deste trabalho. Busquei, por meio da técnica de entrevista em profundidade, descobrir quem são as jornalistas que produzem conteúdos relacionados à realidade em que vivem e, a partir daí, entender que outras formas de comunicação são possíveis.

Nesses relatos, observei como as relações de trabalho, que fazem parte das experiências das militantes, moldam a forma como as jornalistas entendem as relações humanas e como buscam reconstruí-las de forma coletiva. As discussões acerca da imparcialidade e neutralidade no jornalismo, de jornalistas como pessoas desinteressadas, caem por terra quando, conscientes da luta de classes que estrutura o sistema capitalista, os relatos das jornalistas se concentram na necessidade de combater esse sistema.

Por meio do trabalho, compreendi a comunicação como instrumento estratégico de mobilização e organização da classe trabalhadora, além de um canal para atingir outros públicos sobre essas lutas e pautas. Ao desenvolver seus próprios canais de mídia, os movimentos populares se libertam da estrutura comercial e constroem uma comunicação a serviço do interesse público, no campo, na periferia, nas aldeias, nos quilombos, dentro de casa, nas ruas, buscando dar espaço para a voz daqueles e daquelas que, historicamente, são marginalizados/as.

A comunicação precisa estar alinhada aos processos e aos projetos de articulação política, dessa forma transforma-se em uma poderosa ferramenta. Deve ser fonte de conhecimento, de emancipação e de autonomia para tomada de consciência de classe, anunciando as pautas e as lutas da classe trabalhadora, dos povos do mundo, denunciando a violência por eles sofrida, contra os aparelhos ideológicos utilizados para manter todo o povo inerte e calado.

Foi possível observar, ainda, que, por estarem inseridas no meio sobre o qual escrevem e terem, em sua produção, o cuidado e o desejo de contribuírem para a

melhoria e manutenção da vida, em sua totalidade, as jornalistas possuem conhecimento das realidades das comunidades camponesas, periféricas, indígenas, empobrecidas. Estão presentes na luta diária dessas pessoas e são canais de informação nos quais elas confiam.

Em contrapartida, observo de que forma é entendida a comunicação comercial pelas jornalistas. Na contradição da produção de mercado, elas se veem impulsionadas, quer pela exploração, quer pelo adoecimento, a criar outras formas de comunicar.

Por fim, é importante que se construa e se pesquise sobre outras formas de comunicação que estejam imersas na luta dos povos, e que se contribua, também, com aquelas que já se desenvolvem. A pesquisa nesta área encontra dificuldade no acúmulo de tais estudos, é necessário que exista memória histórica acerca desses assuntos para que possamos avançar. É preciso que se abram caminhos para a organização e a luta simbólica, pela consciência de classe, para contribuir na luta material e física, nas comunidades e nas ruas.

REFERÊNCIAS

- ARFUCH, Leonor. **La entrevista, una invención dialógica**. Barcelona: Paidós, 1995.
- BERGER, Christa. **Campos em confronto: a terra e o texto**. 2. ed. Porto Alegre: UFRGS, 2003.
- DANTAS, Rodrigo. Ideologia, hegemonia e contra-hegemonia. In: COUTINHO, E. G. **Comunicação e contra-hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008. pp. 91-118.
- DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009. pp. 62-83.
- ESTEINOU MADRID, Javier. Meios de comunicação e construção da hegemonia. In: SILVA, C. E. L. (Org.). **Comunicação, hegemonia e contra-informação**. São Paulo: Cortez, 1982. p. 41- 58.
- FORTES, Ana. Entrevista concedida à autora. 2017.
- GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo**. Porto Alegre, Tchê, 1987. Disponível em: <<http://www.adelmo.com.br/index1.htm>>. Acesso em: 10 nov. 2016.
- JORGE ALONSO, Ana. **Mujeres en los medios, mujeres de los medios: imagen y presencia femenina en las televisiones públicas: Canal Sur TV**. Barcelona: Icaria; Málaga: CEDMA, DL 2004.

LEAL FILHO, Laurindo. A ação possível na indústria jornalística. In: SILVA, C. E. L. (Org.). **Comunicação, hegemonia e contra-informação**. São Paulo: Cortez, 1982. p. 117-120.

MEDITSCH, Eduardo. Paulo Freire nas práticas emancipadoras da comunicação: Ainda hoje, um método subutilizado no Brasil. **Revista Latinomaericana de Ciencias de la Comunicación**, v. 13, n. 25, p.132-143, jul./dez. 2016.

MORAES, Dênis de. Comunicação alternativa em rede e difusão contra-hegemônica. In: COUTINHO, E. G. **Comunicação e contra-hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008. p. 39-64.

MORAES, Dênis de. Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia. **Revista Debates: A contribuição teórica de Gramsci**, Porto Alegre, v. 4, n. 1, p. 54-77, jan./jun. 2010.

OLIVEIRA, Ariovaldo U. **Modo de produção capitalista, agricultura e reforma agrária**. São Paulo: Labur Edições, 2007.

PERUZZO, Cicilia M. K. Comunicação nos movimentos sociais: O exercício de uma nova perspectiva de direitos humanos. Contemporânea: **Comunicação e Cultura**, v. 11, n. 1, p.161- 181, jan./abr. 2013.

PERUZZO, Cicilia M. K. Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados e as reelaborações no setor. **Eco-pós**, v. 12, n. 2, p. 46-61, maio/ago. 2009.

PERUZZO, Cicilia M. K. Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 29, 2006. **Anais do...** São Paulo: Intercom, 2006.

RIBEIRO, Darcy. **O povo brasileiro: a formação e o sentido do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

SANTOS, Margarida. Entrevista concedida à autora. 2017.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. Comunicação, hegemonia e contra-informação. In: **Comunicação, hegemonia e contra-informação**. São Paulo: Cortez, 1982. p. 17-23.

SOARES, Rosa. Entrevista concedida à autora. 2017.

TAVARES, Elaine. **Jornalismo nas margens: uma reflexão sobre comunicação em comunidades empobrecidas**. Florianópolis: Companhia dos Loucos, 2004. 45 p.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: Porque as notícias são como são**. v. 1. Florianópolis: Insular, 2004.

TRAVANCAS, Isabel. A entrevista no jornalismo e na antropologia: pesquisando jornalistas. In: MAROCCO, B. (Org.). **Entrevista na prática e na pesquisa**. Porto Alegre: Libretos, 2012. pp. 15-30.



TROPOS: COMUNICAÇÃO, SOCIEDADE E CULTURA

WOITOWICZ, Karina J.; ROCHA, Paula M. (Orgs.). **Marcas e discursos de gênero: produções jornalísticas, representações femininas e outros olhares.** Ponta Grossa: UEPG, 2014.