



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA
CENTRO DE ARTES, HUMANIDADES E LETRAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO**

LORENA CARNEIRO ALMEIDA ANDRADE

OS SENTIDOS DO POPULAR NO JORNAL BRASIL DE FATO

Cachoeira - BA

2023

A554s

Andrade, Lorena Carneiro Almeida.

Os Sentidos do Popular no Jornal Brasil de Fato. / Lorena Carneiro Almeida
Andrade. Cachoeira, BA, 2023.

137f., il.

Orientadora: Profa. Dra. Jussara Peixoto Maia

Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Recôncavo da Bahia,
Centro de Artes Humanidades e Letras, Programa de Pós Graduação em
Comunicação – Mídias e Formatos Narrativos, Bahia, 2023.

1. Comunicação de massa – Aspectos sociais. 2. Telejornalismo – Aspectos
sociais - Brasil. 3. Brasil de Fato (Programas de televisão) - História I.
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Centro de Artes, Humanidades e
Letras. II. Título.

CDD: 070.1950981

Ficha elaborada pela Biblioteca do CAHL - UFRB.

Responsável pela Elaboração – Juliana Braga (Bibliotecária – CRB-5/ 1396)
(os dados para catalogação foram enviados pelo usuário via formulário eletrônico)

LORENA CARNEIRO ALMEIDA ANDRADE

OS SENTIDOS DO POPULAR NO JORNAL BRASIL DE FATO

Dissertação submetida à avaliação para obtenção do grau de Mestre em Comunicação do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia.

Cachoeira, 16 de agosto de 2023

EXAMINADORES:

Prof. Dra. Jussara Peixoto Maia (UFRB – Orientadora)



Prof. Dr. Elton Antunes (UFMG – Examinador)



Prof. Dr. Jorge Luiz Cunha Cardoso Filho (UFRB – Examinador)



CACHOEIRA/BA
2023

AGRADECIMENTOS

Àqueles que me guiam e que me protegem, por eu nunca me sentir só;

A Kleybson, pela cumplicidade e afeto de todos os dias;

À equipe do CEAS, pelo apoio e incentivo;

À professora Jussara Peixoto Maia, pela compreensão, apoio e cuidado que vão além da orientação deste trabalho;

À Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB) e ao Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM), por colocarem em prática uma educação acolhedora e humana;

Às trabalhadoras e trabalhadores do Brasil de Fato, por tornarem viva uma experiência tão valorosa.

“Aos esfarrapados do mundo e aos que neles se descobrem e, assim descobrindo-se, com eles sofrem, mas, sobretudo, com eles lutam.”

Paulo Freire

RESUMO

Essa dissertação de mestrado tem como objetivo investigar e analisar os modos a partir dos quais o popular se evidencia no jornal Brasil de Fato e os sentidos que ele assume na produção do veículo. O Brasil de Fato é uma iniciativa de comunicação fruto da articulação entre movimentos populares e organizações progressistas brasileiras que desde 2003 busca fazer a disputa de ideias na sociedade a partir de “uma visão popular do Brasil e do mundo”, como sintetiza o seu *slogan*. Para subsidiar a análise do veículo, partimos das elaborações desenvolvidas no campo dos Estudos Culturais, em especial de Raymond Williams e Stuart Hall, para entender conceitos como hegemonia, tradição seletiva e as disputas em torno do significado de popular. No Brasil e América Latina, articulamos as contribuições de autores como Jesús Martín-Barbero e Renato Ortiz para compreender o processo de desenvolvimento dos meios de comunicação em nosso continente e a relação desse processo com a construção de uma identidade de povo e nação no território. Já as ideias de Lélia Gonzalez, Florestan Fernandes e Nelson Werneck Sodré contribuem para uma análise sobre o conceito movente da categoria “povo” ao longo da formação social do Brasil e o papel da memória para fazer emergir uma noção de popular que rompe com os vazios e silenciamentos da nossa história. A análise do Brasil de Fato partiu de uma pesquisa exploratória em quatro plataformas do veículo - o jornal impresso nacional, site, podcasts e redes sociais - e, a partir disso, construímos uma nuvem semântica para identificar e analisar os principais modos de emergência do popular na produção de conteúdo do jornal. Por fim, pudemos compreender que o modo do Brasil de Fato se construiu e se transformou ao longo de sua existência evidenciando uma convocação a um popular humano, que nos reconecta às nossas sensibilidades, e que aponta a necessidade de construção de um projeto de nação em que o povo organizado esteja no centro das transformações sociais.

Palavras-chave: Brasil de Fato; comunicação popular; movimentos sociais; popular; memória

ABSTRACT

The objective of this research is to investigate and analyze the ways in which the popular is evident in the newspaper Brasil de Fato and the meanings it assumes in the production of the vehicle. Brasil de Fato is a communication initiative resulting from the articulation between popular movements and Brazilian progressive organizations that, since 2003, seeks to dispute ideas in society based on “a popular vision of Brazil and the world”, as its slogan summarizes. From the elaborations developed in the field of Cultural Studies, in particular by Raymond Williams and Stuart Hall, we seek to understand concepts such as hegemony, selective tradition and the disputes around the meaning of popular. In Brazil and Latin America, we articulate the contributions of authors such as Jesús Martín-Barbero and Renato Ortiz to understand the process of development of the media in our continent and how it contributes with the construction of an identity of people and nation in the territory. The ideas of Lélia Gonzalez, Florestan Fernandes and Nelson Werneck Sodré contribute to an analysis of the concept of the category “people” throughout the social formation of Brazil and the role of memory in bringing about a notion of popular that breaks with the gaps and silencing of our history. The analysis of Brasil de Fato started from an exploratory research in four platforms of the vehicle - the national printed newspaper, website, podcasts and social networks - and, from this, we built a semantic cloud to identify and analyze the main modes of emergence of the popular in the production of newspaper content. Finally, we could understand that the way Brasil de Fato builds itself and transforms itself throughout its existence evidences a call to a human popular, which reconnects us to our sensibilities, and which points to the need to build a nation project in which the organized people are at the center of social transformations.

Keywords: Brasil de Fato; popular communication; social movements; popular; memory

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Mesa do ato de lançamento do jornal Brasil de Fato	19
Figura 2: Ginásio em Porto Alegre lotado para o lançamento do jornal	19
Figura 3: Greves no Brasil (1978-2018)	32
Figura 4: Capa da edição zero do Brasil de Fato Bahia.	36
Figura 5: Mesa do ato de lançamento do Brasil de Fato Bahia	37
Figura 6: Pesquisa Kantar Ibope Media - Inside Radio 2022	103
Figura 7: Parte do perfil do Brasil de Fato no Instagram em março de 2018	108
Figura 8: Infográficos postados no Instagram do Brasil de Fato, respectivamente, em maio e julho de 2018	109
Figura 9: Postagem do Brasil de Fato sobre a cobertura eleitoral em setembro de 2018	110
Figura 10: Parte do perfil do Brasil de Fato no Instagram em março de 2022	111
Figura 11: Postagens do Brasil de Fato respectivamente em maio, julho e setembro de 2022	112

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABRAÇO - BA - Associação Brasileira de Rádio Comunitárias na Bahia
ALBA - Aliança Bolivariana dos Povos da Nossa América
CEFEM - Compensação Financeira pela Exploração Mineral
CEN - Comissão Eleitoral Nacional
CESE - Coordenadoria Ecumênica de Serviços
CPI - Comissão Parlamentar de Inquérito
CPMídias - Centro Popular de Mídias
CONAM - Confederação Nacional das Associações de Moradores
CUT - Central Única dos Trabalhadores
CTB - Central dos Trabalhadores e Trabalhadoras do Brasil
EPSJV/Fiocruz - Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio da Fundação Oswaldo Cruz
FSM - Fórum Social Mundial
Inafro - Instituto Nacional de Assuntos Afro-argentinos, Afrodescendentes e Africanos
Incra - Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária
MAM - Movimento pela Soberania Popular na Mineração
MLB - Movimento de Luta dos Bairros, Vila e Favelas
MNU - Movimento Negro Unificado
MST - Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra
MPA - Movimento dos Pequenos Agricultores
MTST - Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Teto
PCC - Partido Comunista Cubano
PSOL - Partido Socialismo Liberdade
PT - Partido dos Trabalhadores
RBA - Rede Brasil Atual
SENGE-BA - Sindicato dos Engenheiros da Bahia
Sindipetro - BA - Sindicato dos Petroleiros da Bahia
SOF - Sempre Viva Organização Feminista
SUS - Sistema Único de Saúde
TVT - TV dos Trabalhadores
UNE - União Nacional dos Estudantes

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1. CONCEPÇÃO E TRAJETÓRIA DO SISTEMA BRASIL DE FATO DE COMUNICAÇÃO	17
1.1 PROJETO ORIGINAL DO BRASIL DE FATO	21
1.2 DE 2003 A 2013: JORNAL IMPRESSO DE COBERTURA NACIONAL	27
1.3 DE 2013 A 2023: TABLOIDES REGIONAIS, RÁDIO E NOVOS FORMATOS DIGITAIS	33
1.3.1 AVANÇOS NA ERA DIGITAL: SITE, AUDIOVISUAL E PODCASTS	38
2. MAPEAMENTO DO POPULAR: CONJUNTURA BRASILEIRA E A CONDIÇÃO MOVENTE DA CATEGORIA POVO	50
2.1 DISPUTAS EM TORNO DA NOÇÃO DE POPULAR	55
2.2 POVO, POPULISMO E POPULAR NA AMÉRICA LATINA	58
2.2.1 O PAPEL DA COMUNICAÇÃO NA FORMAÇÃO DA IDENTIDADE NACIONAL	63
3. ANÁLISE DO POPULAR NO BRASIL DE FATO	72
3.1 POPULAR ENQUANTO EXPRESSÃO DA CLASSE TRABALHADORA	76
3.2 POPULAR ENQUANTO DIMENSÃO INTERNACIONALISTA	93
3.3 POPULAR ENQUANTO ELEMENTO QUANTIFICADOR	103
CONSIDERAÇÕES FINAIS	117
REFERÊNCIAS	124
FONTES PRIMÁRIAS E JORNALÍSTICAS	122
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	128
ANEXOS	131

INTRODUÇÃO

A relação com o jornal Brasil de Fato se dá antes mesmo da minha entrada no curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB). Antes dessa graduação, cursei por três anos o curso de Direito da Universidade Estadual de Feira de Santana (UEFS), e lá, a partir do movimento estudantil, passei a integrar em 2012 o Levante Popular da Juventude, movimento social que organiza jovens nas escolas, universidades e periferias urbanas em todo o Brasil. O Levante é uma das organizações que constroem o Brasil de Fato, e essa contribuição se dá desde a participação do movimento no Conselho Político do jornal, que reúne as entidades e sujeitos responsáveis por refletir sobre a linha editorial do veículo, até a distribuição dos jornais impressos - que, na maioria dos estados, é feita de forma militante por representantes dessas mesmas organizações.

Nesse sentido, sempre esteve presente no Levante a discussão sobre a importância do Brasil de Fato como um instrumento de comunicação das organizações de esquerda. Seja com o site, rádio ou com a distribuição dos jornais impressos, este era um veículo estratégico para a disputa dos meios de comunicação e para facilitar o nosso diálogo com a população. Por isso, em meados de 2015-2016, um conjunto de organizações que constroem o Brasil de Fato nacionalmente - dentre elas o MST, a Consulta Popular, o Sindicato dos Petroleiros da Bahia e o próprio Levante Popular da Juventude - deram início ao debate sobre a produção de uma edição estadual em formato tablóide do jornal Brasil de Fato, o que já era uma iniciativa presente em diversos outros estados. Começava então a nascer o Brasil de Fato Bahia, e eu, que na época já fazia parte do Coletivo de Comunicação do Levante e também tinha acabado de ingressar na UFRB, pude fazer parte das discussões iniciais desse novo projeto.

Com muito esforço e trabalho militante de diversas pessoas e entidades, em dezembro de 2017 lançamos a edição zero do Brasil de Fato Bahia, e, meses depois, conseguimos regularizar a produção do jornal e passamos a lançar mensalmente uma nova edição do veículo. Nesse processo, minha contribuição se deu em várias frentes: a partir do Conselho Editorial do jornal, sendo uma das representantes do Levante destacadas para essa tarefa no estado; como comunicadora voluntária, integrando a equipe de redação do veículo; e na distribuição, contribuindo para entregar os jornais impressos nas mãos dos trabalhadores e trabalhadoras em Feira de Santana, cidade em que vivia até então. Participar dessas diversas etapas me ajudou não apenas a entender o todo do processo de construção do jornal impresso como também reafirmou minha identidade com a área da comunicação e também com o próprio projeto do Brasil de Fato.

Paralelo a isso, no meu percurso na graduação de Comunicação Social, que iniciei em 2015, sempre tentei associar as reflexões na academia com o trabalho militante que eu já exercia. Dessa forma, o Brasil de Fato foi, em diversos momentos, uma das minhas escolhas de objeto para os trabalhos das disciplinas ao longo dos semestres, e para o meu Trabalho de Conclusão de Curso não foi diferente. A partir do grupo de pesquisa Telens - Telejornalismo, Narrativa e Sociedade, coordenado pelas professoras Jussara Maia e Daniela Matos, comecei a desenhar o meu projeto de pesquisa para o TCC e, em outubro de 2019, defendi, sob a orientação de professora Jussara Maia, a monografia intitulada “Abya Yala - o Jornal Brasil de Fato e a construção de uma identidade latino-americana para o povo brasileiro”.

Em 2021, ingressei no Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia com a proposta de aprofundar as investigações sobre o Brasil de Fato, agora tendo o popular como a dimensão central. Em 2022, voltei por alguns meses a integrar o Brasil de Fato Bahia, dessa vez de forma mais profissional. Com a função de editora, pude contribuir na construção do site e do programa de rádio que o jornal tinha no estado e também conhecer as dinâmicas de outras redações, principalmente as do nordeste. Embora curta, essa experiência também contribuiu para que eu tivesse um olhar mais rico sobre a produção do jornal, o que contribuiu diretamente com o mestrado. Nesse sentido, esse trabalho é uma síntese de uma pesquisa acadêmica, mas que também é atravessada pelo meu olhar enquanto militante e trabalhadora nesse projeto.

O jornal Brasil de Fato surge em 2003 a partir de uma ampla unidade de movimentos populares, organizações de esquerda, artistas e intelectuais, que apontaram a necessidade de construir um veículo que pudesse fazer a disputa ideológica na sociedade brasileira e expressar uma visão de esquerda sobre a realidade. Seu primeiro formato é um jornal impresso de cobertura nacional produzido semanalmente, vendido nas bancas de jornais, e que tinha inicialmente como público-alvo os setores mais politizados e escolarizados, como professores, intelectuais, militantes de movimentos sociais e partidos políticos. O *slogan* do veículo, “uma visão popular do Brasil e do mundo” já deixa claro que o jornal não pretende assumir o discurso de uma suposta neutralidade jornalística - a linha editorial do Brasil de Fato parte de um olhar, uma visão popular, para analisar e apresentar os fatos dentro e fora do país.

No entanto, a noção de popular pode assumir muitos significados e observamos nesta pesquisa que também é um campo de disputa dentro da área de comunicação e cultura. Diante disso, esse trabalho se propõe a investigar os sentidos do popular no Brasil de Fato para entender, a partir de uma pesquisa exploratória e de uma nuvem semântica em torno da

produção do veículo, os modos a partir dos quais o popular emerge e se evidencia no conteúdo do jornal em quatro das suas plataformas: os jornais impressos nacionais, o site de notícias, os podcasts e as redes sociais. Optamos pela ideia de nuvem semântica por entender que os significados do popular estão dispersos pela produção do Brasil de Fato, tanto numa perspectiva diacrônica quanto sincrônica.

Para isso, no primeiro capítulo partimos do entendimento do processo de concepção do jornal, do projeto editorial e a sua trajetória ao longo dos seus vinte anos de existência. A partir disso, tentamos entender como a articulação que dá sustentação política ao Brasil de Fato e as mudanças estratégicas no âmbito da comunicação pelas quais o jornal passa evidenciam transformações no entendimento sobre a própria noção de popular que o veículo defende. É possível perceber que o jornal passa por dois ciclos centrais que caracterizam sua produção jornalística: um primeiro, de 2003 a 2013, marcado pela produção do semanário nacional; e outra de 2013 até hoje, quando o Brasil de Fato aponta a transição dos jornais para edições regionais gratuitas em formato tabloide, a criação da Radioagência Brasil de Fato e a reformulação do site e plataformas digitais. Essa virada estratégica expressa uma avaliação interna de que o jornal precisava estar mais conectado com a classe trabalhadora, e que, por isso, era necessário pensar conteúdos e formatos que pudessem se relacionar de modo mais direto com o dia a dia do trabalhador.

No segundo capítulo, desenvolvemos um mapeamento para apresentar algumas das disputas teóricas em torno do conceito de popular e de que modo essa categoria pode ser entendida dentro do contexto do Brasil e da América Latina. Partimos das elaborações de Raymond Williams, um dos precursores dos Estudos Culturais, para entender como os conceitos de hegemonia, formação, instituição e tradição desenvolvidos por ele se expressam nos modos a partir dos quais a mídia brasileira se construiu. Diante disso, entendemos que o Brasil de Fato pode ser entendido dentro da ideia de “formação” proposta pelo autor, no sentido que o jornal tem também uma atuação enquanto movimento, e que um dos seus papéis, explicitamente assumidos, enquanto veículo contra-hegemônico é se contrapor à tradição seletiva que é comum ao modo de atuação da mídia comercial.

O capítulo segue analisando as diferentes dimensões do popular e qual o sentido deste termo para o Brasil de Fato, já que essa é uma noção cara aos Estudos Culturais e também uma elaboração central para entendermos o projeto editorial do veículo. A partir do entendimento de Stuart Hall (2003), para quem o popular não só descreve aquilo que vem do povo, mas também está revestido da dimensão dialética da luta de classes, podemos compreender que a comunicação popular defendida pelo Brasil de Fato também opera dentro

da ideia de disputa de poder defendida pelo sociólogo jamaicano.

Avançamos nessa análise sobre o popular buscando entender como seus usos também estão articulados à formação dos Estados nacionais na América Latina e à modernização desses países. O populismo foi uma das formas de governo que mais marcou o continente na primeira metade do século XX, agindo como a mediação central entre interesses populares e das elites. Apesar de ter sido resumido por muitos anos a uma prática política autoritária, apresentamos a partir de Jesús Martín-Barbero (1997) um novo entendimento sobre o populismo, que aponta a contribuição dessas experiências na constituição das classes populares enquanto atores sociais. Dessa forma, o populismo também é observado como contribuição para a construção de cidadania de um povo que, até então, estava à margem das disputas políticas.

No entanto, ao analisarmos a categoria povo, entendemos que seu sentido não é homogêneo, pelo contrário. Os grupos sociais que compõem o que se entende enquanto povo variam a cada período histórico a depender da conjuntura e da correlação de forças daquele período. O que o historiador Nelson Werneck Sodré (2019) aponta como elemento comum é que a noção de povo reúne o conjunto de camadas, classes e grupos sociais dispostos a avançar no desenvolvimento progressista da área em que vive em um determinado momento. Por isso, “povo” é entendido como uma categoria movente, tendo sua identidade vinculada não a um setor específico da sociedade, mas sim a um projeto político emancipador. Essa compreensão também se relaciona com o entendimento de Jacques Rancière, que salienta que o povo é um efeito da ação política (RANCIÈRE, 2020 a, apud PRADO; MARQUES, 2021, p. 31).

Por fim, buscamos articular o percurso da comunicação brasileira com a formação social e econômica do nosso país, entendendo que a mídia exerceu um papel fundamental para um projeto de integração deste território. A partir das elaborações de Jesús Martín-Barbero, que analisou o desenvolvimento da comunicação na América Latina, e dos sociólogos Florestan Fernandes, Renato Ortiz e Lélia González, que teceram uma análise crítica sobre a formação do povo brasileiro, podemos identificar como a mídia corporativa contribuiu para uma noção seletiva de Brasil e como a noção de popular no Brasil de Fato busca se contrapor a esse enquadramento.

Já no terceiro capítulo, construímos uma análise do popular no Brasil de Fato a partir de uma nuvem semântica, que compreende o caráter difuso das amostras selecionadas, cujo foco é identificar e entender os modos a partir dos quais o popular aparece ao longo da trajetória do jornal. Para isso, analisamos os conteúdos do veículo em quatro diferentes tipos

de plataformas: o site, as capas dos jornais impressos nacionais, os podcasts e o perfil no Instagram do Brasil de Fato. A escolha dessas plataformas se deve à possibilidade de formar um olhar mais completo sobre a produção de conteúdo do jornal e também entender suas diferentes estratégias ao longo das suas duas décadas de existência.

A partir de uma pesquisa exploratória, escolhemos os anos eleitorais entre 2003 e 2022 como períodos de referência para ter um recorte do conteúdo do jornal. Dentro desses anos, analisamos o conteúdo produzido em quatro meses - março, maio, julho e setembro - por serem meses vinculados a datas importantes da luta popular e que são acolhidas no Brasil de Fato. Espera-se, portanto, que no período de análise haja uma maior prioridade do jornal em dialogar com a parcela da população que pretende alcançar e dar visibilidade às lutas protagonizadas pelos movimentos sociais, de modo que o popular apareça com mais evidência. Diante disso, foi possível identificar três categorias em que o popular emerge com mais clareza: uma relacionada à expressão da classe trabalhadora, uma segunda vinculada ao internacionalismo e uma terceira que dimensiona o popular enquanto elemento quantificador.

Na análise, percebemos que o popular no Brasil de Fato foi ganhando novas camadas ao longo da trajetória do veículo. A princípio, nos jornais impressos nacionais, o popular aparece mais restrito a um modo tradicional de manifestação da esquerda, como as mobilizações populares de rua. Ao passo que o jornal se abre para formatos que se conectam de forma mais direta com o dia a dia dos trabalhadores, se percebe que a esfera do cotidiano ganha destaque no conteúdo do veículo enquanto uma dimensão política. Os bairros, as comunidades, isto é, o espaço da vivência cotidiana, aparecem no jornal como uma síntese da resistência do popular, seja a partir das relações humanas ali construídas, seja da produção cultural potencializada nesse espaço.

Na dimensão internacionalista, a solidariedade entre os povos, especialmente aqueles que vivem no chamado Sul Global, e a compreensão de uma identidade comum entre a classe trabalhadora de todo o mundo são pilares a partir dos quais o popular emerge na produção noticiosa do veículo. Além disso, a defesa de processos revolucionários e de governos progressistas, a exemplo de Cuba e Venezuela, também são uma marca da linha editorial do Brasil de Fato, pois expressam diretamente o projeto popular de sociedade a que o jornal se vincula.

Por fim, o popular enquanto elemento quantificador se expressa, sobretudo, na produção dos podcasts e nos conteúdos do Instagram do veículo. O Brasil de Fato se esforça em desenvolver linguagens e formatos que atinjam um público mais amplo, mas sem perder de vista que quem ele realmente quer atingir é a classe trabalhadora. Nos podcasts, a

linguagem pedagógica dos conteúdos, a busca por trazer temas que se relacionem de forma mais direta às demandas e à realidade do trabalhador e a diversidade de sotaques são marcas das produções. Já no Instagram, a produção de um conteúdo que busca dialogar com as particularidades da linguagem, dos temas de interesse e mesmo do humor da rede social contribui para que haja uma aproximação do Brasil de Fato com um público que pretende atingir, especialmente o jovem. Nos dois tipos de plataformas, o que se percebe em comum é o modo como o jornal alinha às adaptações estéticas ao conteúdo político do veículo, além de como as sensibilidades também são valorizadas de modo a aproximar e cativar o público.

Dessa forma, o que se percebe é que as diversas dimensões do popular do Brasil de Fato trazem em comum a valorização da dimensão coletiva da vida, do reconhecimento de identidades que nos conectam e da necessidade de se construir um projeto de sociedade em que o povo seja protagonista das mudanças. É um popular humano, que acolhe e valoriza as diversidades, ao passo que também incentiva a unidade para construir um projeto de futuro mais digno e justo para todos.

1. CONCEPÇÃO E TRAJETÓRIA DO SISTEMA BRASIL DE FATO DE COMUNICAÇÃO

Contar a história que a história não conta. Apresentar ao mundo um mundo a partir da ótica de quem o constrói. Anunciar a esperança não como utopia, mas como um caminho. Esses são alguns dos sonhos expressados por aqueles que defendem uma nova comunicação para o povo brasileiro. Uma comunicação popular, necessariamente contra-hegemônica, essencialmente feita de “gente como a gente”. Alimentados por esse desejo declarado e impulsionados pela necessidade latente de se contrapor ao discurso dominante dos meios de comunicação, um conjunto de movimentos sociais, organizações políticas, artistas e intelectuais decidiu dar um passo ousado na história da comunicação brasileira: criar o jornal Brasil de Fato.

Neste capítulo, buscamos recuperar alguns dos principais elementos da trajetória do jornal para entender como essas aspirações, o histórico de construção do Brasil de Fato e suas mudanças estratégicas se relacionam aos sentidos do popular que o veículo defende e expressa na sua produção. A princípio, trazemos o percurso para que ele fosse possível, caracterizamos a proposta original do veículo e como esta efetivamente foi concretizada. A partir disso, dividimos a trajetória do Brasil de Fato em dois marcos temporais relacionados às formas comunicacionais desenvolvidas pelo jornal: de 2003 a 2013, marcada pelos jornais impressos de circulação nacional, e de 2013 a 2023, em que se destacam a criação dos tabloides estaduais, a Radioagência e o fortalecimento do conteúdo digital a partir do site, audiovisual e rede sociais. Dessa forma, é possível perceber que, ao longo do seu desenvolvimento, o Brasil de Fato sempre buscou coerência entre seu projeto editorial e sua produção e se mantém atento às transformações dentro do campo da comunicação. Nas duas décadas de existência recém-completadas, o jornal se apresenta com uma cara muito diferente daquela do seu nascimento, mas aparentemente muito mais próximo do sujeito que diz querer atingir.

Um dos marcos mais simbólicos do Brasil de Fato foi seu evento de lançamento, no Rio Grande do Sul. Na noite do dia 25 de janeiro de 2003, cerca de 4.500 pessoas lotavam o ginásio Araújo Viana, no centro de Porto Alegre, enquanto outras 2.500 pessoas esperavam do lado de fora, sem conseguir entrar. A capital gaúcha sediou na ocasião o 3º Fórum Social Mundial, e, naquele ginásio, dava-se início ao ato de lançamento dessa iniciativa unitária, um momento em que pela primeira vez o corpo de profissionais e apoiadores mostrava ao público o resultado de meses de construção.

O Fórum Social Mundial (FSM) é uma iniciativa internacional que engloba mais de

100 países de cinco continentes, reunindo movimentos sociais, organizações da sociedade civil e todos os sujeitos dispostos a debater e a construir propostas de enfrentamento à globalização neoliberal. A primeira edição do Fórum foi em janeiro de 2001, em Porto Alegre (RS), e teve como objetivo se contrapor ao Fórum Econômico Mundial de Davos. Este, por sua vez, é um fórum econômico que, desde 1971, tem cumprido um papel estratégico na formulação do pensamento daqueles que promovem e defendem as políticas neoliberais em todo mundo (FÓRUM SOCIAL PORTO ALEGRE, 2022). Dessa forma, mesmo com mudanças ao longo destes 20 anos, o FSM se apresenta como um lugar de chegada de movimentos populares, que ainda apontam este como um dos espaços de articulação e unidade internacional para se contrapor ao projeto hegemônico existente.

Na edição de 2003, que pela terceira vez se realizava em Porto Alegre, o FSM contou com a participação de representações importantes para a esquerda dentro e fora do país. Estavam presentes na mesa nomes como o do escritor uruguaio Eduardo Galeano, o fotógrafo Sebastião Salgado, a ativista argentina Hebe de Bonafini e o linguista estadunidense Noam Chomsky. Aleida Guevara, pediatra cubana, não apenas esteve presente como, em sua fala, emocionou a todos trazendo a memória do seu pai, Che Guevara:

Vou fazer agora algo que nunca, jamais, ousei fazer: vou falar em nome do meu pai. Nunca faço isso, por achar desonesto eu aproveitar meus laços de sangue para ser porta-voz de um homem de sua estatura. Mas hoje eu digo sem medo: se Che estivesse aqui, ele estaria sinceramente orgulhoso! (BRASIL DE FATO, 2003, p. 2).

Em entrevista para Rute Pina, em matéria no site sobre os 15 anos do Brasil de Fato, o jornalista Nilton Viana, que foi editor-chefe do jornal entre os anos de 2003 e 2013, ressalta a importância desse evento: “Não tenho conhecimento de qualquer ato de lançamento de um veículo de comunicação com a grandiosidade que foi aquele ato em Porto Alegre, onde nós reunimos as principais lideranças da esquerda do Brasil e do mundo” (BRASIL DE FATO, 2018).

Nascia ali o jornal Brasil de Fato. Fruto da aspiração de “milhares de lutadores de movimentos populares, intelectuais de esquerda, sindicatos, jornalistas e artistas” (BRASIL DE FATO, 2003, p.2), o veículo desde o princípio apresentou de forma clara sua linha editorial. A capa da edição zero, distribuída no ato de lançamento, trazia estampada uma frase do economista Celso Furtado, que dizia: “Lula precisa ter coragem”. A afirmação faz parte da entrevista com Furtado, que viria a ser uma das últimas de sua vida, e se tornou uma das entrevistas clássicas do Brasil de Fato.



Figura 1: Mesa do ato de lançamento do jornal Brasil de Fato
Da direita para esquerda: Aleida Guevara, Sebastião Salgado, Eduardo Galeano, Hebe Bonafini, Dom Tomás Balduino no lançamento do jornal no Fórum Mundial Social. Foto: João Zinclar



Figura 2: Ginásio em Porto Alegre lotado para o lançamento do jornal. Foto: João Zinclar

Embora o jornal tenha nascido num período de esperança para os movimentos sociais e para a esquerda de modo geral com a eleição de Lula em 2002, a articulação para construção do Brasil de Fato começou num contexto anterior e muito mais difícil. A década de 90, em que o país tentava reconstruir sua democracia após o fim da Ditadura Militar e implementar a

recente Constituição de 1988, fruto de um longo e lento processo de pactuação entre diversos espectros políticos, foi também o auge do neoliberalismo, que se expressou no Brasil a partir de um intenso processo de perda de direitos sociais e criminalização dos movimentos populares. Os massacres de Corumbiara, em 1995, e de Eldorado de Carajás, em 1996, expressavam o cerco político que se impunha às organizações de esquerda, que ainda lidavam com a invisibilidade da mídia acerca das violências que viviam. Nesse contexto, a criação de um veículo progressista, que pudesse fazer um enfrentamento à narrativa da mídia corporativa¹ foi sendo construída com cada vez mais força.

Mas, a ideia de desenvolver um jornal nacional de cunho popular não havia acabado de surgir. Ela foi fruto de um processo que se deu tanto a partir da experiência do MST com a cobertura desfavorável de suas ações e reivindicações pela grande imprensa como através de avaliações feitas junto a outros movimentos sociais sobre a necessidade de desenvolver um projeto de meio de comunicação de grande porte que fosse capaz de aglutinar as forças da esquerda em torno de si e proporcionar aos movimentos um novo canal de diálogo com a sociedade. (MOURA, 2009, p. 86)

Seganfredo (2016) afirma que o Brasil de Fato nasceu no núcleo do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), e que surgiu “a partir da necessidade, reconhecida dentro do MST, de um meio de comunicação próprio que dialogasse com a sociedade, disputando a hegemonia do discurso da grande mídia” (p.18). Em matéria no site do Brasil de Fato em comemoração aos 20 anos do jornal, João Pedro Stedile, membro da direção nacional do movimento e um dos idealizadores do veículo, aponta que a ideia da criação do Brasil de Fato partiu de um "desafio histórico para as esquerdas e os movimentos populares, de que é necessário que tenhamos nossa própria voz, nossos meios de comunicação de massa, e não ficar apenas dependendo de veículos de outras classes, que transmitem suas visões de mundo” (BRASIL DE FATO, 2023). A apresentação do projeto editorial do jornal coloca para o público o papel político que esse novo meio de comunicação busca cumprir:

Na luta por uma sociedade justa e fraterna, a democratização dos meios de comunicação é fundamental. E é com essa concepção que o MST, em consonância com outros movimentos sociais, como a Via Campesina, a Consulta Popular, as pastorais sociais, criaram o jornal Brasil de Fato – um jornal político, de circulação nacional, para contribuir no debate de idéias e na análise dos fatos do ponto de vista da necessidade de mudanças sociais em nosso país. (Projeto editorial do jornal Brasil de Fato, 2002, apud MOURA, 2009, p.100)

Também em 2003, mesmo período do surgimento do veículo, o Congresso Nacional instalava a Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) da Terra. Apesar de ter sido criada sob o

¹ O termo busca identificar organizações midiáticas que estão comprometidas com corporações de interesses privados.

argumento da necessidade de se discutir a estrutura fundiária brasileira e propor um modelo de reforma agrária, a CPI foi instrumentalizada pela bancada ruralista como um espaço de ataque aos movimentos do campo, tendo o MST como alvo principal. Na mesma reportagem de 20 anos do jornal, a jornalista Nina Fideles, que hoje está na direção do Brasil de Fato e que trabalhava em 2003 como assessora de imprensa do MST, ressalta o paralelo entre esses dois acontecimentos:

É interessante porque é o mesmo período em que o Brasil de Fato é criado. E é interessante porque acho que ele nasce inclusive das circunstâncias e demandas de um projeto popular ganhar mais visibilidade. Era um momento no qual os movimentos estavam sendo muito atacados com a CPI da Terra, que pega, obviamente, só os movimentos do campo, um sinal muito emblemático de que havia um ataque ao projeto popular no Brasil. E aí culmina com este momento histórico, a criação de um veículo que poderia dar visibilidade às pautas, disputar narrativas (BRASIL DE FATO, 2023)

O processo de construção do Brasil de Fato teve início no começo de 2002, a partir de um coletivo nacional formado por representantes de diversas organizações de esquerda, como sindicatos, movimentos populares, partidos políticos e jornalistas da imprensa contra-hegemônica brasileira, como Vito Giannotti, coordenador do Núcleo Piratininga de Comunicação - um dos principais espaços de formação sobre comunicação popular e sindical no Brasil - e Alípio Freire, criador e primeiro editor-chefe da Revista Sem Terra, do MST. Stedile aponta que o grupo foi “criando as condições, buscando apoios, recursos. Fizemos até rifas, jantares etc. Tudo era discutido em coletivo e encaminhávamos o que havia consenso” (BRASIL DE FATO, 2023). O dirigente do MST também ressalta a urgência da construção do veículo, dada a conjuntura brasileira da época, sobretudo com o processo eleitoral. “Percebíamos que havia mudanças na sociedade, existia uma grande possibilidade de Lula ganhar as eleições e as esquerdas não tinham nenhum jornal, nenhuma rádio, nem TV para podermos fazer a batalha”. (BRASIL DE FATO, 2023).

1.1 PROJETO ORIGINAL DO BRASIL DE FATO

O projeto inicial aprovado pelo coletivo que desenvolveu o Brasil de Fato aponta que a linha editorial do veículo teria como referência o conteúdo expresso na ideia de um Projeto Popular para o Brasil. Este é um projeto político impulsionado por movimentos como o MST, Via Campesina, Pastorais Sociais e sindicatos que buscam apontar uma ideia de nação centrada em valores como “igualdade, liberdade, diversidade e que abra caminhos para um

processo de refundação nacional colocando o país em um rumo radicalmente democrático, sustentável e soberano” (SECRETARIA NACIONAL, 2022, p. 53).

O conceito de “Projeto Popular” ganhou maior densidade a partir da Marcha Popular pelo Brasil, realizada em 1999. Organizada pela Consulta Popular, uma organização ligada aos movimentos sociais do campo, especialmente o MST, a marcha reuniu cerca de 1100 homens e mulheres que foram a pé do Rio de Janeiro a Brasília. Ao longo dos 72 dias de caminhada, os militantes dialogaram com o povo, denunciando a política do governo de Fernando Henrique Cardoso e defendendo as bandeiras de luta necessárias para construir uma nação mais justa e soberana.

Depois de mais de 1.600 quilômetros percorridos em caminhada, 1.100 lutadores e lutadoras do povo, oriundos de 23 estados, ligados a diferentes movimentos sociais, chegaram a Brasília. No trajeto, em escolas, igrejas e associações de todo tipo, fizeram palestras para mais de 200 mil pessoas. Foram vistos por muitas mais. Sua movimentação disciplinada por estradas e cidades substituiu a pedagogia do discurso pela pedagogia do exemplo, muito mais sincera e eficaz. A imagem da luta se fazia nítida, direta e clara. Foi a Marcha Popular pelo Brasil. (CONSULTA POPULAR, 1999, p. 5)

Após a chegada em Brasília, outras milhares de pessoas se somaram no que foi denominado de “Assembleia dos Lutadores e Lutadoras do Povo”, que durou mais dois dias e teve participação de 5 mil pessoas. Ao fim da Assembleia, foi aprovada a “Carta aos Lutadores do Povo”, que deu ao Projeto Popular cinco eixos principais: soberania, solidariedade, desenvolvimento, sustentabilidade e democracia popular (CONSULTA POPULAR, 1999, p. 6). Anos depois, a Consulta Popular também incluiu o feminismo entre os eixos principais do Projeto Popular para o Brasil. Já em 2022, em sua assembleia de fundação, o Movimento Brasil Popular também adicionou mais um eixo ao projeto: o compromisso com a igualdade étnico-racial (BRASIL DE FATO, 2022). A concepção de povo que está presente nessas formulações está vinculada à ideia de classe trabalhadora, associando “povo” à parcela mais pobre da sociedade. Essa relação está expressa na “Cartilha 19 - Resoluções da 3ª Assembleia Nacional da Consulta Popular”, que aponta que a Consulta “concentra suas energias prioritariamente para fora, para a sociedade, buscando organizar os trabalhadores, os pobres, como uma força social, moral e política que possa mudar o Brasil” (CONSULTA POPULAR, 2017, p. 87).

Em 2016, no bojo do processo de golpe que levou ao *impeachment* da ex-presidenta Dilma Rousseff, essas organizações identificaram a necessidade de dar mais conteúdo ao projeto e construí-lo de forma mais coletiva com a sociedade. Assim foi criado o Projeto Brasil Popular, uma espécie de fórum permanente que reúne centenas de trabalhadores/as,

intelectuais, militantes de movimentos populares e acadêmicos com experiência em gestão de políticas públicas e saberes em diversas áreas do conhecimento com o objetivo debater e construir, a partir de um método dialógico e dialético, formulações sobre um novo projeto de Brasil. Os debates são organizados em 31 grupos de trabalho que se dividem em quatro eixos temáticos: Direitos; Igualdade, Diversidade e Autonomia; Economia, Desenvolvimento e Distribuição de Renda; Estado, Democracia e Soberania Popular.

Ao longo dos últimos 6 anos, o Projeto Brasil Popular tem desenvolvido suas formulações e ampliado o debate sobre o país que queremos. Em uma espiral crescente, os cidadãos que compõem o Projeto Brasil Popular têm produzido importantes sínteses, que seguem sendo atualizadas a partir do avanço das discussões nos grupos e na própria sociedade. É a partir desse processo que temos caminhado e crescido coletivamente, porque sabemos que apenas o povo constrói a mudança (PROJETO BRASIL POPULAR, 2023).

Em 2003, as linhas centrais desse conteúdo estratégico já estavam presentes no setor da esquerda que dava corpo ao Brasil de Fato. Essa visão política pode ser analisada de forma mais clara nos objetivos do jornal, que demonstram seu interesse em expressar uma visão contra-hegemônica sobre o mundo e estimular a organização popular e as lutas sociais. No projeto editorial, os objetivos elencados para o Brasil de Fato foram:

1. Elevar o nível de consciência política e cultural do povo;
2. Servir de subsídio para a militância social;
3. Estimular as lutas sociais, de massa;
4. Expressar uma visão transformadora (de esquerda) dos fatos e da realidade brasileira;
5. Ser plural nas ideias, mas balizado pelo compromisso de transformação social;
6. Incentivar o engajamento político organizado das pessoas;
7. Promover o debate de ideias na sociedade;
8. Promover a cultura popular brasileira;
9. Expressar a solidariedade internacional entre os povos;
10. Cultivar os valores socialistas e humanistas (Editorial do Brasil de Fato, 2002, apud MOURA, 2009, p. 103)

Os objetivos do jornal demonstram a relação do Brasil de Fato com um discurso em torno da posição de uma esquerda que está comprometida com a formação crítica, com o estímulo da organização social e das lutas populares. Nesse sentido, o veículo não busca apenas apresentar uma visão à esquerda da realidade, mas ser também instrumento para o engajamento político das pessoas. Além disso, o jornal busca cumprir um papel de formação política entre os próprios militantes dos movimentos e organizações populares que estão articulados na construção dessa iniciativa. Isso se dá tanto pelo processo de debate sobre o conteúdo do jornal, já que os movimentos são convocados a sugerir, produzir pautas e divulgar as produções do Brasil de Fato, como pela discussão do papel estratégico da comunicação, uma vez que o veículo se apresenta como um instrumento concreto dos movimentos para a disputa ideológica e pela defesa da democratização da mídia.

Segundo o projeto original, o veículo “deve levar os leitores a refletir sobre a situação do Brasil, sua crise, seus desafios e as saídas que a sociedade brasileira precisa tomar para resolver os problemas do povo” (PROJETO... 2002, p.1). Em entrevista para o Brasil de Fato (2023), José Arbex Jr, o primeiro editor-chefe da redação, explica que a ideia era formar comitês populares para que as pessoas pudessem contribuir com reportagens, mesmo que não fossem jornalistas.

Então, você mora num bairro qualquer e aí acontece alguma coisa que merece ser noticiada, um episódio racista, um confronto com a polícia, uma feira de arte de livros, um sarau de poesia... A ideia era você se dirigir ao comitê do jornal na tua cidade ou no teu estado e mandar a matéria para a gente publicar. (BRASIL DE FATO, 2023)

No documento, é interessante destacar o público-alvo que o veículo pretendia alcançar. Os leitores do Brasil de Fato são descritos como “pessoas progressistas, integrantes ou não de organizações classistas e populares, que querem mudanças no Brasil” (PROJETO... 2002, p.1). O texto ainda completa: “Esse público vai desde a militância social já engajada até a classe média disposta a somar-se na luta pela transformação do país” (PROJETO... 2002, p.1). Ou seja, a proposta original apontava que o Brasil de Fato deveria se voltar a uma parcela da população mais escolarizada e/ou com algum nível de consciência social. Essa linha será alterada anos mais tarde, a partir de um balanço interno do veículo, como trataremos mais adiante.

A equipe inicial do Brasil de Fato, segundo o documento, seria composta por uma redação com 11 pessoas: um editor de redação, um editor de Brasil/economia, um editor de internacional, um editor de cultura/esportes, um coordenador da agência de notícias com funções de pauteiro, três repórteres, um editor de arte, um diagramador para editoração e um secretário de redação/produção. O documento aponta também a necessidade da colaboração voluntária de articulistas e jornalistas para produção de conteúdo.

Além dessa indicação, a equipe do jornal contaria ainda com um departamento financeiro com três trabalhadores - um diretor de planejamento financeiro, um coordenador de assinaturas e distribuição e um coordenador de publicidade, um Conselho de Redação e um Conselho Geral. O Conselho de Redação seria formado por 15 membros e teria o papel de supervisionar o jornal em diálogo com a Coordenadoria Editorial; já o Conselho Geral seria formado pelo Conselho de Redação mais outros 30 membros, e se reuniria de forma trimestral.

No expediente da primeira edição, esses conselhos aparecem como Conselho Editorial (anteriormente de Redação), formado por 14 pessoas, e Conselho Político (originalmente

Conselho Geral), composto por 90 nomes, número bem maior do que o previsto originalmente. Com o papel de garantir a linha política do jornal e expressar a articulação que dá vida ao veículo, a representação do Conselho Político também é uma síntese da diversidade dos setores progressistas da época. Compunham o grupo figuras como a do dramaturgo Augusto Boal, fundador do Teatro do Oprimido, Dom Tomás Balduino, frade dominicano e fundador da Comissão Pastoral da Terra (CPT), o arquiteto progressista Oscar Niemeyer e Maria Luísa Mendonça, jornalista e coordenadora da Rede Social de Justiça e Direitos Humanos.

Na seção sobre a estrutura interna do jornal, o documento descreve linhas gerais de como o conteúdo do Brasil de Fato deve ser construído. Um dos destaques é a cobertura dos assuntos nacionais, em que é descrito que “é preciso não apenas selecionar o que tem mais relevância e abrangência para o povo, o que interfere na vida das pessoas, mas sobretudo o que expressa o conflito de classes” (PROJETO... 2002, p.4). Ao explicar as características que considera centrais para uma boa qualidade jornalística, o projeto também evidencia o entendimento de que não bastava só ser um jornal com viés de esquerda, era preciso que ele fomentasse um olhar crítico dos leitores. Essa preocupação também demonstra que, ao contrário do que o senso comum muitas vezes critica, a clareza de um veículo sobre seu posicionamento político não está relacionada a uma produção jornalística de baixa qualidade ou panfletária.

É preciso apresentar os fatos com toda a sua complexidade, com os interesses em jogo, contextualizá-los, mostrar os processos e as tendências, tudo de maneira simples, objetiva, e sem cair no doutrinário ou no panfletarismo [...].

A cobertura nacional deve diferenciar-se da imprensa comercial-burguesa com boa qualidade na apuração, com credibilidade em todas as informações, com enfoque questionador e reflexivo, de maneira a satisfazer a exigência dos leitores.

A cobertura nacional deve evitar o denunciário, o sensacionalismo e o tratamento irresponsável e superficial dos fatos nacionais; ao contrário, deve ter critérios claros e transparentes para uma cobertura rica, sóbria, atraente, inteligente, educativa e formadora de opinião (PROJETO... 2002, p.4).

Outro ponto de destaque nessa seção é a busca por trazer os temas ligados à economia para a ordem do cotidiano, do vivido, para que sejam melhor compreendidos pelos leitores. No entanto, o documento ressalta a necessidade de fugir do economicismo, crítica que vale tanto para parte da cobertura da mídia comercial quanto para outros setores da esquerda.

É preciso desmascarar o tempo todo a visão economicista, segundo a qual tudo deve estar subordinado à economia; é preciso desmascarar o tecnicismo e a burocracia, que são instrumentos usados pelas classes dominantes para justificar seus atos anti-populares (PROJETO... 2002, p.5).

Na editoria Internacional, há uma preocupação ainda mais explícita em se diferenciar da cobertura da mídia corporativa. A indicação é que a cobertura tenha dois focos: o desvendamento da política imperialista, especialmente a dos Estados Unidos, e a resistência dos povos, pontos de vista que pouco aparecem na mídia comercial. O jornal, porém, salienta que não será pautado pelos veículos hegemônicos. “Não seremos, necessariamente, ‘pautados’, pela ‘grande mídia’. Ao contrário, vamos produzir material próprio, original, adotando o ponto de vista dos movimentos sociais” (PROJETO... 2002, p.5).

O documento também aponta a necessidade de colocar o foco na América Latina, não apenas nas pautas “quentes”, mas também à vida cotidiana, “sempre que ela trazer elementos dignificantes, que aprofundem o intercâmbio cultural entre os povos e promovam o orgulho de fazermos parte da Nuestra América” (PROJETO... 2002, p.6). O que está presente nessa linha editorial é a defesa do internacionalismo, um dos valores centrais de parte da esquerda, como o MST, que o entende como um princípio de unidade entre os povos explorados do mundo.

A prática da solidariedade e do internacionalismo entre a classe trabalhadora foi se desenvolvendo a partir das lutas internacionais e das contradições de classe, ao compreender que vivemos numa sociedade de classes antagônicas. Isso significa viver numa luta permanente, na medida em que se chega à conclusão de que a burguesia é a mesma em toda parte do mundo, e que os trabalhadores teriam que se unir e lutar contra o inimigo em comum (MST, 2019).

Em entrevista para Deni Rubbo, Gilmar Mauro, dirigente nacional do MST, afirma que o internacionalismo é um princípio basilar para o movimento, pois faz parte da compreensão do sentido da organização dos trabalhadores.

Eu acho que o nosso movimento já surge, mesmo que a grande maioria dos próprios militantes não tivesse consciência, mas alguns tinham, e evidentemente eles surgem com essa visão de que a luta da classe trabalhadora é uma luta internacional e de que é preciso construir espaços de articulação e alianças em nível internacional, já que os “inimigos” também – utilizando o jargão – têm uma atuação internacionalizada e, portanto, era preciso buscar nessas articulações políticas o fortalecimento da luta nossa e de outros. Mas também tem outro ingrediente: a ideia era aprender com os processos organizativos de luta dos outros países (RUBBO, 2012, p.23).

Outro ponto de destaque do conteúdo do jornal é sua visão em relação à cultura e esporte. O projeto original expressa um olhar político sobre essas duas áreas e também aponta a necessidade de contrapor as narrativas da mídia comercial para essas pautas. A cobertura sobre cultura no Brasil de fato deveria, segundo o documento, combater a mercantilização da cultura, debater a função da arte “como instrumento de libertação ou controle do imaginário” e também não hierarquizar a chamada cultura erudita e a cultura popular, relacionando ambas

como expressões de trabalho manual e/ou intelectual dos trabalhadores. O esporte também aparece como parte da cultura, e a indicação é que a cobertura do mundo desportivo tenha “uma perspectiva crítica, mostrando os vínculos históricos entre a indústria esportiva, as ideologias nacionalistas e racistas, e a financeirização do capital” (PROJETO... 2002?, p.8).

O projeto original do Brasil de Fato aponta a visão ideal de como deveria ser um jornal com vínculo direto com os movimentos sociais e construído pela esquerda da época. É importante destacar que é a visão da esquerda “da época” porque a proposta do jornal também esbarra em limitações dos setores progressistas naquele período. Por exemplo, as questões de gênero, raça e diversidade sexual aparecem de forma tímida e bastante localizadas no projeto, e a presença de mulheres nos Conselhos que compõem o jornal, a partir do coletivo descrito no expediente da primeira edição, também é bem restrita. Embora ainda sejam desafios da esquerda, a posterior inclusão do feminismo e da igualdade étnico-racial como compromissos do campo político do Projeto Popular demonstram o avanço em relação às discussões sobre esses temas. O que está claro desde o começo é a preocupação do jornal em ser um instrumento para fazer a disputa ideológica, se contrapor ao discurso da mídia comercial e apresentar uma visão diferente da sociedade - como afirma o seu *slogan*, “uma visão popular do Brasil e do mundo”, cujos termos essa dissertação busca compreender. Após o lançamento no Fórum Social Mundial, o Brasil de Fato chega às bancas, às casas e mãos dos seus leitores, dando corpo à aspiração de inúmeros trabalhadores e trabalhadoras que, enfim, veem literalmente impresso esse novo projeto.

1.2 DE 2003 A 2013: JORNAL IMPRESSO DE COBERTURA NACIONAL

O Brasil de Fato inicia com uma meta ousada. A publicação nasce como um jornal semanal impresso, com cobertura nacional, em formato *standard*, com 16 páginas e previsão de ganhar mais espaço ao longo do ano. Além disso, afirmava-se que a tiragem mínima seria de cem mil exemplares e, num futuro próximo, havia perspectivas do veículo se tornar diário (CASSOL, 2010, p.90).

A edição zero do jornal, vendida nos dias que antecederam seu lançamento no Fórum Social Mundial, marca a síntese do processo de construção do Brasil de Fato nos anos anteriores. Além da já citada entrevista com Celso Furtado, que ganha a manchete principal do jornal, a edição de estreia fala também sobre os protestos contra a invasão dos Estados Unidos ao Iraque, com o título: "Mundo diz não à guerra de Bush". O editorial, “Por que um jornal popular”, explica os motivos que levaram à criação do veículo e aponta os princípios

que subsidiam o conteúdo do jornal. “O texto reafirma o compromisso do jornal em ‘contextualizar as notícias sob a ótica dos trabalhadores’, combater o imperialismo, defender os direitos fundamentais das pessoas e a democracia” (STRAUBE, 2009, p. 117). As demais páginas do impresso trazem desde pequenos textos de personalidades saudando a iniciativa do Brasil de Fato, como Oscar Niemeyer, até matérias sobre assuntos como transgênicos, política na Venezuela, celebração do aniversário de Martin Luther King Jr e movimento sindical.

A edição número 01, que chegou às bancas no dia 8 de março de 2003, traz como manchete um tema em tom editorial: “Ricos cobiçam água no mundo (e o Brasil está na mira)”. As chamadas menores da capa focam em temas internacionais e de direitos humanos, dando destaque ao conflito de maior tensão na época, que era a ameaça dos Estados Unidos de iniciar a guerra contra o Iraque sob a justificativa de que o governo do país do Oriente Médio escondia armas de destruição em massa. As chamadas destacam: “EUA tentam impor ALCA ao Brasil”, “Guerra ao trabalho escravo”, “ONU recomenda reforma agrária contra a fome” e “Washington usa arma biológica contra o Iraque”, que é acompanhada por uma charge ilustrando o discurso americano no conflito. O editorial, intitulado “O império se move”, traz um olhar crítico sobre a atuação do governo dos Estados Unidos, até então chefiado por George W. Bush, tanto no Iraque quanto na América Latina, com a tentativa de implantação da Área de Livre Comércio das Américas (ALCA). Uma proposta que, para o Brasil, “significaria curvar-se à total subordinação de nossa economia, à recolonização da política e da cultura” (BRASIL DE FATO, 2003).

As duas edições seguintes do jornal seguem com foco na crítica ao imperialismo estadunidense. O segundo impresso, de 16 de março de 2003, tem como manchete “Povos resistem ao terror de Bush e provocam crise no império”, que se refere à pressão internacional para que o governo dos EUA adie o ataque ao Iraque. O texto é acompanhado da foto de uma manifestação popular em Los Angeles, em que milhares de pessoas saíram às ruas contra a guerra. Já na terceira edição, que chegou às bancas em 23 de março de 2003, a chamada principal traz como destaque “Bush declara guerra ao mundo”, em referência ao primeiro ataque dos EUA a Bagdá, capital do Iraque, no dia 19. Uma montagem em que o rosto de Bush aparece em um corpo de um soldado nazista fazendo saudação à Hitler acompanha o texto inicial da capa, que traz um tom literário para descrever o ataque a bombas do governo norte-americano.

Quarta-feira, 19, 23h35 de Brasília: o céu de Bagdá é iluminado pelos rastros de luz mortífera das dezenas de mísseis de mister George Bush. Em poucos minutos, a capital iraquiana está em chamas. Soam as sirenes de alarme - vemos na TV - e podemos apenas imaginar o desespero da população.

Crianças indefesas, mães desamparadas, jovens sem futuro. A morte inicia seu baile (BRASIL DE FATO, 2003).

O início do Brasil de Fato é marcado por um forte compromisso ideológico e um conteúdo mais denso, o que de certa forma o deixava num formato e linguagem mais enrijecidos. Muitas das pautas focam no enfrentamento ao imperialismo e na afirmação de bandeiras de luta da esquerda, como reforma agrária e lutas no campo sindical, o que tornava o veículo atrativo para um público mais limitado, que já tinha certa formação crítica. Por conta dessa demarcação ideológica, o jornal gerou incômodos com o empresariado e logo nas primeiras edições a equipe teve que lidar com dificuldades. Em entrevista para o Brasil de Fato (2018), o jornalista José Arbex Jr, primeiro editor-chefe do veículo, conta que numa atividade em Santos (SP), os participantes relataram que, depois da primeira edição, tiveram dificuldade de encontrar o jornal nas bancas. Ao levar esse relato para a equipe, os editores constataram que estavam sofrendo uma sabotagem na distribuição do impresso. Na época, os jornais chegavam às bancas pela Transfolha, que também cuidava da distribuição dos jornais O Estado de São Paulo e Folha de São Paulo. “Milhares de cópias estavam sendo mantidas para os ratos comerem, o que também representa o que é a democracia no Brasil. Eram apenas duas empresas que faziam a distribuição”, critica Arbex (BRASIL DE FATO, 2018).

Apesar dos problemas externos e internos, que incluíam a própria dificuldade financeira do jornal se manter, neste primeiro ciclo o Brasil de Fato ousou em tratar temas pouco discutidos nos jornais comerciais e abordar uma perspectiva na contramão do que a imprensa em geral adotava. Nesse sentido, algumas capas são destaques pela escolha da manchete principal. Na edição 418, de 3 de março de 2011, o jornal trazia uma colagem que tomava quase todo o espaço da capa que misturava uma foto atual de corredores de um supermercado com uma ilustração de uma pessoa escravizada sendo violentada. O título e linha fina denunciavam um problema ainda atual, mas pouco discutido na época: “Racismo nos Supermercados - denúncias de racismo e tortura cometidos contra consumidores negros nas três maiores redes de supermercado do país, Extra, Walmart e Carrefour, expõem heranças das quais o Brasil ainda não se livrou: a escravidão e a ditadura civil-militar”.

Outro ponto de destaque das edições do jornal são as matérias em relação ao governo federal. O Brasil de Fato surge no início do primeiro mandato do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, do Partido dos Trabalhadores (PT). Eleito a partir de um amplo leque de alianças de diversos setores da política partidária, os dois primeiros mandatos de Lula expressaram as contradições da correlação de forças daquele período. Diante desse cenário, o Brasil de Fato

fez emergir nas suas edições diferentes posicionamentos dos movimentos sociais com relação ao governo, que acompanharam a mudança de postura do governo em relação à sua agenda.

Na edição 19, de 10 de julho de 2003, primeiros meses de Lula na presidência, o jornal estampa: “Lula garante prioridade para a reforma agrária”, pauta central dos movimentos do campo, como o MST. O texto é acompanhado por uma foto que mostra trabalhadores sem-terra montando um dos seus barracos e amarrando a bandeira do movimento na estrutura que sustenta a lona preta, simbolizando tanto a necessidade de “reconstrução” do país como da presença dos movimentos sociais para dar conta dessa demanda. Já no final do primeiro mandato, a edição 135, de 29 de setembro de 2005, expôs que a relação entre o governo e as organizações já estava bem diferente. “MST perde a paciência com Lula”, diz a manchete da edição. A foto ilustra uma ocupação do MST no Incra (Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária) no Maranhão. Um dos cartazes da manifestação diz “A reforma agrária anda a passos de...” seguido de uma seta que aponta para uma tartaruga gigante construída pelos militantes e apoiada numa estrutura que parece ser de metal. No ano seguinte, alguns dos movimentos sociais só se posicionaram oficialmente em apoio à reeleição de Lula no segundo turno das eleições, diante da ameaça da vitória do então tucano Geraldo Alckmin (PSDB). A manchete da edição 188, de 5 de outubro de 2006, destaca: “Movimentos declaram apoio a Lula”. A foto que acompanha a manchete ocupa quase um terço da capa e mostra Lula num comício em São Paulo cercado por uma multidão e abraçando uma mulher negra, que aparenta estar emocionada e alegre. Na mesma capa, o editorial do veículo deixa claro o posicionamento do jornal: “É preciso derrotar a direita”, aponta o título do texto. Após a vitória e posse do candidato do PT, a edição 201, de 4 de janeiro de 2007, traz uma entrevista com o marxista Carlos Nelson Coutinho sobre os próximos quatro anos de governo petista. “O segundo mandato de Lula, pelo prisma da luta de classes”, destaca o título da matéria. Na página anterior, outra matéria aponta o calendário de lutas da esquerda para o ano de 2007 com o título “União contra a direita”. O esforço em dar visibilidade à organização popular se mantém, mesmo com as mudanças da política institucional.

Do ponto de vista da cobertura latino-americana, o Brasil de Fato em diversas capas dá destaque às vitórias da esquerda e da articulação regional em defesa da soberania da região. São exemplos dessa linha a edição 151, de 19 de janeiro de 2006, “Na Venezuela, a inspiração bolivariana”, sobre a sexta edição do Fórum Social Mundial, realizado em Caracas; “Novo fôlego à revolução bolivariana”, sobre a iminente reeleição de Hugo Chávez na Venezuela, que estampa a edição 196, de 30 de novembro de 2006; “A direção do socialismo cubano”, manchete da edição de 426, de 28 abril de 2011, em referência às deliberações do 6º

Congresso do Partido Comunista Cubano (PCC); e a manchete da edição 95, de 17 de dezembro de 2004, “Alba, um novo modelo de integração”, que discute a proposta da Aliança Bolivariana dos Povos da Nossa América, um modelo de integração da América Latina que se contrapõe aos interesses do imperialismo norte-americano.

Algumas capas também expõem de forma mais direta os princípios e valores que subsidiam o jornal. A primeira edição de 2004, de número 44, traz a foto de uma criança negra segurando a bandeira do Brasil e anuncia na manchete: “Brasil para todos, só com mobilizações”, dando destaque ao papel da organização popular para realizar mudanças sociais. Em setembro, a edição 81 expressa a luta contra a proposta de reforma universitária sugerida pelo governo com a manchete “Universidade, pública, para todos”. Já na última edição desse mesmo ano, a de número 96, o jornal anuncia uma entrevista com o teólogo Leonardo Boff sobre sonhos e utopia com a chamada “Contra o egoísmo, a solidariedade”. A foto que ilustra a chamada busca dar o tom sensível à pauta, ao passo que faz uma crítica à desigualdade social: o registro mostra, em primeiro plano, uma criança em situação de rua deitada no chão em plena Avenida Paulista, e, ao fundo da imagem, aparece um grande boneco de Papai Noel e caixas que simbolizam presentes de Natal.

Ana Maria Straube (2009) divide os seis primeiros anos do Brasil de Fato em três fases distintas. A primeira, de 2003, que corresponde ao primeiro ano de vida do jornal, é marcada pelo desafio prático de produzir, financiar e distribuir o impresso. A segunda fase, entre 2004 e 2006, é caracterizada pela pesquisadora como os “anos de crise”. Nesse período, o Brasil de Fato enfrenta diversas dificuldades, como a distribuição e arrecadação de assinaturas, que levam à redução da tiragem e número de páginas do veículo. O terceiro ciclo, de 2007 e 2008, é o momento de retomada do jornal, em que o Brasil de Fato define melhor o seu papel e suas possibilidades de manutenção (p.118). Na virada da década, Matheus Lobo Pismel (2018), ainda acrescenta o jornalismo digital e as redes sociais como os novos desafios para o Brasil de Fato. “Com o aumento da velocidade das notícias na internet e os impasses de financiamento dos veículos impressos, o jornal semanal era empurrado ainda mais para um perfil analítico e militante” (p.60).

Esse primeiro formato do jornal Brasil de Fato atinge seu limite no contexto do fim do segundo mandato de Lula, por volta de 2010. Politicamente, um dos motivos apontados por Pismel (2018) é o descenso do movimento de massas. Havia uma leitura por parte de setores da esquerda de que a eleição de Lula, em 2003, reacenderia as mobilizações sociais, principalmente no movimento sindical, o que não aconteceu (p. 59). De acordo com estudo do economista Carlindo Rodrigues de Oliveira (2019), no período entre 2000 e 2010 houve o

menor número de greves desde o início da década de 80, período em que centrais sindicais como a CUT (Central Única dos Trabalhadores) surgiram (figura 3). A drástica diminuição de greves, que é o principal instrumento de reivindicação dos sindicatos, é uma expressão da dificuldade de organização dos trabalhadores urbanos e da perda de referência dos sindicatos como espaço de luta nas cidades.



Figura 3 - Greves no Brasil (1978-2018).

Fonte: Dieese - Sistema de Acompanhamento de Greves (SAG) 2019

Uma das consequências do descenso do movimento de massas - e que teve repercussão direta no Brasil de Fato - foi a fragmentação da esquerda. As divergências entre as análises sobre o governo petista geraram rompimentos entre diversas organizações e disputas internas em outras. Um dos exemplos mais emblemáticos é o surgimento do Partido Socialismo Liberdade (PSOL), em 2005, após divergências dentro do Partido dos Trabalhadores (PT). O coletivo editorial do Brasil de Fato, por sua vez, que tinha um caráter amplo e reunia diversas organizações, sofreu o impacto dessas disputas e foi se desfazendo ao longo do tempo. Em entrevista para Pismel (2018), o dirigente nacional do MST João Paulo Rodrigues sintetiza os motivos que, para ele, levaram ao encerramento deste primeiro ciclo do Brasil de Fato.

O auge da crise dele é justamente esse auge da crise da esquerda de como se comportar frente a esse governo em disputa, frente a esse governo neodesenvolvimentista, com as alianças que ele tinha, e frente à consolidação desse campo do esquerdismo na época, que foi, mais do que o

PSOL, a construção da Conlutas [central sindical], um campo muito crítico ao jornal, no movimento estudantil, na academia. A crise política da esquerda com o lulismo bagunça nossa vida no jornal. Contaminou jornalista, contaminou conselho editorial. Vira jornal muito para nosso campo e, ao mesmo tempo, por ter vacilação ideológica, ele não é jornal nem confiável do esquerdismo nem do governismo. Ficou o pior dos mundos. Por isso os apoios foram todos desaparecendo. Junta a crise interna de manutenção econômica e a crise de não ter movimento de massa para sustentar um jornal como esse. Na minha opinião esse é o motivo real de ter terminado o semanário (p. 60).

Criar e manter um veículo semanal a partir de um corpo editorial que aglutinava diferentes organizações e movimentos de esquerda foi um grande desafio para um campo político que também estava aprendendo a dialogar com as inúmeras contradições de um governo progressista. A primeira década do Brasil de Fato é marcada pela ousadia em buscar ser uma voz dissonante do discurso hegemônico da mídia, mas também por dificuldades que, do ponto de vista administrativo, esbarram nos limites financeiros do grupo, e do ponto de vista político - que reflete na questão editorial - se relacionam com o descenso do movimento de massas e fragmentação da esquerda no período.

Em relação ao governo do PT, a crise do jornal também foi acentuada pela falta de prioridade da gestão de Lula com o debate de democratização dos meios de comunicação e o apoio financeiro - através de verba publicitária, por exemplo - aos veículos de esquerda, o que seria importante para estruturar não apenas o Brasil de Fato, mas toda uma rede de comunicação progressista. Anos depois, o golpe jurídico-parlamentar-midiático de 2016, que resultou no *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff (PT), e a eleição de Jair Bolsonaro (PL) em 2018, através de um complexo mecanismo de *fake news*, deixam claro que o esvaziamento da pauta da democratização da comunicação e a fragilidade dos veículos contra-hegemônicos cobrariam um preço alto não apenas para o PT, mas para toda nossa democracia. Diante do cenário de crise já colocado para o veículo após a sua primeira década de existência, o Brasil de Fato é levado a repensar seus modos de fazer comunicação, o que dá início a um giro central para a sobrevivência do veículo.

1.3 DE 2013 A 2023: TABLOIDES REGIONAIS, RÁDIO E NOVOS FORMATOS DIGITAIS

O semanário nacional do Brasil de Fato foi produzido até julho de 2015, tendo como última edição a de número 646. No entanto, três anos antes a coordenação do veículo já apontava mudanças estratégicas que iriam refletir em novos formatos para o jornal. Frederico

Santana Rick, editor do Brasil de Fato Minas Gerais e ex-editor do semanário nacional, aponta que a avaliação à época era a de que o jornal ainda circulava num grupo restrito de militantes e universitários. “Naquele momento, ficou claro para nós que, para dar sustentação à iniciativa do Brasil de Fato, era preciso ganhar adesão e presença mais fortemente nos estados, em uma percepção que, a nível mundial, a imprensa caminhava neste sentido” (BRASIL DE FATO, 2018).

Segundo Pismel (2018), em dezembro de 2012, na reunião de balanço dos 10 anos do jornal, que envolveu jornalistas e dirigentes das organizações apoiadoras, foi debatida qual a nova estratégia que poderia superar os desafios políticos do ciclo anterior e dar um salto de qualidade no jornal. Foram definidos três encaminhamentos principais que expressaram essa reflexão política e mudaram a rota do Brasil de Fato: a) A construção de tabloides estaduais gratuitos a partir de articulações locais; b) A reformulação e fortalecimento das ferramentas digitais; c) A transformação da Radioagência Notícias do Planalto (NP), fundada por iniciativa do MST, em Radioagência Brasil de Fato (p.66). Essas três deliberações são a base das principais características do Brasil de Fato hoje: um veículo com produção impressa descentralizada, que se destaca pela produção jornalística digital (alimentada também pela produção local) e diversidade de produções radiofônicas.

Para que os jornais estaduais pudessem ter êxito, era necessário que o Brasil de Fato atingisse seu propósito enquanto um veículo de comunicação popular. Um deles, e talvez o principal, é o de chegar à classe trabalhadora. Nesse sentido, os tabloides têm a preocupação de manter a cobertura sobre questões nacionais, mas também de dialogar sobre o cotidiano a partir de temas que tenham mais proximidade com esse público-alvo mais específico, já que o formato anterior atingia um setor mais acadêmico e militante. Monyse Ravana, ex-editora do Brasil de Fato Pernambuco e atual Coordenadora de Audiovisual do Brasil de Fato, ressalta:

A gente mantém a linha editorial e política, mas mudamos o formato: é um jornal que tem um outro público, voltado para trabalhadores e trabalhadoras, com textos mais curtos e simples e que aborda tanto temas importantes da política e do cenário nacional, mas que também fala da vida das pessoas. (BRASIL DE FATO, 2018)

Além da produção dos jornais, a distribuição é um fator determinante para essa virada estratégica. Enquanto o semanário nacional era vendido nas bancas ou em forma de assinatura, os tabloides são distribuídos de forma gratuita para a população numa forma de entrega totalmente diferente. Não é o leitor que vai até o jornal, é o contrário. Em cada município em que o jornal é distribuído há uma equipe de distribuição - formada, em geral, por militantes das organizações que apoiam o jornal e que atuam de forma voluntária - que

caminha de casa em casa ou vai até lugares de grande circulação de trabalhadores, como pontos de metrô e estações de ônibus, para fazer a distribuição.

O modo de entrega também tem sua peculiaridade. A proposta é que o jornal não seja entregue apenas como um “panfleto”, mas que se tente construir um diálogo com a pessoa que vai receber. Isso possibilita a criação de um vínculo maior com o público, e que a entrega do jornal seja também uma porta de entrada para o trabalho de base entre militantes e comunidade. Joana Tavares, ex-editora do Brasil de Fato MG, ressalta a importância dos tabloides para chegar nesse público-alvo:

A gente distribui em prédios, por exemplo, e quem gosta do jornal e leva pra casa são porteiros, faxineiras, trabalhadores de serviços gerais... Isso é um termômetro de que estamos perto do público que a gente quer chegar. Tem muitos desafios, principalmente de linguagem, de recepção, mas o público que nos dá mais retorno é esse que a gente queria atingir. No Brasil de Fato nacional sempre tivemos dificuldade de chegar nesse povo. Sempre foi nosso objetivo, também não podemos ser injustos com nossa própria história, mas agora a gente está furando esse bloqueio (TAVARES, 2017, apud PISMEL, 2018, p. 69).

A gratuidade dos jornais é um dos gargalos para a manutenção da maioria dos impressos estaduais. Sem o pagamento do público, a aposta dos jornais foi vender espaços publicitários dentro das edições para arrecadar recursos. Entretanto, o interesse comercial das empresas muitas vezes esbarra na linha editorial do Brasil de Fato, impedindo que as negociações avancem. Em entrevista para Lucas Pismel (2018, p. 69), João Paulo Rodrigues, dirigente do MST, afirmou que o jornal chegou a ter diálogos com grupos grandes, como Pão de Açúcar e Magazine Luiza para anunciarem nos tabloides, mas que a marca do jornal foi um impeditivo para que o espaço fosse comprado.

Em alguns estados, a articulação com prefeituras e governos progressistas foi e é uma fonte importante para os anúncios. No Rio de Janeiro, por exemplo, a prefeitura de Maricá, governada pelo PT, anuncia há muitos anos no jornal e no site do Brasil de Fato. No entanto, na maioria dos estados as principais parceiras são as entidades sindicais, em especial aquelas filiadas à Central Única dos Trabalhadores (CUT). Na Bahia, por exemplo, o Sindicato dos Petroleiros (Sindipetro - BA) sempre foi o principal anunciante do veículo, tanto no período em que ele foi impresso, como também no site. Pismel (2018) destaca a articulação com os sindicatos em outros estados:

No Paraná e no Recife, ao longo de 2017, a média girou entre oito e dez entidades anunciantes. Em Minas Gerais, o número chega a 20 sindicatos. No Rio de Janeiro, por outro lado, os repasses estão concentrados nos sindicatos dos petroleiros e dos engenheiros. Por outro lado, em São Paulo, um dos motivos da não continuidade do jornal foi justamente o investimento

prioritário de grandes sindicatos cutistas, como bancários e metalúrgicos, em outra experiência de comunicação, a Rede Brasil Atual (RBA), que inclui site, rádio, revista e um canal aberto de televisão, a TVT (p. 70).

Os tabloides estaduais gratuitos começaram a ser lançados em 2013. Primeiro em maio, em Minas Gerais e Rio de Janeiro, e depois em São Paulo, no mês de setembro. A edição mineira circula de forma ininterrupta até hoje, e atualmente chega a 50 cidades com uma tiragem de 40 mil exemplares semanais. Além disso, o Brasil de Fato MG possui um programa semanal de rádio que é transmitido para diversas regiões do estado (BRASIL DE FATO MG, 2023) e também tem um site, assim como todas as redações estaduais. Já o impresso carioca, que chegou a ter duas edições por semana, teve edição interrompida entre novembro de 2016 e abril de 2017, mas atualmente segue em circulação de forma semanal com distribuições em três pontos da capital e também em Niterói. Desde setembro de 2017, o veículo também passou a ter produções radiofônicas (BRASIL DE FATO RJ, 2023). Já a edição de São Paulo teve apenas 50 edições, finalizando sua produção em 2014, por dificuldade de articulação político-financeira (PISMEL, 2018, p. 67).

No Paraná, a edição zero foi lançada em 28 de março de 2014, mas o tabloide passou a circular semanalmente apenas em 2016. Atualmente, o veículo tem uma tiragem de 20 mil exemplares que circulam em 26 cidades do estado, além de produzir um programa de rádio semanal (BRASIL DE FATO PR, 2023). Já no Rio Grande do Sul, o Brasil de Fato lançou seu tabloide em julho de 2018, com uma tiragem inicial de 25 mil exemplares e periodicidade quinzenal, e segue em circulação até o momento (BRASIL DE FATO RS, 2023).

Em Pernambuco, o tabloide impresso também começou a circular regularmente em 2016, primeiro de forma quinzenal, depois para semanal, chegando a ter uma tiragem de 20 mil exemplares (PISMEL, 2018). Com a pandemia da Covid-19, em 2020, a edição impressa foi interrompida e ainda não houve um retorno das edições regulares do impresso. No entanto, com a interrupção do impresso, o Brasil de Fato Pernambuco também passou a investir na produção radiofônica, e hoje possui um programa de rádio semanal (BRASIL DE FATO PE, 2023). Em março de 2018, foi a vez de a Paraíba lançar o tabloide estadual. O jornal circulou primeiro de forma quinzenal e depois de forma mensal até março de 2020, interrompido também por conta da pandemia. Até o momento, o impresso ainda não retornou, mas assim como em outros estados, o Brasil de Fato PB investiu num programa de rádio semanal que segue com transmissão em algumas rádios do estado.

Já no Ceará, a edição impressa começou a circular só em julho de 2019, mas foi interrompida de forma regular em junho de 2021. O estado começou a investir na produção

radiofônica a partir de um programa semanal que é transmitido em diversas rádios do estado até o momento. No Rio Grande do Norte, a existência do impresso também foi curta: o periódico circulou de junho a dezembro de 2019 de forma quinzenal. O principal motivo para as interrupções em ambos os casos são as dificuldades com articulação político-financeira para cobrir os custos de impressão e pagamento de equipe. O Distrito Federal foi a última região a lançar um Brasil de Fato local. O lançamento do jornal foi em julho de 2021, mas a produção de notícias se concentra no site, deixando os impressos apenas para edições especiais, que até o momento foram três.

Na Bahia, a edição zero (figura 4) foi lançada no dia 6 de dezembro de 2017 num evento que reuniu jornalistas, parceiros e movimentos sociais que apoiavam a construção do jornal (figura 5). Um dos presentes no evento foi Carlos Augusto Marighella, filho do guerrilheiro Carlos Marighella, que concedeu entrevista à edição de lançamento do jornal trazendo o legado do seu pai. “Um jornal que quer ser popular tem total sintonia com Carlos Marighella”, afirmou durante a atividade (BRASIL DE FATO, 2017). Uma das convidadas para a mesa de lançamento foi Monyse Ravena, que ressaltou a profissionalização do veículo. “Nós estamos fazendo jornalismo, não estamos fazendo panfleto. Temos cuidado na apuração, na diagramação, queremos ter boas fotos, porque o povo merece bom jornalismo” (BRASIL DE FATO, 2017). A fala de Monyse reitera o compromisso presente no projeto editorial do jornal, como já citado anteriormente, de garantir a qualidade jornalística e fugir da lógica panfletária de comunicação.



Figura 4: Capa da edição zero do Brasil de Fato Bahia. Foto: Carolina Guimarães



Figura 5: Mesa do ato de lançamento do Brasil de Fato Bahia. Foto: Gabi Barros

O lançamento da edição zero teve como papel estimular outras organizações a contribuírem financeiramente com o jornal, o que naquele momento ainda estava incerto. Por isso, as edições periódicas só tiveram início em agosto de 2018. Com a manchete “Congresso do Povo propõe protagonismo popular”, a edição 01 também trazia matérias sobre racismo institucional, o favoritismo de Lula nas eleições mesmo após sua prisão e resgate de lutas históricas do estado, como a Independência da Bahia e a Conjuração Baiana. Produzido mensalmente e com tiragem que chegou a 30 mil exemplares, o jornal foi editado até abril de 2020, sendo paralisado por conta da pandemia.

Durante a suspensão do impresso, o jornal seguiu produzindo só notícias para o site até que em julho de 2021, nos marcos dos 198 anos da independência da Bahia, o veículo lançou o piloto do programa de rádio Brasil de Fato Bahia. Allan Hayama, do Sindicato dos Engenheiros da Bahia (SENGE-BA), um dos colunistas do jornal, salienta o papel do rádio para o diálogo com a classe trabalhadora. “Muitas vezes a escrita não atinge o todo, então a rádio vem para trazer mais uma disputa, mais uma narrativa, para emancipação. Além de trazer a visão do povo e da classe trabalhadora” (BRASIL DE FATO, 2021).

O programa passou a ser apresentado semanalmente a partir de outubro de 2021, transmitido nas plataformas gratuitas de áudio na internet e também na rádio Juazeiro, no norte do estado. A escolha da rádio se deu pelas limitações financeiras do jornal, já que comprar um horário em rádios de cidades maiores, como Salvador e Feira de Santana, não era viável para a estrutura do veículo. Em agosto de 2022, a partir de uma parceria com a

Associação Brasileira de Rádio Comunitárias na Bahia (ABRAÇO - BA), o programa passou a ser exibido também em 16 rádios comunitárias do interior. Com isso, além de Juazeiro, o programa também chegou a rádios de Anguera, Baixa Grande, Inhambupe, Itaberaba, Itaetê, Itapetinga, Jaguarari, Laje, Macajuba, Paratinga, Piritiba, Ponto Novo, Quixabeira, Ruy Barbosa e Xique-Xique. A produção do programa de rádio teve que ser suspensa em dezembro de 2022 por limitações financeiras e até o momento o jornal segue apenas com a produção de matérias no site do veículo (KIT MÍDIA, 2023).

1.3.1 AVANÇOS NA ERA DIGITAL: SITE, AUDIOVISUAL E PODCASTS

Paralelo ao desenvolvimento das redações estaduais, a redação nacional do Brasil de Fato, localizada em São Paulo, também deu importantes passos para a transformação do veículo. Um deles se deu a partir da criação do Centro Popular de Mídias (CPMídias), uma iniciativa impulsionada pelo MST que ganhou corpo em 2015. Idealizado para oferecer suporte aos movimentos populares e contribuir na formação de militantes na área da comunicação, o CPMídias passou a englobar também o Brasil de Fato para impulsionar a produção do veículo na área digital. O objetivo foi reformular o site e as redes sociais do veículo, bem como avançar na produção de conteúdos gráficos e multimídia para alimentar essas plataformas (PISMEL, 2018, p. 73). Nina Fideles, atual coordenadora do Brasil de Fato, aponta que essas transformações foram importantes para modernizar o jornal, mas sem abrir mão da linha editorial do veículo.

O Brasil de Fato sempre foi respondendo a uma demanda de projeto popular, de entendimento, com uma intersecção muito fina entre o projeto, as discussões de esquerda e a comunicação. Mas também com as tendências tecnológicas e as novas plataformas. Hoje, conseguimos chegar nesses 20 anos com uma consolidação do que é o veículo, de seu alinhamento político e da tarefa de ocupar todas as mídias para disputar essa narrativa (BRASIL DE FATO, 2023).

A produção de conteúdo em áudio também assumiu lugar de destaque no último período. Em 2014, o jornal incorporou ao seu site a agência Notícias do Planalto - uma iniciativa anterior de produção radiofônica impulsionada também pelo MST - renomeando-a para “Radioagência Brasil de Fato”. Desde antes de ser incorporada ao jornal, a radioagência seguia a mesma linha editorial do Brasil de Fato, dando destaque a conteúdos de direitos humanos, direitos trabalhistas, manifestações políticas e sociais, por exemplo (FERNANDES, 2014, p. 106). Os conteúdos produzidos podem ser baixados e reproduzidos gratuitamente em outras rádios, desde que devidamente creditados. Estima-se que atualmente, 280 rádios

comunitárias e educativas retransmitam o conteúdo da radioagência pelo país (BRASIL DE FATO, 2023).

Ao longo dos anos, o número de podcasts e programetes foi crescendo na Radioagência, e alguns, inclusive, começaram a ser produzidos a partir da parceria com outras instituições, que também perceberam a importância do formato para a disputa de ideias. É o caso, por exemplo, do Repórter SUS, que tem a parceria da Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio da Fundação Oswaldo Cruz (EPSJV/Fiocruz), e o No Rastro das Lutas, produzido na Bahia, que tem o apoio da CESE (Coordenadoria Ecumênica de Serviços). Com temas variados, que perpassam política, saúde e educação, os podcasts contribuem para que o conteúdo do Brasil de Fato tenha mais a cara do trabalhador e da cultura brasileiras, seja pela diversidade de sotaques presente nos programas, que facilita a identificação do público com as produções, ou até mesmo a preocupação com a identidade sonora deles, já que alguns usam trilhas sonoras com ritmos populares, como percussão, para as aberturas e transições dos episódios.

Um dos destaques da produção da Radioagência é o “Radinho BdF”, um programa semanal de 30 minutos voltado para crianças e famílias. Produzido desde abril de 2020, o podcast foi o vencedor do Prêmio de Comunicação Fundação José Luiz Egydio Setúbal na categoria “áudio” em 2021. A condecoração homenageia jornalistas e produtores de conteúdo que abordam questões de relevância sobre saúde da criança (REDE BRASIL ATUAL, 2021). No mesmo ano, a matéria “Crianças refugiadas discutem no Radinho BdF o direito de migrar” recebeu menção honrosa no Prêmio Vladimir Herzog, maior prêmio de jornalismo do país. Sarah Fernandes, jornalista e produtora do Radinho, destaca a importância desse reconhecimento:

Essa foi a primeira vez que um programa voltado para o público infanto-juvenil ganha destaque no prêmio. Isso passa um recado importante, mostra que a construção do futuro depende de a gente incluir todo mundo nos debates (BRASIL DE FATO, 2021).

Na página da Radioagência Brasil de Fato, atualmente existem 5 podcasts/programas (conteúdos médios e longos, a partir de 30 min) e 7 programetes (podcasts curtos, de até 5 min de duração) na ativa, ou seja, com atualização recente. Os materiais focam em assuntos específicos, que variam, de forma geral, entre análises políticas, conteúdos educativos e prestação de serviço. Atualmente, os podcasts e programetes disponibilizados na radioagência nacional e suas respectivas descrições no site são:

Nossos direitos: Programete semanal gravado, com 3 minutos aproximadamente de duração. Advogados populares respondem dúvidas e dão dicas sobre direitos no mundo do trabalho, na família e na sociedade.

Amiga da Saúde - Programete semanal gravado, com aproximadamente 2 minutos de duração. A enfermeira Sofia Barbosa e o médico da família Thiago Henrique Silva tiram dúvidas e dão dicas sobre os cuidados com a saúde e a vida saudável.

Programa Bem-viver: Programa de segunda a sexta-feira de 60 minutos, veiculado às 11h, na Rádio Brasil Atual (98,9 FM na Grande SP). A edição também é transmitida na Rádio Brasil de Fato (online). Aborda questões sobre saúde, alimentação saudável e agroecologia.

Podcast 3x4 - Um podcast com análises e comentários políticos a partir de quem participa da vida política brasileira: esse é o Três por Quatro, “um retrato do Brasil”. Carol Proner, Juliane Furno e José Dirceu conversam com Igor Felipe sobre os acontecimentos da semana. O programa é semanal com duração média de 1h.

Repórter SUS - Programete semanal gravado com média de 5 minutos de duração. Produzido em parceria com a Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio da Fundação Oswaldo Cruz (EPSJV/Fiocruz), traz notícias e análises sobre saúde pública e, em especial, sobre o Sistema Único de Saúde.

Momento Agroecológico - Programete semanal gravado com média de 4 minutos de duração. Entrevista agricultores, pesquisadores e consumidores de produtos agroecológicos, retratando iniciativas de agroecologia popular desenvolvidas em diversas regiões do país e apresentando os benefícios desta prática na vida dos trabalhadores rurais.

Mosaico Cultural - Programete semanal gravado com média de 4 minutos de duração. Traz informações e entrevistas sobre importantes manifestações culturais, principalmente brasileiras, referente à música, literatura e eventos.

Com Ciência - Coluna quinzenal gravado, com duração de aproximadamente 4 minutos. Traz análises do professor e biólogo Renan Santos sobre os mistérios da vida e da ciência.

Alimento é Saúde - Programete semanal gravado com média de 3 minutos de duração. Profissionais da nutrição explicam os benefícios, propriedades medicinais e curiosidades de diferentes alimentos – frutos, verduras, sementes, óleos. Também são abordados os aspectos culturais da alimentação, hábitos alimentares saudáveis, receitas e dicas de onde encontrar produtos agroecológicos.

Radinho BdF - O Radinho BdF é um programa semanal de 30 minutos voltado às crianças e à família. Aborda brincadeiras, contação de histórias, receitas da vovó e informação para os cuidadores dos pequenos. Vai ao ar às quartas-feiras, às 9h na Rádio Brasil Atual (98,9 FM/Grande São Paulo). A edição também é transmitida na Rádio Brasil de Fato, às 9h.

Brasil de Fato Entrevista: Podcast semanal de cerca de 30 minutos sobre temas da atualidade em formato de entrevista. Vai ao ar na Rádio Brasil

Atual (98,9 FM/Grande SP; 93,3 FM), toda sexta-feira, às 20h. A edição também é transmitida na Rádio Brasil de Fato (online).

Roda de Conversa - Em um bate papo crítico especialistas, dirigentes políticos e sindicais debatem semanalmente assuntos centrais da semana para a classe trabalhadora. O programa tem duração de 1h e é uma produção conjunta do Sind-UTE/MG, CUT Minas e Brasil de Fato (BRASIL DE FATO, 2023).

No Rastro das Lutas: Movimentos populares abrindo caminhos para a democracia e direitos no Brasil. Podcast semanal em parceria CESE (Coordenadoria Ecumênica de Serviços) e BdF Bahia.

Além desses conteúdos, existem também os programas estaduais, vinculados em rádios e/ou divulgados nos sites estaduais do Brasil de Fato, e a própria rádio Brasil de Fato, que veicula os conteúdos nacionais e estaduais produzidos pelas redações. Essa rádio tem uma programação 24h e pode ser ouvida no próprio site do veículo. Na produção radiofônica do Brasil de Fato, assim como nas matérias em texto, o foco é trazer pautas que possam ser analisadas por um viés mais crítico, dando voz a sujeitos que pouco têm espaço na mídia corporativa. Um deles, o programa “Bem Viver”, alia os debates sobre meio ambiente, saúde e bem-estar a partir de um viés político mais amplo. A edição do dia 18 de maio de 2023, por exemplo, traz matérias sobre a luta antimanicomial, denúncias de trabalho análogo à escravidão e a criação da Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) do MST, nova iniciativa da extrema-direita no Congresso Nacional que, segundo os movimento de esquerda, tem intenção de criminalizar o movimento.

A cultura também é um tema que ganha novos contornos na cobertura do Brasil de Fato. No programete “Mosaico Cultural”, a Capoeira de Angola é destaque do episódio do dia 21 de maio de 2023, dando voz ao Mestre Jogo de Dentro, figura histórica, mas pouco visibilizada, da modalidade. Além de falar da história da Capoeira de Angola, a matéria também aponta a necessidade de ensiná-la numa perspectiva decolonial e anticapitalista, expressando o viés político dessa tradição.

Já a edição do dia 13 de maio dá espaço para o ballet clássico em Cuba. Ao invés de mostrar essa dança numa perspectiva elitista e branca, como se costuma apontar na mídia comercial, a matéria destaca como o ballet cubano é parte da história e da cultura popular da ilha, além de ser oferecido gratuitamente para a população. O programete, além de mostrar o ballet numa outra perspectiva, destaca como o socialismo em Cuba, reiteradamente relacionado pelos veículos corporativos à violência, pobreza e alienação, incorpora a cultura como um elemento político central para a vida do povo. Laura Alonso, mestre de balé e professora de uma das mais tradicionais escolas cubanas de dança, afirma:

Tudo vem do povo. Toda arte deve ter raízes, e de fato tem. Se você cortar essas raízes, ela murcha. Se você a tira do povo, ela se perde. Ela deve ser mantida. Vamos aos lugares, aos locais de trabalho e ensinamos o que fazemos (MOSAICO CULTURAL, 2023).

No caso do programa de rádio Brasil de Fato Bahia, a proposta é trazer um programa mais leve, já que ele era transmitido aos domingos pela manhã, menos focado na cobertura factual e mais voltado à análise política e conteúdos culturais. O esqueleto básico da edição, que tinha 1h de duração, continha uma entrevista - que era a matéria principal da edição, que durava de 10 a 15 minutos - dois quadros, com média de 2 minutos cada, e outras duas ou três matérias, com média de 4 minutos cada. Além disso, todo programa encerrava com o “Nordeste em 20 minutos”, um quadro produzido coletivamente pelas redações do Brasil de Fato Pernambuco, Paraíba, Bahia e Ceará - estados em que o jornal possui uma estrutura de redação e não apenas de correspondentes locais - para repercutir as principais notícias da política e cultura da região Nordeste e que era veiculado nos programas desses estados.

Os quadros no programa baiano se revezam em cada edição, variando de acordo com as possibilidades para que fossem produzidos. Alguns deles são o “Cozinha Baiana”, em que um cozinheiro(a) do estado ensina uma receita típica da sua região e conta a história do prato; o “Deu a Ideia”, em que alguém recomenda uma dica cultural para os ouvintes; o “Cultura em Foco”, em que o programa traz um perfil de alguma personalidade da cultura ou conta a história de algum elemento cultural do estado; o “No Apito da Vez”, em que algum torcedor(a) comenta sobre um tema ligado aos esportes; o “Saúde e Comunidade”, em que um(a) profissional da saúde, pajé, raizeiro(a) ou erveiro(a) traz a explicação sobre alguma questão de saúde ou propriedade medicinal de plantas; e o “É Fato ou Fake”, criado no período eleitoral para analisar algumas das notícias que mais repercutiram nas redes sociais sobre os candidatos.

No anexo A, que mostra o roteiro da edição 47, de 11 de setembro de 2022, o Dia da Independência do Brasil é abordado de duas formas: a primeira, com uma matéria sobre o Grito dos Excluídos, manifestações populares organizadas por setores progressistas das igrejas e movimentos sociais, e depois com uma entrevista com a historiadora Wlamyra Albuquerque, que traz uma análise crítica e afrocentrada sobre a questão da independência do país. Dessa forma, o programa aborda uma questão factual com uma cobertura e análise que trazem um outro tipo de viés, se comparado à cobertura tradicional da mídia corporativa. Na mesma edição, o programa dá destaque à literatura indígena, dando voz a sujeitos que geralmente são excluídos da cobertura midiática, como os povos indígenas, e trazendo um novo recorte, que é a questão da sua produção literária.

Já na edição 51, de 09 de outubro de 2022 (Anexo B), os movimentos sociais são novamente acionados, dessa vez para trazer sua análise sobre o resultado do primeiro turno das eleições. A escolha da entrevistada, Thays Carvalho, uma mulher negra, baiana, dirigente do Movimento Brasil Popular - um movimento social de caráter nacional, também expressa a preocupação em dar voz a sujeitos que não têm o mesmo espaço em rádios comerciais. Nesta edição, outro destaque é o resgate dos saberes indígenas, dessa vez no quadro “Saúde e Comunidade”, com Otto Payayá, coletor de ervas medicinais do povo Payayá. Além disso, no “Cozinha Baiana”, a receita ensinada pela chef Danúbia Santos, o godó de banana verde, é contada relacionando o surgimento do prato com sua história, que é fruto da resistência dos garimpeiros à fome que enfrentaram na região da Chapada Diamantina. Dessa forma, o programa deixa explícita a relação entre história e política populares e foge de uma abordagem que muitas vezes restringe a gastronomia a algo elitizado e descontextualizado da realidade.

Outra iniciativa de destaque no Brasil de Fato na produção radiofônica foi a radionovela Rosa Luxemburgo. Lançada em 2017, ano em que se comemorou 100 anos da Revolução Russa, a radionovela foi uma parceria da Radioagência Brasil de Fato com a Fundação Rosa Luxemburgo e o MST para contar a trajetória da filósofa e economista polonesa, considerada um dos nomes mais influentes do marxismo desde o período da sua atuação política, entre fim do século XIX e início do século XX, até os dias atuais. Dividida em 10 episódios com média de 10 minutos cada, a série buscou retratar de forma lúdica a vida e o legado da militante, articulando suas ideias com desafios ainda atuais, como a luta pela igualdade de gênero e pela democracia. Segundo Douglas Estevam (2017), do coletivo de cultura do MST, a escolha pelo rádio como ferramenta para contar essa história não foi ao acaso:

Desenvolver a utilização de outras formas de linguagem de comunicação popular, aproveitando das novas tecnologias produzindo um material que pudesse aprofundar e desenvolver essa linguagem e que tivesse um maior alcance de comunicação (BRASIL DE FATO, 2017).

As vozes da radionovela são de militantes do MST e organizações parceiras, como o Levante Popular da Juventude e Movimento pela Soberania Popular na Mineração (MAM). A diversidade de sotaques foi uma das preocupações da equipe que produziu o material, o que expressa uma reflexão política e estética para além do roteiro dos episódios. O objetivo do programa é alcançar um público amplo, e por isso romper com a lógica do “sotaque único”, muito comum nas produções jornalísticas nacionais, que se concentram no eixo Rio-São Paulo, é central. Douglas Estevam (2017) completa:

Um dos nossos critérios estéticos, digamos, era que o material desse conta da diversidade desses movimentos de alcance nacional, sem um padrão de sotaque, de linguagem. Assim, nós procuramos trabalhar as formas de expressão regionais do nosso país, para contemplar a diversidade da nossa formação social (BRASIL DE FATO, 2017).

A radionovela Rosa Luxemburgo teve uma primeira edição em espanhol, produzida pelo escritório da Fundação Rosa Luxemburgo no Equador. A escolha por esse formato narrativo nos dois países não é por acaso. Na América Latina, a radionovela compõe uma das bases de uma cultura de massa, forjada desde seu nascimento para funcionar como um elemento aglutinador de uma ideia de nação. O cinema, rádio e televisão se desenvolveram como uma espécie de janela através da qual as classes populares conseguiam ver o mundo, senti-lo e expressá-lo (MARTIN-BARBERO, 1997, p. 223), como analisaremos melhor no capítulo seguinte. Dessa forma, a escolha do Brasil de Fato para contar a história de uma revolucionária europeia através de uma radionovela expressa também um esforço do veículo em aproximar a vida de Rosa Luxemburgo do cotidiano das classes populares no Brasil, usando para isso uma comunicabilidade que já tem longa trajetória nas matrizes culturais latino-americanas.

Em relação às redes sociais, a estratégia do Brasil de Fato também foi se sofisticando ao longo do tempo a partir do entendimento do público e possibilidades técnicas de cada uma das plataformas. Além disso, para um jornal que pretende dialogar com a classe trabalhadora, é estratégico apostar nessas plataformas uma vez que, para a população mais pobre, o acesso à internet é majoritariamente feito pelos *smartphones*, em que as redes sociais ocupam os principais lugares de acesso. É o que aponta uma pesquisa de 2020 promovida pelo Comitê Gestor da Internet do Brasil, que revelou que 90% das casas das classes D e E se conectam à rede exclusivamente pelo celular (AGÊNCIA BRASIL, 2021). Dessa forma, investir na produção de conteúdo para as redes sociais dialoga diretamente com uma dimensão do popular voltado ao acesso básico à informação no país.

O perfil em atividade mais antigo do veículo é sua página do Twitter, criada em agosto de 2009. No entanto, as primeiras postagens - ou *tweets*, seguindo a linguagem dessa rede social - mostram uma compreensão limitada dessa ferramenta. Os conteúdos postados, de forma geral, se limitavam à chamada de uma notícia e o seu respectivo link - ou seja, era um conteúdo redirecionado para outra rede, e não feito para ser consumido no próprio Twitter.

Ao longo dos anos, o Brasil de Fato passou a utilizar essa rede de uma forma mais atrativa para o público deste site. Ainda que o formato “manchete + link” seja o mais utilizado pelo jornal, o veículo começou a diversificar sua linguagem, investindo no uso, por exemplo,

de materiais gráficos, vídeos e organização do conteúdo em *threads*, ou “fios”, que significa a postagem de um mesmo conteúdo em diversos posts conectados, que é um mecanismo próprio da plataforma e que permite ampliar o volume de informações para além dos 140 caracteres (que é o número limite de um só *tweet*). O que se percebe é a preocupação do jornal em adequar o seu conteúdo à plataforma em que ele é disponibilizado, considerando os diferentes públicos e linguagens desse espaço. Até 20 de julho de 2023, o Brasil de Fato contava com cerca de 244 mil seguidores na plataforma, o que é significativo dentro do espectro dos perfis de jornalismo contra-hegemônico no Twitter.

Caminho semelhante ao do Twitter foi o percorrido no perfil do Facebook do jornal. Criada em maio de 2011, a página na rede social de Mark Zuckerberg também não tinha uma proposta muito elaborada, seja para a divulgação do conteúdo do jornal, seja para fortalecer a identidade da marca Brasil de Fato. Inicialmente, por exemplo, as fotos do perfil da página - onde, em geral, aparecem os logotipos dos veículos e marcas - eram as capas das edições impressas do veículo. Só a partir de 2015 o logotipo “BdF”, utilizado pelo veículo como parte da sua identidade visual, passou a ser utilizado para estampar a principal imagem do seu perfil na rede social. Assim como no Twitter, as postagens inicialmente se restringiam à divulgação da manchete da notícia com seu respectivo link, avançando posteriormente para outras linguagens e formatos gráficos e audiovisuais de produção de conteúdo. Até 20 de julho de 2023, a página do Facebook do Brasil de Fato possuía pouco mais de 636 mil curtidas e 740 mil seguidores, o que a torna a rede com mais público do veículo.

A principal mudança do uso das redes sociais do jornal se deu com o Instagram. Criado em junho de 2016, o perfil nessa rede social - que inicialmente era focada em imagens, e hoje aposta nos vídeos curtos - de certa forma impulsionou o Brasil de Fato a reformular sua estratégia para as redes sociais, já que o formato “manchete + link” já não cabia naquela plataforma. Ao mesmo tempo, o crescimento dessa rede social no Brasil sinaliza um novo momento da produção de conteúdo da internet como um todo, dando um tom mais atrativo do ponto de vista estético e de maior personalidade para os materiais - é preciso, por exemplo, pensar também um *storytelling* para os vídeos, fazer uma ilustração para o *card* ou mostrar os jornalistas de um ângulo menos formal. A busca por se adaptar aos algoritmos das redes sociais - que determinam que tipo de conteúdo chega efetivamente ao público - demanda uma adequação dos veículos midiáticos como um todo, e com o Brasil de Fato não seria diferente.

Nesse sentido, o jornal avançou na sua produção gráfica, apostando em conteúdos mais explicativos e formatos mais criativos que dialogam mais com o público do Instagram - em geral, um público que busca informação rápida e que é mais atraído por recursos visuais.

Um dos exemplos desse novo cenário é o quadro “BdF explica”, um vídeo em que um(a) jornalista aprofunda um conteúdo “quente” da semana de uma forma mais didática, utilizando também outros recursos visuais e gráficos na própria edição do material. Alguns dos temas já abordados no quadro são, por exemplo, o massacre de Eldorado dos Carajás - um dos maiores crimes contra trabalhadores rurais do mundo - a história da luta antimanicomial no Brasil e o significado do 1º de maio, dia dos trabalhadores e trabalhadoras.

Com esse formato, o Brasil de Fato alcança três objetivos importantes: a) usar uma pauta da conjuntura, como a paralisação dos trabalhadores de aplicativo, por exemplo, para fazer uma análise mais ampla do tema - seguindo a proposta de Adelmo Genro Filho (1987), para quem as notícias deveriam partir da sua singularidade para o contexto da sua particularidade; b) humanizar a relação do jornal com seu público, pois o quadro é uma oportunidade de mostrar o rosto dos jornalistas, que também aparecem de maneira esteticamente mais informal, se assemelhando à estética dos influenciadores digitais; e c) ampliar o alcance do conteúdo do Brasil de Fato, já que vídeo é o tipo de formato preferido para os algoritmos do Instagram, fazendo com que esse tipo de publicação tenha mais possibilidade de aparecer nos *feeds* dos usuários que seguem o perfil do jornal. Além disso, o audiovisual é um formato de interação mais fácil com o público e está relacionado ao vínculo com a televisão. Até 20 de julho de 2023, a conta do Brasil de Fato no Instagram possuía 503 mil seguidores. Embora não seja a que tem maior quantidade de público, é uma das que tem maior engajamento - que é medido, por exemplo, pela quantidade de curtidas e comentários nas postagens do perfil.

Em setembro de 2021, no contexto pandemia Covid-19, o Brasil de Fato também estreou seu perfil no Tik Tok, plataforma chinesa de vídeos curtos e que foi a rede social mais baixada em 2020, segundo a App Annie, empresa rastreadora de mercado (G1, 2021). De acordo com pesquisa de 2019 feita pela GWI, 41% dos usuários do Tik Tok têm entre 16 e 24 anos, o que a torna uma das mais populares entre os jovens. Embora com foco em conteúdo voltado ao entretenimento, a rede também tem se tornado uma fonte de informação para os usuários - estudo feito pela Pew Research Center nos Estados Unidos, por exemplo, indica que um terço dos usuários adultos recebe notícias através da plataforma.

Diante desse cenário, o Brasil de Fato precisou adaptar a forma do seu conteúdo para conseguir dialogar com um público mais jovem a partir de informações mais rápidas. Os vídeos do perfil na plataforma são voltados, de forma geral, para temas da política interna e externa que estão mais “quentes” no momento - cobertura das eleições de 2022, por exemplo. Parte das postagens são vídeos breves roteirizados para as redes sociais - como o “BdF

Explica”, que também são postados nas outras redes - enquanto outros vídeos são recortes de conteúdos mais longos, como as entrevistas do podcast “BdF Entrevista” ou trechos de falas importantes de personalidades da política. Além disso, durante as eleições para presidente em 2022, o perfil do Brasil de Fato realizou uma parceria com o jornalista e criador de conteúdo Hiago Soares, que produziu uma série de esquetes de humor sobre política brasileira que foram reproduzidos no perfil do jornal com a *hashtag* “Humor BdF”. Até o dia 20 de julho de 2023, a conta do jornal na plataforma ultrapassava os 148 mil seguidores.

O que se percebe é uma estratégia do jornal em usar o Tik Tok como uma plataforma para gerar conteúdos com potencial de “viralizar”, e assim conseguir alcançar um público que não acompanha o jornal, mas que se interessa por temas da conjuntura política que estão “em alta”. Os vídeos mais assistidos do perfil mostram que, de certa forma, essa estratégia funciona: um vídeo do presidente da Venezuela, Nicolás Maduro, falando sobre a democracia em seu país durante visita do chefe de Estado ao Brasil chegou a quase 200 mil visualizações. A presença do presidente venezuelano em nosso país foi pauta da maioria dos jornais da mídia corporativa, e o Brasil de Fato aproveitou o interesse do público para mostrar uma fala do líder sul-americano que faz a disputa sobre a narrativa acerca da realidade da democracia na Venezuela. Outro conteúdo de destaque foi um vídeo do Ministro da Justiça Flávio Dino rebatendo uma fala do Senador Sergio Moro, durante audiência no Senado, que chegou a quase 290 mil visualizações. As respostas do Ministro, convocado pelos parlamentares para dar explicações sobre medidas da sua gestão, viralizaram nas redes sociais pelo tom de humor nas falas de Dino e pela visível discrepância de conhecimento jurídico entre o ministro e os parlamentares ligados ao ex-presidente Jair Bolsonaro no Senado.

O audiovisual também foi uma área de crescimento do veículo nos últimos anos. Em junho de 2020, durante a pandemia da Covid-19, o Brasil de Fato, em parceria com a TVT (TV dos Trabalhadores), lançou o Central do Brasil - programa cujo nome, inclusive, faz referência ao filme de Walter Salles. Com duração de 15 minutos e veiculado de segunda a sexta, o noticiário tem como objetivo ser um canal direto dos movimentos populares com a sociedade. Segundo Igor Felipe, coordenador político-editorial, o Central do Brasil busca “tratar dos temas mais importantes da vida brasileira, da perspectiva das forças populares, apresentando um radar de tudo que está acontecendo no nosso país e apresentando uma análise dos principais temas da conjuntura brasileira” (TVT, 2023). Para estreitar o contato com o programa e expressar a pluralidade do país, o Central do Brasil disponibilizou um número do Whatsapp para que o público pudesse contribuir diretamente com materiais e

pautas para as edições. Além da transmissão num canal fechado de TV, o programa é exibido também no YouTube, rádio e disponibilizado em plataformas de áudio.

Outra produção audiovisual de destaque do veículo é o documentário “Terceiro Ato”. Lançado em 27 de janeiro de 2023, a produção, que marca os 20 anos do Brasil de Fato, retrata os acontecimentos que marcaram o início deste ano, desde a posse histórica do presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) até os atos golpistas protagonizados por apoiadores de Jair Bolsonaro (PL) em Brasília. Com direção de José Eduardo Bernardes, o filme acompanha momentos como a saga de apoiadores do presidente Lula saindo de diferentes regiões do Brasil para a posse, os bastidores de organização da cerimônia, entrevista alguns dos Ministros de Estado nomeados e figuras que participaram da simbólica entrega da faixa presidencial a Lula. Monyse Ravena, atual coordenadora de Audiovisual do Brasil de Fato, salienta que essa série de acontecimentos poderia ser contada sob diferentes óticas, mas a escolha do Brasil de Fato foi por trazer uma visão popular:

A gente mostra uma visão popular da terceira posse do presidente do Lula, mas também uma visão popular das tentativas golpistas que marcaram o mês de janeiro. É um diálogo sobre a volta da maior liderança popular do Brasil dentro de uma conjuntura que a gente continua convivendo, em que parte da ultra direita neofascista tenta deslegitimar a escolha popular. Então o documentário também mostra essa tensão (BRASIL DE FATO, 2023).

O filme foi lançado na abertura da mesa “Democracia Participativa e Controle Social”, que compôs a programação do Fórum Social Mundial 2023, sediado em Porto Alegre (RS). Simbolicamente, o jornal retorna 20 anos depois ao espaço em que surgiu para apresentar um pequeno resultado daquilo que é a razão de toda essa história existir: a defesa incansável da democracia - uma democracia em que o *demo*, o povo, tem uma concepção diferente daquela que está presente nos veículos corporativos. Avaliando as duas décadas de existência do veículo, José Arbex Jr, primeiro editor-chefe do jornal, finaliza: "O Brasil de Fato é uma conquista dos trabalhadores brasileiros. É assim que ele tem que ser encarado, é assim que ele tem que ser defendido, e é assim que ele tem que continuar. Um patrimônio dos trabalhadores brasileiros" (BRASIL DE FATO, 2023).

2. MAPEAMENTO DO POPULAR: CONJUNTURA BRASILEIRA E A CONDIÇÃO MOVENTE DA CATEGORIA POVO

O *slogan* do jornal Brasil de Fato, “uma visão popular do Brasil e do mundo”, demarca os contornos da sua linha editorial e o ponto de partida da produção de conteúdo do jornal - é uma perspectiva popular de análise e cobertura dos fatos. No entanto, a categoria “popular” não possui um sentido absoluto, definido, e o termo a partir do qual ela deriva, “povo”, também foge de uma compreensão estrita. Tomamos como referência a análise de Ernesto Laclau e Jacques Rancière, que convergem no entendimento de que “povo” é uma categoria de sentido movente. Isto é, “povo” tem sentido de contingência, variando a depender das condições sociopolíticas de um determinado momento histórico. Rancière aponta, inclusive, que o que normalmente é chamado de “povo” sequer existe (RANCIÈRE, 2016b, p. 102, apud PRADO; MARQUES, 2021, p. 33), e o que existe, na verdade, são figuras que precisam ser colocadas em relação, dando origem ao que o filósofo nomeia como “*faire peuple*”, fazer povo (RANCIÈRE, 1995, apud PRADO; MARQUES, 2021, p. 33). Ou seja, a ideia de povo é consequência de uma ação política.

Nesse sentido, este capítulo constrói um mapeamento do popular e analisa os deslocamentos da categoria povo para compreender as bases a partir das quais o Brasil de Fato defende “uma visão popular”. Para isso, partimos da análise de Raymond Williams (1979) sobre hegemonia e como o Brasil de Fato pode ser entendido dentro do conceito de “formação” proposto pelo autor. Em seguida, apresentamos as disputas em torno da noção do popular e como Stuart Hall (2003) analisa o termo, entendendo que ele só é percebido a partir de uma relação dialética entre cultura e hegemonia. Na América Latina, essa tensão emerge nos modos a partir dos quais o popular foi usado pelo hegemônico - seja a partir do Estado, através das estratégias populistas de governo, como na Era Vargas, seja pelos meios de comunicação, que a partir dos anos 50 e 60 tiveram o papel de construir uma ideia de identidade e nação para as massas.

Por fim, apontamos como o debate sobre o popular na comunicação reacende no Brasil por volta das décadas de 70 e 80, sobretudo pelas lutas em torno da redemocratização do país. A partir da efervescência das lutas de massa, os movimentos sociais e sindicais nascidos no período também tensionam o sentido de popular na comunicação para vinculá-lo a uma produção feita por e para o povo. O Brasil de Fato, que parte desse leito histórico, dá conteúdo ao sentido de povo - e por consequência, ao popular defendido por ele e que aparece no seu *slogan* - ao relacionar sua produção jornalística a um recorte de classe social e a um

papel protagonista desse sujeito na transformação da realidade.

O Brasil de Fato é um meio de comunicação vinculado a um setor da esquerda, composto por movimentos populares e organizações progressistas que defendem um projeto de profunda transformação da realidade, baseado na formação política dos trabalhadores e trabalhadoras, ampla organização social e luta popular de massas. A disputa por meio da atuação de meios de comunicação é entendida, conforme apresentação no capítulo anterior, como um passo estratégico para tornar possível o horizonte de democracia e justiça social que esse projeto político defende. Nesse sentido, o Brasil de Fato é construído para ser um dos instrumentos que materializam essa disputa no campo comunicacional.

O que o projeto político que sustenta o Brasil de Fato almeja - e o que subsidia as contínuas transformações pelas quais o veículo passa - é a compreensão de que ele precisa ser um instrumento de disputa da hegemonia dentro da sociedade. Embora o conceito de hegemonia esteja longe de ser um consenso na literatura, partimos da análise de Raymond Williams (1979) para subsidiar nossas reflexões. Para o galês, o conceito de hegemonia vai além do domínio político entre os Estados ou de uma classe sobre a outra, e inclui e ultrapassa conceitos anteriores, como o de ideologia. Hegemonia seria, assim, um conjunto de práticas e expectativas que se aplicam sobre a vida em sua totalidade. “É um sistema vivido de significados e valores – constitutivo e constituidor – que, ao serem experimentados como práticas, parecem confirmar-se reciprocamente” (p. 113).

Williams, um dos pensadores que deu início aos Estudos Culturais, teve como ponto de partida para a análise da hegemonia o trabalho de Antonio Gramsci. Segundo Itania Maria Mota Gomes (2011), o pensamento do marxista italiano trouxe diversas contribuições para os Estudos Culturais, como a reflexão sobre a relação entre ideologia e prática, a ênfase no popular e o papel do intelectual orgânico. No caso da hegemonia, Gramsci teve um importante papel para Williams avançar na sua teoria sobre cultura, principalmente no questionamento da relação determinista entre infraestrutura e superestrutura, defendida por parte das correntes do marxismo (p.36). Além disso, o pensamento gramsciano afirma o alcance amplo da hegemonia na sociedade.

É fundamental, para Williams, o fato de que a ideologia, em Gramsci, assume o sentido de uma concepção do mundo que se evidencia em todas as manifestações da vida individual ou coletiva, de que qualquer ideologia ou concepção de mundo requer sua necessária elaboração nas formas de consciência práticas e populares (GOMES, 2011, p. 37).

Para Gramsci e Williams, a hegemonia é um processo. Isso significa que ela não pode ser limitada a um sistema ou a uma estrutura, mas é, em realidade, uma profunda e complexa

articulação de atividades, experiências, relações, e lida, ao mesmo tempo, com diferentes movimentos de resistência e enfrentamento. Por isso, a hegemonia precisa ser renovada continuamente, ajustada diante das mudanças e pressões que ela mesma sofre. A hegemonia é um processo vivo, ativo e múltiplo (WILLIAMS, 1979, p. 115).

É importante destacar que, se os modos de ser e operar da hegemonia estão em constante processo de transformação, é porque existe também um processo externo de contraposição a ela que também está em movimento. O hegemônico nunca será total ou exclusivo, por isso, o autor destaca que é mais coerente falar em “hegemônico”, ao invés de “hegemonia” e em “dominante” ao invés de “dominação” (p.116). Sempre haverá um processo de resistência, de oposição significativa ao hegemônico e que ameaça o seu domínio. Diante disso, o movimento do hegemônico é o de buscar controlar, incorporar ou transformar os elementos centrais desse polo alternativo para que seu poder permaneça inalterado.

O capitalismo, como aponta Williams (1979), opera reiteradamente dessa forma tentando transformar iniciativas críticas, coletivas e de resistência a ele em processos que atuam dentro da sua lógica de individualidade, mercado e valor. A ideia de “capitalismo verde”, por exemplo, para condensar as lutas em defesa do meio ambiente ou “empreendedorismo negro” para cooptar as lutas antirracistas são demonstrações de como o capital atua para “tirar as garras” das lutas coletivas e que questionam as estruturas desse modelo econômico e transformá-las em iniciativas superficiais.

Essas pautas “reformuladas”, embora tragam importantes questões de debate, perdem o elo crítico e sua radicalidade, no sentido de transformação pela raiz das questões, ao dissociar suas lutas de um processo mais amplo e profundo de mudança social. “Economizar a água do banho” não vai salvar o planeta, bem como ter “pretos no topo” não vai acabar com o racismo, por exemplo. Ao mesmo tempo, a existência desse tipo de movimentação do hegemônico para incorporar esses debates expressa também um tensionamento dessas pautas no polo oposto, pois, de outro modo, o capitalismo não permitiria essas aberturas.

Além disso, um modelo ou cultura hegemônica não pode também ser entendida como “invencível”. O processo cultural não é apenas um movimento de incorporação e adaptação do dominante sobre as iniciativas contra-hegemônicas (WILLIAMS, 1979, p. 117). Existem também movimentos verdadeiramente revolucionários, que rompem com a ordem existente e modificam as estruturas sociais. Voltando ao exemplo do capitalismo, experiências revolucionárias na Rússia (1917) e em Cuba (1959) são exemplos de que, a partir de um processo de acúmulo de forças e de constante tensionamento com o hegemônico, é possível a eclosão de um processo que altere a ordem social e econômica vigente. Vislumbrar esse

horizonte de ruptura, seja em processos mais amplos, como no caso de um modelo econômico e social, seja em proporções menores, como dentro de um aspecto cultural específico é, inclusive, uma das razões pelas quais parte dos processos contra-hegemônicos resiste e não se deixa cooptar.

Para compreender os modos a partir dos quais o hegemônico opera e como o contra-hegemônico também o tensiona na cultura, Williams (1979) apresenta três aspectos importantes: as tradições, as formações e as instituições. A tradição é uma das formas de incorporação mais poderosas que o hegemônico utiliza para fazer valer o seu discurso (p.118). O que o pensador nos alerta é sobre a necessidade de ver não apenas “uma tradição”, mas uma tradição seletiva, uma versão que seleciona determinados aspectos de um passado e de um presente de modo a ratificar uma narrativa sobre ou na sociedade.

A tradição seletiva pode operar na desativação de conflitos, na invisibilização de sujeitos e atores sociais e mesmo contribuir para um revisionismo histórico que distorce os fatos de modo a fazê-los caber no discurso que se deseja. O hegemônico atua na tradição de forma ativa, atendendo aos interesses de uma classe dominante, escolhendo, dentro de um recorte de passado e presente, quais elementos são significativos para serem mantidos e quais devem ser negligenciados. Essa seleção se apresenta a partir da narrativa da história única, como a versão singular ou a mais importante de uma determinada realidade. É “um processo deliberadamente seletivo que oferece uma ratificação histórica e cultural de uma ordem contemporânea” (WILLIAMS, 1979, p.119).

As instituições cumprem um papel fundamental no enraizamento do hegemônico na reprodução da ordem social, segundo o autor. Os processos de socialização passam, necessariamente, por mecanismos anteriores de seleção de valores, práticas e significados que devem ser contados, aprendidos e, posteriormente, reproduzidos pelos sujeitos. A escola e a igreja, por exemplo, são instituições que têm na sua base o papel de educar e transmitir uma tradição seletiva. Como salienta Williams (1979),

A educação transmite o conhecimento e as habilidades necessárias, mas sempre através de uma seleção entre todas as possibilidades, e com atitudes intrínsecas, tanto para com o aprendizado como para as relações sociais, que são na prática virtualmente inseparáveis (p. 121).

No caso dos meios de comunicação hegemônicos, a tradição seletiva se expressa, dentre outras formas, no modo como os jornais constroem uma determinada agenda e, a partir dela, produzem um discurso marcado pela invisibilização das disputas sociais, do esvaziamento dos debates políticos e da descontextualização dos fatos, que contribuem para que as notícias interditem um debate mais amplo. Exemplo disso são as notícias, comuns

durante o governo do ex-presidente Jair Bolsonaro (PL), que naturalizaram a alta do preço dos alimentos básicos de consumo dos brasileiros. Ao invés de vincular esse fato ao contexto de empobrecimento da população e do retorno do país ao mapa da fome, muitos veículos naturalizaram a questão e produziram notícias baseadas nas alternativas alimentares possíveis a essa nova realidade.

O trabalho dos meios contra-hegemônicos, por outro lado, é exercer um papel histórico de recuperação das áreas rejeitadas ou a reformulação de interpretações seletivas e redutivas (WILLIAMS, 1979, p. 119). No exemplo exposto, coube aos veículos alternativos conectar a atual situação de pauperização dos trabalhadores à situação vivida nos anos 90, auge do neoliberalismo do Brasil, e questionar os motivos pelos quais retornamos a esse cenário. Neste sentido, caberia a veículos como o Brasil de Fato conectar o presente e o passado de modo a permitir uma compreensão processual da história e evitar um olhar alienante da nossa realidade.

Além das instituições, é necessário também entender o papel das formações. Estas podem ser consideradas articulações mais identificáveis como movimentos específicos, como os científicos, literários ou filosóficos, e que podem ser percebidos com mais clareza a partir das suas produções (WILLIAMS, 1979, p. 122). As formações possuem formas de se relacionar com estruturas sociais reais de modos muito diferentes das instituições, inclusive se contrapondo a elas. No entanto, embora se possa associar mais facilmente as formações a uma articulação em oposição às estruturas hegemônicas, existem também formações dominantes, que operam dentro da lógica do hegemônico (p. 122). Em *Cultura* (1992), Williams exemplifica que movimentos, escolas e círculos podem ser considerados formações artísticas específicas (p. 62), por exemplo, e que podem tanto reforçar as ideias hegemônicas quanto se contrapor a elas.

As formações modernas podem se basear numa participação formal de associados, se organizar em torno de uma manifestação pública coletiva ou mesmo num modo de associação consciente ou de identificação grupal (WILLIAMS, 1992, p. 68). Para compreender seus modos de ser e agir, no entanto, é necessário historicizá-las. “Nenhum relato completo sobre determinada formação ou tipo de formação pode ser feito sem estender a descrição e análise para a história geral, onde a ordem social como um todo e todas as suas classes e formações podem ser adequadamente tomadas em consideração” (p. 85).

Apesar de o Brasil de Fato, enquanto grupo midiático, se encaixar na definição geral de instituição proposta por Williams (1979) por ser uma organização da mídia, é mais apropriado incluí-lo dentro dos termos do que o autor entende por formação. Isso porque ele é

um veículo que reúne um conjunto de grupos e representações políticas de formatos diversos, como movimentos do campo, organizações urbanas, sindicais, pastorais, além de artistas e intelectuais, que se reúnem em torno das linhas gerais de um projeto comum de sociedade. Um dos pilares desse projeto, e que culminam na construção do Brasil de Fato, é a defesa de uma comunicação popular, que, em termos gerais, pode ser entendida como uma comunicação feita por e pensada para a classe trabalhadora. Enquanto termo em disputa, a ideia de popular não é fixa nem homogênea. Por isso, observar o projeto editorial do veículo pode ser considerado um modo de compreender uma construção específica do que é o popular para o Brasil de Fato.

2.1 DISPUTAS EM TORNO DA NOÇÃO DE POPULAR

No campo da comunicação e da cultura, o termo “popular” é usado em sentidos muito diversos. O sociólogo jamaicano Stuart Hall (2003) aponta e problematiza dois dos seus usos mais comuns, destacando um mais comercial (p.253), associado à ideia de algo que é consumido de forma ampla, intensa e massiva pela sociedade. A música *pop*, os filmes *blockbusters*, os livros *best-sellers* - esses são alguns dos termos associados à ideia de produto “popular”, consumido por um grande público. No entanto, nessa acepção, esse padrão de consumo só seria possível devido a um processo de manipulação e aviltamento da cultura do povo. O que Hall nos chama atenção é que essa crítica parte de uma ideia errônea de que a cultura popular pode ser totalmente desvincilhada das relações de poder e destaca que não existe uma cultura autêntica, totalmente íntegra e alheia às disputas que existem na sociedade (p.254). Pelo contrário, a cultura popular existe, resiste e se reinventa em meio aos processos de dominação cultural. Acreditar no contrário é enxergar a sociedade de forma anacrônica e isolada.

É o caso, por exemplo, de apontar que indígenas são “menos indígenas” por usarem as mesmas roupas das pessoas ditas “civilizadas”. Essa crítica leva a diversos tipos de distorção, desde a compreensão de que a cultura indígena foi sendo perdida ao longo do tempo até a ideia de que eles merecem menos proteção e direitos por já terem assimilado bastante da cultura do “homem branco”. A luta cultural, assim, é um processo dialético, de tensão permanente e sem conquistas definitivas.

O perigo surge porque tendemos a pensar as formas culturais como algo inteiro e coerente ou inteiramente corrompidas ou inteiramente autênticas, enquanto que elas são profundamente contraditórias, jogam com as

contradições em especial quando funcionam no domínio do “popular” (HALL, 2003, p. 255)

A segunda definição do popular para o sociólogo seria uma ideia mais descritiva. A cultura popular seria tudo aquilo que é feito pelo povo (p.256). Essa definição, mais antropológica, estaria associada aos modos característicos de vida de cada sociedade. Este conceito parte da oposição de dois campos: o de uma cultura dominante, que reproduz os valores de uma classe social mais abastada, e o de uma cultura periférica, marginalizada. Nesse sentido, o “popular” é composto pelos modos de ser e fazer originados na periferia.

Entretanto, o que Hall critica é que o caráter descritivo desta definição acaba por congelar as definições do popular. Afinal, de tempos em tempos aquilo que se entende por “popular” e “não-popular” se transforma, ganha outros sentidos e é composto por outros elementos (p. 256). O que importa, na verdade, é analisar “as relações de poder que constantemente pontuam e dividem o domínio da cultura em suas categorias preferenciais e residuais” (HALL, 2003, p. 257). Em nossa sociedade, são várias as instituições que definem o que é cultura ou, ainda, qual cultura tem mais valor. A escola, os meios de comunicação e a própria família são espaços que definem não apenas os elementos culturais que merecem destaque, como também a história que é contada e aquela que é esquecida.

Já a definição que Hall desenvolve como sendo a mais apropriada para expressar o sentido de popular é aquela que parte do conceito descritivo, ou seja, considera como popular os elementos cujas raízes estão ligadas a uma cultura e classe específicas, mas vai além. Seu sentido só é percebido a partir de uma relação dialética, de tensão contínua com a cultura dominante. É, portanto, um conceito que se evidencia a partir da relação entre cultura e hegemonia.

O que importa *não* são os objetos culturais intrínseca ou historicamente determinados, mas o estado do jogo das relações culturais: cruamente falando e de uma forma bem simplificada, o que conta é a luta de classes na cultura ou em torno dela (HALL, 2003, p. 258, grifo do autor)

Essa disputa assume diferentes formatos - como de incorporação, distorção, resistência, negociação e recuperação - e por isso, o popular também assume uma conotação ambígua, em constante movimento (HALL, 2003, p. 259). A ambiguidade está no fato de que a cultura popular é a expressão de uma classe marginalizada e que expressa formas de vida que se opõem a uma classe dominante, mas que “a cultura midiática ao mesmo tempo em que se impõe ao povo, através das corporações midiáticas, também deriva de suas experiências, gostos e costumes” (GOMES, 2008, p.13). Por isso, os estudos culturais apontam que os tensionamentos com o bloco de poder não são alheios à noção de popular, são parte

estruturante dele. “A cultura popular é também efêmera, multifacetada, de modo a corresponder à fluidez ou flexibilidade das próprias formações sociais populares” (p.06). Martín-Barbero (1997) destaca que a potência do popular está, justamente, nesses tensionamentos:

O valor do popular não reside em sua autenticidade ou em sua beleza, mas sim em sua representatividade sociocultural, em sua capacidade de materializar e de expressar o modo de viver e pensar das classes subalternas, as formas como sobrevivem e as estratégias através das quais filtram, reorganizam o que vem da cultura hegemônica, e o integram e fundem com o que vem de sua memória histórica (p.105).

A capoeira e as baianas de acarajé são exemplos de como o hegemônico atua na incorporação do popular e na desativação das tensões sociais. Esses dois aspectos da nossa cultura são vistos como representações-chave da identidade do povo baiano e utilizados - inclusive literalmente - como cartões-postais para atrair turistas e sintetizar a cultura do estado. No entanto, o processo de construção dessa imagem foi dissociado do caráter histórico de resistência e luta popular dessas manifestações e provocam o apagamento de uma leitura que considera o debate antirracista como estrutural para se entender a formação do povo brasileiro e da nossa sociedade. O enquadramento da tradição seletiva para essas manifestações do popular atua no sentido de apagar as contradições que envolvem a própria existência desses sujeitos na sociedade.

No entanto, é necessário considerar também as estratégias de resistência desses sujeitos, em sua grande maioria negros que, mesmo ao longo de séculos de violência, exploração e apagamento, ainda conseguem manter viva sua cultura em suas diversas manifestações. O fato de a capoeira e as baianas do acarajé ainda serem exemplos vivos, pulsantes da identidade do povo baiano é também fruto de táticas bem-sucedidas de sobrevivência diante de uma sociedade profundamente racista.

Em 2022, a prefeitura de Salvador, governada por Bruno Reis (DEM), lançou a campanha “Salvador Capital Afro”, uma iniciativa que busca impulsionar o turismo étnico na cidade e posicioná-la como referência nacional e internacional nessa área. Uma das iniciativas, inclusive, é a ação Baiana Legal, que busca dar incentivo e visibilidade ao trabalho das baianas de acarajé. Nas palavras do prefeito, a campanha está pautada na valorização do povo baiano. “No mundo vemos cidades com rica gastronomia, outras com belezas naturais, mas não há lá fora um lugar que possua um povo como o nosso. E é por isso que estamos iniciando este movimento” (BAHIA NOTÍCIAS, 2022).

Essa campanha expressa a ambiguidade dos sentidos do popular. Ao mesmo tempo em que expressa o reconhecimento da identidade e manifestações da cultura afrobrasileira, bem

como do interesse do público em conhecer esses aspectos, é necessário observar o tipo de enquadramento dessa publicidade em relação à cultura popular. Um dos elementos é o olhar colonialista sobre os negros. Lélia González (2020), ao analisar sobre como o racismo europeu se constituiu a partir da ideia de uma superioridade eurocristã, aponta que esse processo se desenvolveu num terreno de tradição etnocêntrica pré-colonialista “que considerava absurdas, supersticiosas ou exóticas as manifestações culturais dos povos 'selvagens'" (p. 117). O que a campanha da prefeitura de Salvador faz ao ressaltar a negritude da população negra e o caráter das suas expressões culturais como atrativo turístico pode também ser considerado uma forma de tornar “absurda, supersticiosa ou exótica” a existência dos corpos negros na cidade. Do contrário, por que essa característica precisaria ser destacada nesses termos?

Um outro elemento que se observa aqui é uma visão de cultura ligada ao turismo, à movimentação de recursos, ao entendimento da cultura como um aspecto lucrativo, mercadológico. Os esforços para apresentar a cultura popular da cidade como rica, bonita e atrativa - e lucrar com esse tipo de enquadramento - é diferente do esforço da prefeitura em lidar com os problemas sociais que interferem diretamente na qualidade de vida da população que produz essa mesma cultura, por exemplo. Ou seja, a tradição opera aqui para apagar os tensionamentos da sociedade e dar destaque a uma visão de cultura desumanizada, estática, dissociada da realidade cotidiana.

A análise do popular é um processo dinâmico que demanda a compreensão das relações de poder existentes e o jogo complexo entre elas. Na constituição das sociedades latino-americanas, o popular é também um elemento de disputa de imaginário capaz de conferir ao povo uma determinada noção de identidade sobre si. Povo esse que, ainda que muitas vezes usado como massa de manobra por governos autoritários, também foi capaz de se forjar enquanto sujeito político e ativo nas transformações da sociedade.

2.2 POVO, POPULISMO E POPULAR NA AMÉRICA LATINA

A formação social e econômica do Brasil é marcada por um processo violento e desigual, que se expressa através de mecanismos de divisão social e internacional do trabalho que são estruturantes do subdesenvolvimento do país. Desde o passado colonial até às formas mais contemporâneas de funcionamento do capitalismo, a nossa nação foi e continua sendo construída a partir de uma profunda divisão social entre classes e uma violência sistemática

contra a população indígena, negra, de mulheres, LGBTQIA+ e quaisquer outras minorias sociais.

O sociólogo Florestan Fernandes (2018) aponta que a maior parte dos países de origem colonial sofreu com um desenvolvimento capitalista deformado e perverso. Diferente de algumas das nações europeias ou dos Estados Unidos, esses países em geral participaram do processo de evolução do capitalismo na condição de colônias, semicolônias ou mesmo nações dependentes, “o que gerou várias formas de desenvolvimento capitalista controlados de fora e voltados para fora” (p 78).

Uma das consequências desse processo é que essas nações não realizaram reformas consideradas típicas da revolução burguesa, como as revoluções agrícola, urbana, industrial, nacional e revolução democrática. Seja por terem uma “burguesia compradora” ou por serem burguesias fracas demais para arcar com o peso político e econômico de fazerem sua própria revolução, a revolução burguesa se tornou um problema para esses países (FERNANDES, 2018, p.79). Não à toa, a realização da reforma agrária, que é a pauta central do MST, ganhou um caráter revolucionário da esquerda no Brasil, ainda que em outras nações ela tenha sido apenas um passo do desenvolvimento do próprio capitalismo.

As nações da América Latina, de modo geral, enfrentaram desafios em comum no que tange ao processo de modernização. Em nosso continente, ele se deu mais a partir de uma adaptação do modelo econômico e cultural dos países hegemônicos do que por meio de um processo de busca de identidade própria e de fortalecimento dos processos emancipatórios no território. Martín-Barbero (1997) afirma que “na América Latina em geral, a ideia de modernização que orientou as mudanças foi mais um movimento de adaptação econômica e cultural do que de aprofundamento da independência” (p. 217). Segundo o autor, nosso continente passou por um processo de modernização aliado a uma descontinuidade simultânea que se dá em três planos:

No descompasso entre Estado e Nação; no modo desviado com que as classes populares se incorporam no sistema político e ao processo de formação dos Estados Nacionais; e no papel político e não só ideológico que os meios de comunicação desempenham na nacionalização das massas populares (p. 213)

A instituição responsável por centralizar e protagonizar esse processo de modernização foi o Estado. O centralismo promovido por ele assumiu um papel unificador e homogeneizador das nações. Assim, a heterogeneidade que compõe os países da América Latina sofreu um processo de funcionalização e onde a diferença cultural era grande e

incontornável, a originalidade foi projetada/encenada para o conjunto da Nação. Onde ela não era tão ampla, passou a ser folclorizada, vista como curiosidade para estrangeiros.

A partir dos anos 30, essa ideia de modernização se alia ao processo de nacionalização promovido pelo Estado. Segundo Jesús Martín-Barbero (1997), o Estado passou a “encarnar a Nação” e fez do acesso político e econômico das massas um processo que beneficiava a industrialização (p. 219). Entre 1930 e 1960, o populismo foi a estratégia de quase todas as sociedades latino-americanas. Surge no Brasil com o governo de Getúlio Vargas, que dissolve o “Estado oligárquico” em nome do “Estado Novo”, uma experiência ditatorial exercida a partir da manipulação direta do povo - elemento que será melhor analisado mais adiante - e de centralização da economia que só terá fim em 1945, quando setores democráticos passam a introduzir elementos intermediários entre massas e Estado (p.225). No México, por sua vez, a experiência populista teve origem em 1934, no governo de Lázaro Cárdenas, que, a partir de um desenvolvimento econômico pela “terceira via”, buscava conciliar interesses do empresariado e do povo. Seu populismo se mostrava, de um lado, ao defender direitos trabalhistas, e, por outro, delegando ao setor privado a responsabilidade de assumir as atividades mais lucrativas da economia. Era o famoso jogo do “ganha-ganha”.

Já na Argentina, a experiência populista tem em Perón um dos representantes mais simbólicos da América Latina. Eleito em 1946, o presidente propõe, assim como as experiências populistas anteriores do continente, que o Estado fosse responsável pelo desenvolvimento econômico e pelo equilíbrio entre os conflitos de classe. No entanto, Perón e sua esposa, Evita, conseguem como em nenhum outro país até então constituir suas próprias personas de uma alta carga simbólica. Um simbolismo que se expressava desde os seus gestos até sua capacidade de ressignificar temas sociais importantes dentro de uma linguagem política institucional (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 226).

Depois de anos tendo sido resumido como uma experiência política relacionada a uma prática autoritária, manipuladora e até mesmo fascista, o populismo, segundo o pensamento de Martín-Barbero (1997), a partir dos anos 80, passou a ser entendido por um outro viés. Essa nova perspectiva histórica entende que o fenômeno do populismo na América Latina também cumpriu o papel de constituir, de certo modo, as classes populares como atores sociais, “não conforme o rumo clássico, e sim através da crise política que acompanha os processos de industrialização dos anos 30” (p. 227). Dessa forma, o populismo também contribuiu para a construção de cidadania de um amplo setor da sociedade que, até então, estava à margem das disputas políticas. O que o autor chama atenção é que esse processo implica que, embora o populismo possa estar politicamente superado enquanto projeto de

Estado, pode ainda não estar enquanto “fase de constituição política dos setores populares” (p.227).

A participação popular na América Latina se deu, segundo Martín-Barbero (1997), a partir de uma dupla interpelação: uma interpelação de classe percebida por uma minoria e uma interpelação popular-nacional que chega até as maiorias. O apelo “ao popular” esteve relacionado a uma série de reivindicações enquanto categoria, como direitos trabalhistas e justiça social, que se vinculam à ideia inicial de interpelação de classe. Esse apelo se projetou sobre a segunda interpelação de modo a relacionar essas reivindicações com a ideia de que o trabalhador seria um cidadão de uma sociedade nacional (p.228).

No Brasil, a questão de classe pode também ser um marcador utilizado ao se pensar na categoria povo. Para Nelson Werneck Sodré (2019), pensar no desenvolvimento da sociedade, dentro do modo de produ o capitalista, é falar também em divisão de classes sociais e, por consequência, na divisão social do trabalho (p.32). A ideia de povo, pois, se condensa enquanto uma categoria política, representando determinado grupo ou classe - ao contrário, por exemplo, de “popula o”, que abrange o todo social. Em diferentes momentos históricos e em diferentes países, o conceito de povo identifica um determinado agrupamento de forças sociais. Mas, de acordo com o historiador, em todos eles há um traço permanente que define “quem” para compreender o papel dessa força social na política: “Em todas as situa es, povo é o conjunto das classes, camadas e grupos sociais empenhados na soluço objetiva das tarefas do desenvolvimento progressista e revolucionário na área em que vive” (SODRÉ, 2019, p. 34).

No entanto, Sodré (2019) destaca que por ser um conceito dinâmico e por aglutinar diferentes camadas, é uma ilusão acreditar que o povo seria uma categoria uniforme.   necessário compreender as diferenças e contradi es internas desses grupos, mas articul -las devidamente para entender seu propósito em determinado momento histórico (p.43). Adotar um critério justo sobre o conceito de povo nos ajuda a entender seu papel na história e evita que esse seja um termo usado de forma retórica, sem conteúdo - como frequentemente as classes exploradoras utilizam (p. 35).

Ao longo da história brasileira, a constitui o do povo englobou diferentes grupos, inclusive setores abastados da sociedade - que frequentemente mudaram de posi o assim que conquistaram o lugar de poder que queriam. É o caso, por exemplo, do processo de Independência do Brasil, que em sua fase final irá atrair também as classes dominantes. Partindo do conceito de Sodré, a tarefa progressista daquele momento histórico seria a conquista da independência brasileira e o povo - mesmo com diferentes níveis de esforços e

interesses - pôde ser caracterizado por um amplo conjunto da sociedade, desde setores da classe dominante até pessoas escravizadas. No entanto, uma vez conquistada a Independência, a manutenção da estrutura colonial da sociedade afasta imediatamente a classe dominante senhorial do que era até então o povo brasileiro, uma vez que esse grupo irá agir deliberadamente para se isolar no poder em detrimento dos demais atores sociais (SODRÉ, 2019, p. 49).

Na transição pra República, os latifundiários desde o princípio já não faziam parte da frente que buscava derrubar o Império. Segundo Sodré (2019), as classes interessadas na implantação do novo regime - e que constituíram, então, o que se entende por povo naquele determinado momento - era “encabeçada pela burguesia nascente, a que se somavam a pequena burguesia, o proletariado, o semiproletariado e os servos” (p. 52). Consumada a derrota do velho regime, a burguesia nascente - representada particularmente pelo grupo militar - se volta contra as minorias que até então lutavam junto com ela e se alia ao latifúndio para se moldar ao novo regime.

Como por ocasião da Independência, assiste-se a um processo claramente repartido em duas fases: a primeira, em que o povo, representado pelas classes interessadas na realização das tarefas progressistas, opera unido e consome os atos concretos relativos à transformação historicamente necessária; a segunda, em que a classe dirigente, a que detém a hegemonia na composição que constitui o povo, torna-se a nova classe dominante, e comanda as alterações à medida dos seus interesses, preferindo a retomada da aliança com as forças do atraso à manutenção da aliança com as forças do avanço. A unidade tácita e eventual da primeira fase se desfaz; as contradições e os antagonismos de classe reaparecem (SODRÉ, 2019, p. 53).

Na primeira metade do século XX, o desenvolvimento capitalista transforma novamente a correlação de forças na sociedade. A crise de 1929 trouxe inúmeros impactos na estrutura social e na economia do país, assim como as duas grandes guerras mundiais; o desenvolvimento capitalista leva ao crescimento e organização da burguesia brasileira; o proletariado e o semiproletariado também se organizam e definem suas reivindicações políticas (SODRÉ, 2019, p. 57). A abolição da escravatura, em 1888, também trouxe impactos não apenas pelas mudanças econômicas que motivaram a extinção do regime escravocrata, mas também pelo papel protagonista de negros e negras no movimento abolicionista, o que irá adicionar novas camadas na já complexa classe trabalhadora brasileira.

Nesse cenário efervescente de mudanças externas e internas, a modernização da sociedade brasileira é acompanhada por um outro grande desafio: a constituição de uma identidade nacional, capaz, dentre outros motivos, de conformar um ideário do que é o Brasil e do que é ser cidadão neste país. Para essa missão, o regime populista de Vargas apresenta ao

país um novo componente da sociedade: os meios de comunicação de massa, responsável por disputar os sentidos do popular para definir o nosso entendimento de nação.

2.2.1 O PAPEL DA COMUNICAÇÃO NA FORMAÇÃO DA IDENTIDADE NACIONAL

A cultura de massa e os meios de comunicação participaram diretamente da construção da identidade das nações latino-americanas. Passaram a cumprir o papel de porta-vozes do sentimento nacional de pertencimento e capilarizaram os valores culturais hegemônicos. “O rádio e o cinema contribuíram na primeira metade deste século para organizar os relatos de identidade e o sentido de cidadania nas sociedades nacionais” (CANCLINI, 2010, p. 129). Os meios de comunicação incentivaram a migração e a adesão ao estilo de vida urbano enquanto um padrão de vida mais elevado, acompanhado por uma política populista do Estado, em busca da formação de uma Nação: “conversão das massas em povo, e do povo em Nação” (LOPES, 2005, p.23-25, apud JACOBINI, 2010, p. 113).

O que se destaca aqui é que a constituição de uma nação e de uma identidade nacional é processual, está sempre em movimento e em disputa. Otávio Ianni (1988, p.31) ressalta essa questão ao afirmar que a Nação não surge pronta, mas se forma e se conforma ao longo da história. A Nação nasce e renasce, segundo os movimentos do seu povo, forças sociais, formas de trabalho e vida, controvérsias e lutas, façanhas e utopias. É a correlação de forças um dos fatores essenciais para determinar a narrativa vencedora, a identidade hegemônica de uma nação. “O que cabe ressaltar é que a forma da Nação muda ou consolida-se, nesta ou naquela ocasião, conforme o jogo das forças sociais internas e externas” (IANNI, 1988, p. 14).

Para o sociólogo Renato Ortiz (1994), a ideia de nação brasileira está diretamente ligada às disputas sobre o popular. O autor aponta que as elaborações sobre o nacional-popular têm pelo menos duas grandes tradições. Uma primeira, mais antiga, foi iniciada por Sílvio Romero e Celso Magalhães no fim do século XIX, e está ligada aos estudos e preocupações folclóricas. Essa perspectiva relacionava o popular ao tradicional e a cultura das classes populares era entendida de forma romantizada, idealizada. “Dentro dessa perspectiva, o popular é visto como objeto que deve ser conservado em museus, livros e casas de cultura, alimentando o saber nostálgico dos intelectuais tradicionais” (p. 160).

Já a segunda tradição aparece em meados dos anos 50 e tem cunho mais politizado,

tendo, no entanto, diferentes matizes ideológicos. “Será reformista para o ISEB², marxista para os Centros Populares de Cultura, católica de esquerda para o movimento de alfabetização e o Movimento de Cultura Popular no Nordeste” (ORTIZ, 1994, p. 162). No entanto, unidas pela tônica política da época, essas diferentes concepções rompem com a visão conservadora dos folcloristas e relaciona a cultura popular como uma ação política junto às classes subalternas. “O que se buscava, pois, através da cultura popular, era levar às classes populares uma consciência crítica dos problemas sociais” (p.162).

O sociólogo, no entanto, destaca que no caso da moderna sociedade brasileira, o popular ganha um outro sentido, mais voltado à ideia de consumo. Ao passo que os bens culturais ganham status de mercadoria, a noção de popular se transforma e se volta também para o lugar do consumismo. Os meios de comunicação, como a televisão, por exemplo, que cumprem um papel de integração nacional, também costuram essa ideia de país com a proposta de unificação dos mercados locais.

A indústria cultural adquire, portanto, a possibilidade de equacionar uma identidade nacional, mas reinterpretando-a em termos mercadológicos; a ideia de “nação integrada” passa a representar a interligação dos consumidores potenciais espalhados pelo território nacional. Nesse sentido se pode afirmar que o nacional se identifica ao mercado; à correspondência que se fazia anteriormente, cultura nacional-popular, substitui-se uma outra, mercado-consumo (ORTIZ, 1994, p. 164).

O conceito de indústria cultural, na acepção utilizada por Ortiz (1994), foi apresentado pela primeira vez pelos filósofos alemães Theodor W. Adorno e Max Horkheimer na obra “Dialética do Esclarecimento: Fragmentos filosóficos”, em 1947. Ambos foram professores do Instituto de Pesquisas Sociais da Universidade de Frankfurt (Alemanha) e precursores da chamada Escola de Frankfurt e da Teoria Crítica. O termo indústria cultural expressa uma síntese da crítica à cultura de massa nas sociedades modernas, num contexto em que a ascensão do fascismo na Europa, de um lado, e a sociedade de massa norte-americana, de outro, provocam nos filósofos um certo desencantamento com o mundo (ORTIZ, 2016, p. 204).

De acordo com Ortiz (2016), a indústria cultural, enquanto expressão do desenvolvimento do capitalismo, atua como uma “fábrica de bens culturais que são comercializados a partir do seu valor de troca” (p.224), num processo em que a arte passa a

² O Instituto Superior de Estudos Brasileiros (ISEB) foi um órgão vinculado ao Ministério da Educação criado em 1955 e extinto logo após o golpe de 1964. Era composto por um grupo de intelectuais brasileiros, como o cientista político Hélio Jaguaribe e os historiadores Nelson Werneck Sodré e Cândido Mendes, e tinha como objetivo focar no estudo, ensino e divulgação de uma análise crítica da realidade brasileira a partir de um viés nacional-desenvolvimentista.

ser reduzida à coisa, à mercadoria. Na maneira como atua com os cidadãos, vistos como consumidores, a indústria cultural manipula suas necessidades de modo a produzi-las, dirigi-las e discipliná-las (ADORNO; HORKHEIMER, 1986, p. 118), de forma a contribuir com a alienação da sociedade.

O golpe militar de 1964 foi um marco histórico central para redefinição do modo de existência do popular em nosso país. Martins (2022) destaca que, a partir da Ditadura Militar, as transformações na base técnica da agricultura brasileira, marcada pelo domínio do capital na produção agrícola, tiveram como resultado “a ampliação da concentração de riqueza, que pode ser expressa na concentração da terra e na ampliação da concentração de renda no campo, além de acelerado processo de migração campo-cidade” (p. 183).

Já Ermínia Maricato e Fermino Fechio (1992) ressaltam que, além da modernização da agricultura, outros fatores foram ainda mais eficazes para a expulsão dos trabalhadores do campo para a cidade. O golpe de 1964 desencadeou uma repressão violenta às lideranças do campesinato, aumentou a grilagem de terras e a concentração fundiária. O aparato estatal, responsável pela promulgação, por exemplo, do Estatuto da Terra, e da criação da Superintendência de Desenvolvimento da Amazônia (SUDAM), operava diretamente para desmobilizar a luta pela reforma agrária e aumentar os incentivos fiscais para os latifundiários (p.26).

Esses fatos ajudam a entender o crescimento vertiginoso da população urbana e o conseqüente agravamento das condições de vida nas cidades brasileiras, compondo um quadro terrível de exclusão e segregação da população nesses espaços urbanos (MARICATO; FECHIO, 1992, p. 26).

Maricato e Fechio (1992) salientam que essa migração foi exponencial. Se em 1940, havia cerca de 13 milhões de brasileiros vivendo nas cidades, o censo demográfico de 1980 já apontava a existência de mais de 82 milhões de habitantes urbanos, sobretudo nas capitais, grandes centros urbanos e regiões metropolitanas. A população rural declinou de 69% em 1940 para 32% em 1980 (p.25). Do campo para a cidade, a população passa a construir novas relações, cotidianos, e produzir também - de forma desordenada - novas formas de ocupação do espaço urbano. Para as classes populares, a massificação trouxe mais ganhos que perdas, pois estava nela sua sobrevivência física e ascensão cultural. Nesse cenário, os meios de comunicação fizeram um movimento de construção da massa a partir do popular, tornando os veículos midiáticos uma espécie de janela a partir da qual as classes populares conseguiam enxergar o mundo - ao menos o recorte de mundo direcionado por esses meios.

A cultura de massa começou como uma cultura que não era apenas dirigida às massas, mas na qual elas encontravam retomadas, desde a música até as

novelas de rádio e cinema, algumas de suas formas de ver o mundo, senti-lo e expressá-lo. (MARTÍN-BARBERO, 1997, p.223)

No caso do Brasil, em especial, é necessário ressaltar que nossa construção enquanto país e identidade enquanto Nação está atravessada por uma questão racial muito profunda. O processo de escravidão e sua abolição inacabada fazem do racismo um elemento estruturante do capitalismo no Brasil, cujas marcas se manifestam em toda a sociedade nos seus mais diversos níveis. Ao tratar dos diferentes modos que o racismo se estruturou nos Estados Unidos e no Brasil, Lélia González aponta que, em nosso país, houve um processo sistemático de silenciamento da matriz indígena e africana na construção da nossa sociedade.

Tanto no caso do indígena quanto no do negro percebemos que é o branco quem controla sempre as decisões a nosso respeito. No caso do negro especificamente, vamos perceber que desse vértice inferior, onde está o negro, até o vértice superior, onde está o branco, o famoso contínuo de cor vai mexer profundamente com a identidade do próprio negro na sociedade brasileira. (GONZALEZ, 2020, p. 215)

Desse modo, segundo a socióloga, ainda não seria possível falar de uma nação brasileira, pois “o projeto de nação brasileira ainda é o projeto de uma minoria dominante, o projeto do qual a população, o povo, isto é, o conjunto dos cidadãos, não participa, e nesse conjunto de cidadãos temos 60% que são negros” (p.229). Gonzalez (2020) ressalta ainda a transversalidade da questão racial em nosso país, o que significa que não é possível entender o Brasil, ou pensar um projeto para ele, sem considerar o elemento da raça na nossa formação.

Quer dizer, temos uma divisão racial do espaço não só no nível do país, mas também no nível das entidades, no nível do campo e no nível, evidentemente, da própria estrutura social, como já dissemos anteriormente. O Brasil está estruturado também numa perspectiva racial (p. 230).

Florestan Fernandes (2017) também segue a mesma linha de análise da realidade do país. O sociólogo aponta que o chamado “problema do negro” é, na verdade, a questão da viabilidade do Brasil como Nação. O autor é enfático ao afirmar que não haverá Nação enquanto as sequelas do escravismo não forem superadas e absorvidas de forma definitiva (p.65). Nesse sentido, a luta antirracista no Brasil precisa ser entendida como uma questão necessária não apenas para resolver os dilemas do negro em nosso país, mas, também, para reconstruir nosso tecido democrático e possibilitar o desenvolvimento de uma sociedade mais igualitária. Assim como Gonzalez, Fernandes (2017) também expõe a falácia do mito da democracia racial ao afirmar que a população negra

defronta-se com um peso de um bloqueio insuperável e de uma forma de dominação racial hipócrita, extremamente cruel e camuflada, que aumenta a exploração do negro, anula suas oportunidades sociais, mas ao mesmo

tempo, identifica o Brasil como um país no qual reina a harmonia e igualdade entre as raças. (p. 40)

O mito da democracia racial é apenas uma das narrativas seletivamente costuradas no imaginário social a partir dos meios massivos. Martín-Barbero (1997) argumenta que o processo de massificação constrói uma nova lógica para os meios de comunicação, na medida em que estes passam a cumprir um papel-chave enquanto agentes políticos de simulação e desativação de tensionamentos na sociedade. É a partir dessa atuação que os meios emergem como atores essenciais na sedimentação de uma narrativa sobre Nação, povo e a identidade que os vincula que ratifica a lógica colonial de poder e subserviência. Os meios de comunicação são, assim, elementos fundamentais para a constituição da identidade latino-americana hegemônica hoje.

O massivo passa a designar apenas os meios de homogeneização e controle das massas. A massificação será detectável mesmo onde não houver massas. E de mediadores, a seu modo, entre o Estado e as massas, entre o rural e o urbano, entre as tradições e a modernidade, os meios tenderão cada vez mais a constituírem-se no lugar da simulação e da desativação dessas relações. (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 249)

A mídia também tem um papel importante na relação entre o que Lélia Gonzalez (2020) chama de consciência e memória. Enquanto a consciência seria o espaço de domínio da ideologia, a memória é o lugar em que emergiria o real. O hegemônico atua justamente no conflito entre esses dois polos - tentando reconstruir as memórias a partir de uma tradição seletiva e da atuação no âmbito da construção da consciência, para ratificar uma visão de mundo que desativa os conflitos e tensões sociais que a memória faz emergir.

Como consciência a gente entende o lugar do desconhecimento, do encobrimento, da alienação, do esquecimento e até do saber. É por aí que o discurso ideológico se faz presente. Já a memória, a gente considera como o não saber que conhece, esse lugar de inscrições que restituem uma história que não foi escrita, o lugar da emergência da verdade, dessa verdade que se estrutura como ficção. Consciência exclui o que memória inclui. Daí, na medida em que é o lugar da rejeição, a consciência se expressa como discurso dominante (ou efeitos desse discurso) numa dada cultura, ocultando a memória, mediante a imposição do que ela, consciência, afirma como a verdade. (GONZALEZ, 2020, p. 70)

Nesse sentido, os meios de comunicação hegemônicos atuam na formação da consciência de modo a tecer e atualizar os discursos sobre a constituição do Brasil e dos brasileiros baseados numa perspectiva dominante, patriarcal e racista de mundo. Desse modo, se oculta a memória coletiva sobre nosso passado escravocrata, sobre os processos de luta e resistência popular, dissocia-se a cultura do seu povo e legitima-se, por outro lado, o mito da democracia racial e as desigualdades de gênero, classe e raça. A mídia hegemônica constrói

um relato de Brasil que só é possível dentro dos parâmetros seletivos que foram intencionalmente moldados a partir de sua influência na formação da nossa sociedade.

O processo de implantação dos meios de comunicação na América Latina se deu em duas etapas distintas: a primeira, na qual o papel decisivo dos meios residiu “em sua capacidade de apresentarem-se como porta-vozes da interpelação que a partir do populismo convertia as massas em povo e povo em Nação.” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 230). Nesse processo, a ideia política de nação passa a ser traduzida pela ideia de vivência, cotidianidade e sentimento.

No Brasil, o sociólogo Renato Ortiz (1994) aponta que a construção da nacionalidade é um projeto que vai dos anos 30 aos anos 50, e as propostas “partiam do princípio de que era necessário edificar uma realidade que ainda não havia se concretizado entre nós” (p. 50). Com uma indústria cultural ainda incipiente, a integração nacional se concentra no Estado, que entre os anos de 1937 a 1945 estava centralizado na figura de Getúlio Vargas, no que ficou conhecido como Estado Novo. Ortiz destaca que, nesse período, uma das preocupações do Estado ditatorial era com a necessidade de se difundir uma determinada ideologia para a população.

O Estado Novo, em seu projeto de organização política e cultural, sempre contou com um grupo de intelectuais que buscaram fundamentar e desenvolver uma ideologia que se destinasse a difundir uma concepção de mundo para o conjunto da sociedade (ORTIZ, 1994, p. 52)

Em 1939, Vargas cria o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), um órgão com inspiração de cunho fascista que tinha como objetivo disseminar nas camadas populares “o esclarecimento, o preparo, a orientação, a edificação numa palavra, a cultura de massas” (ORTIZ, 1994, p. 51). Para isso, o DIP buscou interferir em instrumentos de grande alcance, como o rádio e o cinema, mas sem muito êxito.

No cinema, o governo se restringiu a criar o Instituto Nacional do Cinema Educativo, que não chegou a ter uma influência significativa na sociedade. E no rádio, a ambição de construir um sistema radiofônico a nível nacional também não se concretizou. A radiodifusão brasileira não avançou para a forma de rede, se limitando ao desenvolvimento da radiofonia local. Essas emissoras irradiavam seus programas apenas no seu perímetro geográfico, “mas elas não se constituíam em centro integrador da diversidade nacional” (ORTIZ, 1994, p.53).

A outra etapa constitutiva da implantação dos meios de comunicação na América Latina é após os anos 60, quando se dá o esgotamento do populismo e o crescimento do desenvolvimentismo. É a partir daí que a ideologia se torna informadora de um discurso de massa, “que tem como função fazer os pobres sonharem os mesmos sonhos que os ricos”

(MARTÍN-BARBERO,1997, p.230). Além do cinema, rádio, música, a imprensa também contribuiu no outorgamento da cidadania às massas urbanas. Canclini destaca o papel da cultura e da comunicação na formação do modelo de cidadania adotado pelas nações latino-americanas:

O rádio, o cinema e a televisão, nas quais ainda predominavam as marcas de cada nação, assumiram as culturas populares. Aceitavam os gostos destes setores com a condição de que se deixavam representar como públicos. Ao configurar os imaginários compartilhados na escala de cada país, em parte formaram cidadãos (CANCLINI, 2002, p. 31).

Se a primeira fase latino-americana da modernidade teve como eixo a ideia de Nação - de buscarem se tornar nações modernas - essa segunda estará associada à ideia de desenvolvimento. Versão renovada da ideia de progresso, o desenvolvimento é concebido como um avanço objetivo, isto é, um crescimento que encontraria seu expoente quantificável no crescimento econômico e sua consequência “natural” na democracia política. A hegemonia da televisão e a pluralização funcionalizada do rádio são dois fatores-chave, no campo da comunicação, que correspondem à difusão generalizada de inovações como “motor” do desenvolvimento.

Martín-Barbero (1997) destaca o processo de transnacionalização e a emergência de novos sujeitos sociais e identidades culturais como propulsores da conversão da comunicação em um espaço estratégico para se pensar as contradições da formação social latino-americana. O autor defende que o eixo do debate deve deslocar-se dos meios para as mediações, ou seja, para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e também para a pluralidade de matrizes culturais (MARTÍN-BARBERO, 1997. p. 261).

Existe um movimento das esquerdas latino-americanas, sobretudo a partir dos anos 70, voltado para construir um novo projeto voltado à redescoberta do popular. Martín-Barbero (1997) destaca que esse processo é fruto de uma nova concepção de sujeitos políticos, o que reverbera na revalorização das articulações e mediações da sociedade civil, no sentido social dos conflitos e no reconhecimento de experiências coletivas não enquadradas nas formas partidárias, por exemplo (p. 284).

No Brasil, esse processo dialoga com as experiências que deram base para o que é chamado de comunicação popular. As origens dessa produção teórica e prática se inserem no bojo do reascenso da esquerda e das lutas de massa no país nas décadas de 70 e 80. O surgimento de organizações como a Central Única dos Trabalhadores (CUT), no campo sindical, e o Movimento dos Trabalhadores Rurais sem Terra (MST), no meio rural, deu corpo

a iniciativas como boletins sindicais, rádios comunitárias e jornais comunitários, a exemplo do Jornal Sem Terra.

Cicília Peruzzo (2004), que estuda a comunicação popular no Brasil a partir da experiência dos movimentos populares, apresenta cinco aspectos centrais que caracterizam a comunicação desses movimentos. A primeira refere-se à comunicação popular como uma expressão de um contexto de luta. Essa produção se desenvolve no seio de uma educação popular libertadora, ligada à luta dos subalternos por um novo projeto de sociedade. Tem o papel, portanto, de informar, mas também de mobilizar e organizar a sociedade. Uma segunda característica, consequência da primeira, é ter um conteúdo crítico e emancipador. Cabe a essa comunicação ser porta-voz da manifestação da cultura popular e das denúncias da classe marginalizada (p.125). Essa concepção dialoga com a contribuição de Paulo Freire, para quem a comunicação deveria incluir a dimensão política da igualdade, da ausência da relação desigual de poder e de dominação (LIMA. 2012, p. 71).

Um terceiro aspecto destacado por Peruzzo é que a comunicação popular parte do princípio de que o povo deve ser protagonista. Isso significa não apenas que os trabalhadores e trabalhadoras precisam ter uma comunicação pensada para eles, mas também feita por eles. Freire aprofunda essa característica ao afirmar que a comunicação precisa ser, antes de tudo, um diálogo. Anterior ao processo de fazer comunicação, no sentido de produzir informação através dos meios, está também a necessidade de entender o outro enquanto sujeito ativo, pensante, e estabelecer com ele um diálogo verdadeiro. “Desta forma, na comunicação, não há sujeitos passivos. [...] O que caracteriza a comunicação enquanto este comunicar comunicando-se é que ela é diálogo, assim como o diálogo é comunicativo”(FREIRE, 2013, p 58).

Por fim, a comunicação popular também precisa ser instrumento das classes subalternas e espaço de expressão democrática. Peruzzo (2004) alerta que a democracia não deve estar presente apenas na produção dos meios ou como uma bandeira defendida por esses veículos - como hoje se torna tão necessário - mas precisa perpassar também as relações interpessoais dentro dos espaços de produção de comunicação das organizações e constituir a base para uma nova cultura política (p. 127).

O Brasil de Fato é um dos veículos que assume sua comunicação enquanto popular, nos termos apresentados por Peruzzo. No editorial publicado no site em 13 de fevereiro de 2019, “‘Grande Mídia’ não é nome, é confete”, o veículo defende que, apesar das tensões em relação ao termo, denominar-se enquanto um veículo de comunicação popular seria mais coerente, já que essa nomenclatura abarca com mais clareza a linha editorial do veículo. O

texto ressalta que, “no caso do Brasil de Fato, optamos pela nomenclatura ‘popular’, por compreender que este termo – em disputa – simboliza, do nosso ponto de vista, aquilo que é do povo, feito para atender seus interesses e construído pelo próprio povo organizado” (BRASIL DE FATO, 2019). Dessa forma, aponta o editorial, “contestamos o mito da imparcialidade e afirmamos que nosso lado é o da classe trabalhadora, do povo” (BRASIL DE FATO, 2019).

Laclau e Rancière apontam que falar em povo exige um trabalho de significação. Para ambos, essa é uma categoria que apenas pode ser entendida dentro de um hiato, de um lugar vazio a ser preenchido a partir de uma análise política (PRADO; MARQUES, 2021, p.42). O jornal Brasil de Fato, ao vincular seu entendimento de povo a um recorte de classe social - povo como classe trabalhadora, isto é, os sujeitos mais vulneráveis dentro de uma sociedade estruturada dentro do capitalismo - também dá conteúdo à noção de popular defendida pelo veículo e que emerge no slogan do jornal.

Além disso, quando o editorial do veículo aponta que o popular defendido por ele também está vinculado a uma ideia de “povo organizado”, o que se destaca é uma compreensão emancipatória em relação ao sujeito povo. Ou seja, não é uma ideia de subalternidade ou de “massa de manobra”, mas um povo que tem capacidade de ação, que é protagonista da sua própria realidade. Como aponta Laclau, o povo é o protagonista central da política (LACLAU, 2011b, p. 309, apud PRADO; MARQUES, 2021, p.42). E a produção jornalística do Brasil de Fato se propõe a fortalecer essa perspectiva para que esse povo - os menos favorecidos, os aliados dos espaços de poder - possam tomar consciência do seu papel enquanto sujeitos transformadores da história.

3. ANÁLISE DO POPULAR NO BRASIL DE FATO

A partir do que foi exposto sobre a trajetória do Brasil de Fato e as dimensões do popular na realidade brasileira, buscamos neste capítulo analisar os sentidos do popular que emergem e se transformam na produção do Brasil de Fato. Para isso, a proposta é tecer um olhar panorâmico sobre o conteúdo do veículo presente nos jornais impressos nacionais, no site, podcasts e redes sociais para conseguir ter uma compreensão mais processual do modo como o jornal desenvolveu seu conteúdo e como o que o veículo entende como popular emerge e sofre modificações nessa produção. A partir disso, foi possível identificar três categorias em que o popular aparece com mais evidência: uma relacionada à expressão da classe trabalhadora, uma segunda vinculada ao internacionalismo, que amplia essa identidade de classe a partir de um laço de solidariedade internacional entre os povos, e uma terceira que dimensiona o popular enquanto elemento quantificador.

Como apontado anteriormente, o Brasil de Fato surge em 2003 a partir de um amplo processo de articulação de setores da esquerda brasileira que identificavam a disputa da comunicação como essencial para as lutas políticas no país. O jornal surge então com a proposta de ser um instrumento voltado para um público já progressista, como militantes de movimentos sociais, partidos progressistas, acadêmicos e professores, para servir de subsídio para as análises e processos organizativos, construídos ou fomentados por eles. Até 2013, a produção do Brasil de Fato se concentrou na elaboração de um semanário impresso nacional que, apesar de boicotes de distribuidoras e de dificuldades estruturais do veículo, como apresentado no primeiro capítulo, conseguiu manter sua proposta ao longo dessa primeira década do jornal.

O esgotamento do ciclo da edição nacional impressa, marcado pela fragilidade entre o campo político da esquerda que construía o veículo e as dificuldades estruturais de manutenção da proposta, esteve também relacionado a uma mudança estratégica do Brasil de Fato, que avaliou ser necessário adaptar os seus formatos comunicacionais para conseguir chegar mais diretamente ao trabalhador brasileiro. Diante desse desafio, o jornal impresso nacional é extinto e dá lugar aos tabloides estaduais, de modo que o formato passe a trazer pautas mais conectadas com o dia a dia do público. O veículo também incorpora a até então Radioagência Notícias do Planalto e a transforma em Radioagência Brasil de Fato para que possa produzir conteúdos num formato mais acessível e que consiga chegar onde a distribuição corpo a corpo dos jornais estaduais não podia. E, mais à frente, o Brasil de Fato vai desenvolver com mais prioridade as áreas de audiovisual e redes sociais também como

plataformas de produção e distribuição de conteúdo. Em 2023, o jornal completa 20 anos de existência ainda com muitos desafios, mas com uma proposta muito mais elaborada que a inicial, o que demonstra uma importante capacidade criativa e organizativa para chegar a mais pessoas e cumprir o papel formativo e mobilizador junto à sociedade, como pretende desde seu projeto original.

Diante disso, a análise do Brasil de Fato foi desenvolvida a partir de uma nuvem semântica cujo foco é identificar e entender os modos a partir dos quais o popular aparece ao longo dos últimos vinte anos no jornal. A proposta é que esse panorama seja construído a partir dos conteúdos do veículo em quatro diferentes tipos de plataformas: o site, as capas dos jornais impressos nacionais, os podcasts e o perfil no Instagram do Brasil de Fato. Essas plataformas foram escolhidas porque juntas possibilitam um olhar mais completo sobre a produção jornalística do jornal e também expressam suas diferentes estratégias ao longo de sua existência. Enquanto o site do Brasil de Fato é, hoje, o espaço central de conteúdo do veículo, o olhar sobre os jornais impressos nacionais permite uma compreensão mais processual sobre os diferentes modos como o popular emerge no jornal ao longo da sua trajetória. No caso dos impressos, a análise foi focada nas capas das edições, pois entendemos que nelas está uma importante amostra do que o jornal considera relevante e, ao mesmo tempo, atrativo para o público.

Já a escolha pelos podcasts se deve ao seu vínculo com uma matriz comunicacional presente na América Latina como o rádio, que, como apontam Martín-Barbero (1997) e Canclini (2010), cumpriu um importante papel na formação das identidades nacionais nesse continente, como já explicitado no segundo capítulo. Além disso, o Brasil de Fato e os movimentos sociais que o apoiam atuam diretamente para que o conteúdo radiofônico seja consumido pela classe trabalhadora, seja através de parcerias com rádios comunitárias, que reproduzem os programas, ou mesmo transmitindo os conteúdos em rádios-poste nos assentamentos e áreas rurais ligadas a movimentos populares, como o MST. Dessa forma, espera-se que o conteúdo produzido pelo Brasil de Fato nos podcasts expresse uma preocupação em dialogar com o sujeito do campo, de pequenas cidades, e também aqueles que, mesmo nos grandes centros, não tenham acesso à internet ou não consumam informação através dela, por exemplo.

Por fim, o olhar sobre as redes sociais do Brasil de Fato permite uma análise de como o jornal expressa seu conteúdo em plataformas que operam sob outras lógicas de consumo, e que hoje são espaços importantes de disputa de ideias. Para essa pesquisa, optamos por analisar o perfil do Instagram do veículo, já que é a rede social que combina diferentes formas

de postagens (fotografias, vídeos e materiais gráficos) e é a rede em que o jornal conta com maior engajamento. Esse engajamento em uma rede social é medido pelas métricas de interação do usuário com o perfil a partir das funções permitidas pela plataforma. No caso do Instagram, algumas das métricas de engajamento visíveis ao público, e que levamos em conta para essa escolha, foram a quantidade de comentários, “curtidas” e visualizações das postagens, que expressam o interesse dos seguidores do Brasil de Fato nos conteúdos publicados.

Como cada uma dessas plataformas do Brasil de Fato possui diferentes periodicidades de produção e foi criada em diferentes momentos, entendemos que seria mais interessante que a escolha do recorte temporal coubesse dentro de uma lógica que pudesse se adaptar aos diferentes tipos de conteúdo. Nesse sentido, optamos por escolher os anos de eleição presidencial, por avaliar que são períodos em que o debate político ganha mais efervescência e há uma tendência para que isso também movimente mais a sociedade na busca por informação. Além disso, entendemos que esse é um período em que o jornal busca mais proximidade com seu público e queira atraí-lo para os debates e pautas propostos por ele, de modo que o popular apareça com mais foco. Dentro dos anos eleitorais, escolhemos os meses de março, maio, julho e setembro, pois neles há efemérides que pautam a produção de materiais no jornalismo como um todo, e no Brasil de Fato, em especial, se espera que haja uma prioridade na produção de conteúdo em relação a esses temas pelo teor de mobilização popular que essas datas trazem.

Março, por exemplo, é marcado pelo Dia Internacional da Mulher (08/03), data central para a luta feminista dentro e fora do Brasil. Já em maio se celebra o Dia Internacional dos Trabalhadores (01/05), momento que demarca uma identidade de classe e por isso é uma das principais data do calendário de mobilização dos movimentos sociais, em especial dos sindicatos; no mesmo mês também se marca o Dia da Abolição da Escravatura (13/05), que, embora seja uma data referida no calendário nacional, ganha espaço no jornal pelo viés de contestação que a agenda do movimento negro aponta para o significado dessa simbologia. Julho, por sua vez, é marcado pelo Dia Internacional da Agricultura Familiar (25/07), uma importante data de mobilização para os movimentos sociais do campo e que retoma a pauta da reforma agrária e da agricultura camponesa, lutas centrais para organizações como o MST e MPA; no mesmo dia 25/07 também se celebra o Dia da Mulher Negra, Latino-americana e Caribenha, efeméride que convoca a sociedade para debater com mais prioridade a articulação entre as questões de gênero e raça. Já setembro é marcado pelo Dia da Independência do Brasil, que também é o dia em que se realizam os atos do Grito dos Excluídos (07/09),

mobilização histórica que convoca uma ampla unidade da esquerda na luta por soberania, direitos e justiça social. Essas são datas que têm um importante peso para os movimentos sociais e que expressam a diversidade de sujeitos e lutas protagonizadas pela classe trabalhadora dentro e fora do nosso país e que são acolhidas pelo Brasil de Fato na sua linha editorial. Logo, espera-se que nesses meses haja uma prioridade não só na cobertura dessas manifestações, mas também na produção de conteúdos em que o popular apareça com mais prioridade a partir dos temas que as referidas datas pautam.

No caso do jornal impresso nacional, o Brasil de Fato mantém uma versão digitalizada de parte das edições na plataforma Issuu, que foi utilizada para termos acesso ao material. Escolhemos uma edição por mês dentre os meses de março, maio, julho e setembro em três anos: 2003, que, embora não seja ano eleitoral, foi o ano de surgimento do jornal, e por isso entendemos ser relevante incluí-lo na amostra; 2006 e 2010, que, além de serem anos eleitorais, são períodos em que as edições impressas nacionais ainda eram distribuídas. A última edição disponível no site data de março de 2013, por isso não conseguimos incluir as edições de 2014 na pesquisa. Por isso, o total da amostra dos jornais impressos reúne 12 edições.

Em relação ao site, embora o seu registro de criação seja de janeiro de 2003, as matérias disponíveis para visualização começam apenas em março de 2016 - possivelmente por uma questão técnica do servidor ou pela necessidade de diminuir o volume de dados armazenados. Assim, escolhemos 5 matérias dentro de cada um dos 4 meses pesquisados em 2018 e 2022, por serem os anos eleitorais do período possível de acesso ao conteúdo, totalizando 40 matérias em texto.

No caso dos podcasts, eles também estão hospedados no site do Brasil de Fato, e, portanto, possuem a mesma limitação de pesquisa que as notícias em texto. Para esse formato, optamos por escolher 2 edições mensais em 2018 e 2022, totalizando 16 episódios. Como apontado no primeiro capítulo, o Brasil de Fato possui vários podcasts ativos, mas cada um deles aborda temas mais específicos e são publicados com periodicidades muito distintas entre si. Por isso, entendemos que seria mais coerente fazer uma pesquisa ampla nos episódios disponíveis dentro do recorte temporal trabalhado, ao invés de focar em um produto em específico, para possibilitar um olhar mais completo sobre a produção radiofônica do jornal.

Por fim, no caso do Instagram, o perfil do veículo na plataforma foi criado em 2016, o que faz com que a pesquisa se concentre nos anos de 2018 e 2022. Entendemos ser necessário um olhar panorâmico para o conteúdo postado nesta plataforma, mas consideramos que o foco da análise deva estar nos materiais cuja produção é feita para ser consumida nas próprias

redes sociais - como vídeos e materiais gráficos - já que boa parte das postagens é apenas uma chamada para notícias que estão no site. Nesse caso, não especificamos uma quantidade exata de conteúdos analisados, pois, além de não haver uma periodicidade fixa nas postagens do Brasil de Fato no Instagram, a própria variação de volume e tipo de conteúdo é um elemento de análise para a pesquisa.

A partir de uma pesquisa exploratória na amostra analisada, identificamos três categorias que são chaves de interpretação da construção mais explícita do popular para o Brasil de Fato: a) popular enquanto expressão da classe trabalhadora; b) popular enquanto dimensão internacionalista; e c) popular enquanto elemento quantificador. A partir de cada um desses recortes, a proposta foi apontar os modos a partir dos quais o popular emergiu nos diferentes conteúdos destacados, considerando as especificidades de cada uma das plataformas e períodos de tempo analisados.

3.1 POPULAR ENQUANTO EXPRESSÃO DA CLASSE TRABALHADORA

A origem e os princípios do projeto editorial do Brasil de Fato deixam explícito que visibilizar as pautas e ações dos movimentos populares é uma das preocupações centrais do veículo. Mais do que dar espaço a uma agenda, o esforço do jornal é também incentivar a organização popular, apontando a importância da coletividade como um valor necessário para enfrentar as desigualdades e possibilitar um novo horizonte para a sociedade. Nesse sentido, o popular enquanto expressão da classe trabalhadora emerge, num primeiro momento, como uma espécie de bandeira de luta de um jornal que é, também, fruto de um processo organizativo e que pretende que seu conteúdo, em essência, seja fonte de esperança e inspiração para novos processos de resistência.

Uma das coberturas presentes todos os anos no Brasil de Fato é a das manifestações do Grito dos Excluídos. O Grito é uma mobilização criada em 1995 a partir da Igreja Católica, que junto com movimentos populares e organizações políticas, realiza atos anualmente em todo o país no dia 07 de setembro para reivindicar justiça social. Ao longo dos anos, a manifestação ganhou participação de diversos setores da sociedade e de outras manifestações religiosas, sendo até hoje um símbolo da resistência dos excluídos, daqueles que são ocultados como povo, em nosso país. Frente aos tradicionais desfiles oficiais da Independência do Brasil, o Grito se coloca como uma manifestação crítica e que impõe um outro caráter à data, tornando-a verdadeiramente popular e contestadora. Nas matérias “Grito dos Excluídos denuncia violência, custo de vida e prisão política de Lula”, de Rute Pina,

divulgada em 07 de setembro de 2018, e “28º Grito Nacional dos Excluídos leva milhares de pessoas às ruas do Recife”, de Júlia Vasconcelos e Iyalê Tahyrine, publicada em 07 de setembro de 2022, a cobertura dos atos busca valorizar a dimensão da diversidade dos participantes. A presença de falas de pessoas de diferentes origens e organizações contribui para dar protagonismo a sujeitos que também são excluídos dos espaços de visibilidade na mídia e salienta a importância da unidade entre diferentes grupos sociais para a realização da manifestação.

Além disso, na matéria de 2022, as jornalistas ainda ressaltam a articulação de um dos atos do Grito dos Excluídos com ações de solidariedade. A matéria conta que a ação do dia 07 de setembro em Petrolina (PE), foi um café solidário na periferia da cidade organizado pelo Mãos Solidárias, uma iniciativa do MST e movimentos parceiros voltada para doação de alimentos para pessoas em situação de vulnerabilidade na pandemia. A matéria visibiliza a história de uma das assistidas pelo projeto, dando voz para uma história particular, mas sem deixar de contextualizar a questão - cujo tema é trazido por Jucy Carvalho, uma das coordenadoras da iniciativa. Dessa forma, o tema da fome é trazido de modo a articular a solidariedade com a organização popular, e não com iniciativas assistencialistas isoladas.

A mobilização foi organizada por várias entidades e movimentos populares que constroem o projeto Mãos Solidárias e atendeu cerca de 80 famílias, que receberam o café da manhã e kits de higiene que foram distribuídos. A prioridade foi para famílias que são chefiadas por mães solo e com pessoas idosas. A moradora Mauricélia participou do evento e levou seu filho para o café. Ela reforça a importância do projeto: "eu frequento o Mãos Solidárias há muito tempo. Eles me ajudam quando eu preciso, e é importante porque ajudam pessoas necessitadas, que não têm uma condição melhor". Jucy Carvalho, educadora popular e coordenadora do Mãos Solidárias no município, afirma que basta visitar a periferia para perceber o aumento da fome na cidade. "As pessoas duvidam que existe fome. Há, ainda, pessoas que pensam que o fato de uma família receber um auxílio não passa fome. Ela passa fome, porque esse dinheiro não é suficiente. Nós identificamos inúmeras famílias em Petrolina que, mesmo estando no programa social, mesmo com um salário mínimo ou um benefício de saúde ou uma aposentadoria, passam fome, porque o aumento [do preço] dos alimentos é gritante", denuncia. (BDF - 07/09/22)

Esse tipo de construção de notícia, em que o contexto do fato, ou seja, sua particularidade, é valorizado para dar sustentação à singularidade da ação, é uma das marcas da produção noticiosa do Brasil de Fato. Para Adelmo Genro Filho (1987), uma notícia que se concentra na sua singularidade, isto é, visibiliza aquilo que é factual sem relacionar a questão com seu contexto, tende ao sensacionalismo e é um recurso da ideologia dominante, pois desse modo o fato é entendido de forma desconectada da realidade (p. 175). Em oposição a essa estratégia, que o autor denomina de tese da pirâmide invertida, Genro Filho propõe que a pirâmide volte ao seu “formato” original, do cume para base, o que na prática significa que a

construção jornalística deva partir do singular para o particular (p. 169), criando uma relação mais direta entre o que o fato e seu entorno. Nas matérias do Brasil de Fato, esse formato contribui para uma apreensão mais crítica da realidade, pois valoriza um olhar mais historicizado sobre o tema em questão.

Também é possível perceber um esforço do jornal em valorizar a unidade de setores da sociedade nas manifestações, destacando a importância de um sentimento coletivo mesmo dentro da diversidade entre os sujeitos marginalizados. Isso demonstra que, embora reconheça a classe trabalhadora como um grupo, o jornal dá espaço para reforçar que ela não é homogênea e valoriza essa unidade mesmo na diferença. No texto de Rute Pina, de 2018, uma das fontes, a yalorixá Solange Machado, ressalta essa ideia de pertencimento a um grupo comum. É importante destacar que essa fala vem de uma mulher negra, liderança de uma religião de matriz africana, o que ressalta a preocupação da própria matéria em dar voz a sujeitos que são excluídos também dos espaços midiáticos.

Ela [*Solange Machado*] pontua também que os religiosos de matriz africana fazem parte do grupo de excluídos. "Excluídos de seus direitos; excluídos do que a Constituição garante e o Estado nos nega", diz ela. "Aqui nós temos movimentos por moradia, os sem-terra, trabalhadores desempregados, mulheres, comunidade LGBT e diversos outros representantes de grupos que estão fora daquilo que, hoje, a sociedade rotula como merecedores de direitos". (BDF - 07/09/18)

Nos jornais impressos, as manifestações populares também são destaque. Na edição 21, de julho de 2003, por exemplo, elas ganham praticamente toda a capa do jornal. Com a manchete "Greves, marchas e ocupações exigem mudanças", o veículo exhibe pequenos trechos das matérias da edição que falam sobre diferentes lutas: a greve dos servidores públicos federais, as ocupações dos Sem-Teto em São Paulo e a marcha do MST no Rio Grande do Sul. O que se percebe com o título em destaque na capa é um tom editorial do Brasil de Fato, como se houvesse pouco distanciamento entre a posição do jornal - na manchete - e a luta dos trabalhadores anunciada nos textos da capa. O destaque para o posicionamento do jornal aparece também em outras duas das edições analisadas, em que o editorial do veículo aparece já na capa - na edição 177, de julho de 2006, sob o título "É preciso resgatar a utopia", e na já citada edição 185, de setembro de 2006, com o título "Na força da indignação". Ambos os textos tratam sobre a necessidade de mobilização popular, ressaltando a organização política como caminho de enfrentamento aos problemas estruturais do país.

Na edição 185, de setembro de 2006, o esforço da unidade para a construção das manifestações de massa é novamente salientado. A capa da edição dá destaque ao ato do Grito

dos Excluídos daquele ano com a chamada “No Grito, 300 mil vão às ruas” abaixo da foto central da capa, que retrata uma parte do ato em Campinas (SP) mostrando uma multidão de pessoas, faixas e bandeiras, que incluem partidos, movimentos sociais e a bandeira LGBTQIA+. A manchete e a fotografia são a expressão do “fazer povo” de Rancière (2020b), cujas lutas são entendidas não como uma mera soma de demandas específicas, mas sim enquanto afirmação de um novo mundo frente ao hegemônico (p. 832 apud PRADO; MARQUES, 2021, p. 35). Além de destacar o elemento quantitativo do ato, a capa traz um pequeno texto em que se salienta o caráter de unidade entre os trabalhadores a partir de uma fala do padre Júlio Lancellotti.

O padre Júlio Lancellotti, um dos participantes dos atos do dia 7, resumiu assim o caráter dos protestos: excluídos não são somente moradores de rua e desnutridos; são todos os que têm a dignidade lesada pela precariedade dos serviços públicos. (BDF - 14/07/2006)

O que se percebe é que a noção de popular no Brasil de Fato nesse primeiro momento aparece com mais evidência enquanto expressão de um jornal que é instrumento político dos movimentos sociais que o constrói e que, por isso, precisa deixar explícito a linha política desse conjunto da esquerda para aquele determinado momento. Até pelo perfil de público que o jornal demonstra que pretendia atingir naquela época - setores médios, professores, pessoas organizadas em movimentos ou com o mínimo de consciência social - o veículo se apresenta de forma mais “militante” e com um discurso mais enrijecido sobre o que entende por organização política - movimentos de massa, ações amplas, mobilizações massivas parecem ser mais valorizadas do que experiências locais ou que façam o debate político a partir de outros elementos, como a cultura. Essa posição também expressa um momento político em que a esquerda tinha expectativa de que a chegada de Lula à presidência iria inaugurar um período de reascenso das lutas de massa no Brasil. O papel do jornal, nesse caso, seria também o de fomentar essa projeção e, de certo modo, pressionar para que houvesse uma maior valorização do popular na condução do governo federal.

Ao longo dos anos, porém, esse enquadramento ganha novos contornos, evidenciando uma mudança estratégica do jornal. Na edição 392, de setembro de 2010, por exemplo, a forma de expressar o vínculo com os movimentos sociais já tem uma sutil diferença. O destaque da capa dessa edição é “Propostas dos movimentos para um governo popular”, fazendo referência às eleições presidenciais que aconteceriam naquele mesmo ano. O texto que acompanha a chamada mostra um Brasil de Fato mais distanciado - não é o próprio

veículo que anuncia as demandas, mas sim as organizações políticas, cujos documentos e propostas foram analisados pelo jornal.

Redução da jornada de trabalho para 40 horas semanais, erradicação do analfabetismo em quatro anos e uma reforma tributária que desonere os mais pobres. Estas são algumas das propostas consensuais que o Brasil de Fato colheu de documentos de diversos movimentos sociais. Tais reivindicações devem pautar a atuação da esquerda social no próximo período e serão usadas para pressionar o novo governo (BDF - 02/09/2010)

Ainda assim, o jornal não se exime de demarcar sua origem e dá destaque ao campo político do qual faz parte, cujas propostas orientaram a matéria. A foto que acompanha a manchete, por exemplo, é uma ilustração de uma camisa vermelha com bottons que trazem as bandeiras de algumas das organizações que dão sustentação ao jornal e que mostram a diversidade desse campo político: o MST e o MPA (Movimento dos Pequenos Agricultores), na questão do campo; a Marcha Mundial das Mulheres, na luta feminista; a CUT e a CTB (Central dos Trabalhadores e Trabalhadoras do Brasil), na questão sindical; a UNE (União Nacional dos Estudantes), representando o movimento estudantil; e a CONAM (Confederação Nacional das Associações de Moradores), no campo da moradia.

Outro elemento interessante dessa edição é que a cultura popular ganha mais espaço como expressão política. Uma das chamadas traz “Cultura popular ensinada com linguagem falada”, dando destaque para os griôs, pessoas que, na tradição africana, são contadores de histórias, verdadeiras bibliotecas vivas responsáveis por preservar as tradições e identidades de um grupo ou comunidade a partir da oralidade. O texto é acompanhado de uma foto que retrata uma caminhada dos griôs em Lençóis, na Chapada Diamantina. Essa notícia representa um deslocamento da noção de popular que o Brasil de Fato vai construindo ao longo da sua trajetória, incluindo outras formas de organização e luta política, bem como destacando outros territórios que fogem aos grandes centros urbanos. Além disso, o jornal dá destaque a uma dimensão popular de cultura, que também é atravessada pela questão racial, o que confere ao tema um sentido mais alinhado à formação social brasileira

Uma nova estratégia que ganha força ao longo da trajetória do jornal e que representa um avanço do Brasil de Fato para dar visibilidade às experiências dos movimentos populares é a humanização dos sujeitos e a cotidianidade como elemento de resistência. Enquanto a percepção inicial da maioria das pessoas sobre as organizações políticas está, de forma geral, contaminada pelo discurso da mídia corporativa - que, a partir de uma narrativa de criminalização dos movimentos, atua no sentido de enquadrar seus militantes como párias sociais, pessoas cuja vida e luta não se conectam com as experiências de sujeitos não

organizados, o Brasil de Fato aponta um novo enquadramento. O jornal assume a posição de trazer uma narrativa humanizadora, que dá destaque para elementos mais pessoais da vida dessas pessoas e mostra que a luta e a resistência são parte do seu cotidiano. Nesse sentido, a cotidianidade aparece aqui como uma experiência central para fazer emergir o popular como uma expressão da classe trabalhadora. É quando os militantes são reconhecidos, antes de tudo, como pessoas - que têm hábitos, gostos, saberes - e que sua dinâmica de vida, embora tão ordinária quanto a vida da maioria das pessoas, ganha mais dignidade por conta das experiências de organização coletiva. Além disso, o jornal evidencia a dimensão política do cotidiano, que, como ressalta Martín-Barbero (2006), encontra no bairro, ou seja, no espaço de morada e de convivência dos sujeitos, um espaço de constituição de identidades (p. 276).

Na matéria “Como é viver em uma ocupação urbana?”, de Joana Tavares, o cotidiano dos moradores da ocupação Carolina Maria de Jesus, que integra o Movimento de Luta dos Bairros, Vila e Favelas (MLB), em Belo Horizonte (MG), é ponto central para mostrar como a autogestão dos trabalhadores é potente no sentido de possibilitar uma dinâmica de vida mais digna para as 200 famílias que ocupam o antigo prédio da Secretaria de Saúde do estado.

“Hoje a gente tem a cozinha coletiva, que funciona para todos os moradores. Tem a escala, que a gente vai revezando, tem a creche. Com a creche aqui, na ocupação, as crianças têm divertimento e facilita muito a vida das mães, que têm um espaço para deixar as crianças”, conta Karina Estefânia, uma das coordenadoras da ocupação, também do MLB. A ocupação ainda tem bazar, horta comunitária, organização de eventos e segurança interna. As roupas recebidas vão para as famílias e ajudam a fazer renda para o coletivo. Nos eventos, geralmente se arrecada comida, que também é dividida. O matagal dos pilotis do prédio agora tem mudas e plantas. (BDF - 15/05/2018)

O texto busca também valorizar sentimentos dos moradores da ocupação e também adjetiva determinadas reações dos entrevistados durante suas falas. Embora não seja uma prática comum no jornalismo, e muitas vezes utilizada como um recurso sensacionalista, especialmente em matérias de cunho policial, a valorização dos sentimentos dos moradores aparece na matéria como forma de humanizá-las, mostrando que elas em nada diferem dos outros trabalhadores. A jornalista fala, por exemplo, que os moradores sentem medo de serem despejados e não terem onde morar; que, para as mães, é um alívio sair de casa e terem como deixar seus filhos na creche da ocupação; e que, ao falar sobre os vegetais que são plantados na horta comunitária, a jornalista ressalta que a fonte “enumera com carinho” os alimentos citados. A fala de uma criança que não mora na ocupação, mas que vai com a mãe até ela para brincar os colegas, também traz de forma sutil o elo entre os trabalhadores de dentro e de fora da ocupação, e que essa conexão é importante para os dois lados - que, na prática, são um só.

A menina Emily da Silva Costa, de 10 anos, mora na Vila Pinho, mas vai até o centro com sua mãe não só para ajudar, mas também para participar das brincadeiras com os amigos que fez na Carolina. Várias outras crianças se juntam para também dar seu depoimento e todas frisam o quanto foi legal fazer novas amizades e poder “brincar, desenhar” com os colegas que moram tão pertinho. (BDF - 15/05/2018)

A experiência de relação entre as crianças também foi abordada na matéria “Estefani, 10 anos, porta-voz dos Sem-terrinha”, de 06 de maio de 2018. A notícia faz parte da cobertura da Feira Nacional da Reforma Agrária do MST, uma das principais iniciativas do movimento para dialogar com a sociedade. A feira é realizada em São Paulo, em média, uma vez ao ano e mobiliza milhares de sem-terra de todo país para produzir e vender seus produtos. Os preços baixos e a qualidade da produção - que é oriunda da reforma agrária, agroecológica e orgânica - atrai milhares de pessoas da capital paulista ao longo dos dias do evento. Com atrações culturais e diversos espaços pedagógicos, a Feira Nacional da Reforma Agrária é um espaço de convite para que a sociedade conheça de fato o que é o MST e fortaleça o que o movimento chama de “aliança campo e cidade”, ou seja, o elo entre os trabalhadores urbanos e rurais.

A matéria conta a experiência de Estefani, uma sem-terrinha (como são chamados os filhos dos militantes do MST) no evento. A partir da experiência da criança, o texto mostra exemplos de experiências organizativas do MST na própria feira, como a ciranda - que, assim como a creche na ocupação Carolina Maria de Jesus, é o espaço pedagógico para as crianças ficarem durante o tempo de trabalho dos pais. Uma das atividades da Ciranda Paulo Freire foi a Feirinha, atividade em que as crianças sem-terra saíram pelo parque onde era realizado o evento para oferecer alimentos agroecológicos às crianças da cidade que visitavam o espaço. Em diferentes momentos do texto, as falas de Estefani ressaltam que a relação pedagógica e de solidariedade do movimento em relação à sociedade já é ensinada desde cedo.

"O que eu mais gostei do que a gente fez foi a Feirinha. Foi legal, a gente deu frutas pras crianças de fora, demos uma volta no parque. Elas pegavam as frutas e nos diziam: obrigado", lembra. (BDF - 06/05/2018)

"Eu quero muito que as coisas da minha casa, tipo assim, os produtos, essas coisas, sejam a comida da escola. Um dia o pessoal da cidade vai comer a nossa comida saudável também, sem agrotóxico. Na escola, quando eu como o tomate, me dá afta, e quando eu como o que a gente faz em casa, não dá afta", ressalta Estefani. (BDF - 06/05/2018)

A criança também revela que conversa com os colegas da escola sobre o MST. Mais uma vez, a cotidianidade aparece no Brasil de Fato como um elemento importante para mostrar os vínculos entre os sujeitos mais vulneráveis e que esses laços podem ser construídos a qualquer momento. O texto descreve Estefani como “futura dirigente”, o que mostra não

apenas a sensibilidade do jornal em apontar o protagonismo das meninas e mulheres nos espaços de direção dos movimentos e de liderança nas lutas políticas, mas também a projeção de que a organização popular ainda será necessária no futuro. Além disso, esse tipo de conteúdo, assim como o produzido no podcast Radinho BdF, apresentado no primeiro capítulo, reforçam um entendimento do jornal de que crianças são sujeitos políticos e que precisam ter sua opinião e experiências valorizadas, o que não é uma abordagem comum na mídia comercial.

"Sempre explico [o que é o MST] para minha amiga Gabriela, que é uma das minhas melhores amigas da escola. Ela sempre pede pra ir lá em casa pra ver e saber. O que eu digo é que a gente só quer plantar. Porque quando a pessoa não quer plantar, tem tudo aquilo e não quer fazer as coisas, a gente quer. A minha família sempre quis ter um terreno, né?", diz. (BDF - 06/05/2018)

A relação entre campo e cidade também é um tema relevante para o jornal, que se preocupa em destacar o recorte de classe nesses dois espaços. A matéria "Agricultores Urbanos: uma experiência da periferia", de Vitor Taveira no podcast Momento Agroecológico, por exemplo, expressa essa relação. A matéria inicia historicizando o processo de urbanização no Brasil, destacando que a ocupação urbana nos grandes centros, que levou à formação das favelas, está diretamente relacionada com o êxodo rural. Essa articulação é a estrutura de toda a matéria, que busca destacar a importância da organização popular a partir de uma experiência local, mesmo que esta não esteja vinculada a um movimento estadual ou nacional, como são o MST e MLB, citados anteriormente.

A história do povoamento de morros e favelas tem muito a ver com a migração das populações rurais, como camponeses, indígenas e quilombolas. No Espírito Santo, o coletivo Agricultores Urbanos busca resgatar essas raízes e promover a agricultura urbana a partir do Morro do Cabral, na capital Vitória. (BDF - 02/03/2018)

Mais à frente no podcast, o jornalista destaca que a iniciativa da agricultura urbana, além de ser uma experiência organizativa solidária, a exemplo das hortas comunitárias cultivadas no local, também pode ser uma fonte de renda para os moradores. O elemento do cotidiano reaparece nesse episódio expressando como a organização da periferia faz emergir o popular a partir das suas dinâmicas próprias e dos laços de coletividade que permeiam a relação entre os moradores.

Esse trabalho concretiza uma nova etapa em abril, quando junto com outros grupos comunitários será realizada a primeira feira de produtos locais numa praça das proximidades do Morro do Cabral. A ideia é poder gerar também alternativas de renda e recursos, já que muitas pessoas estão desempregadas. Dependiam de trabalhos vinculados à construção civil, que sofre com a desaceleração da economia nos últimos anos. (BDF - 02/03/2018)

A cotidianidade e as relações entre trabalhadores também aparecem em outro tema comum em periferias e pequenas cidades: o fiado. Na matéria “Crise econômica aumenta venda de ‘fiado’ nas periferias”, de Angélica Feitosa, publicada em 08 de julho de 2022, uma pauta nacional é usada como gancho para trazer uma experiência que vai além da questão financeira. O modo como o jornal traz a experiência da venda de fiado entre os pequenos comerciantes e os moradores de um bairro expõe que a prática é também uma expressão das relações de confiança entre os vizinhos, deixando em evidência o que Martín-Barbero (1997) aponta: “É no bairro que as classes populares podem estabelecer solidariedades duradouras e personalizadas” (p. 274).

Por serem vizinhos, o risco do calote é menor. “Eu moro aqui há muitos anos antes de montar o comércio. Conheço todos os vizinhos. Mas isso não impediu que eu levasse um calote. Mas foi um calote pequeno, de mais ou menos uns 100 reais e só foi um, por enquanto, e, se Deus quiser, o único”, rir-se. (BDF - 08/07/2022)

A matéria também destaca que a relação próxima entre os comerciantes e moradores também aponta uma fissura da lógica de lucro e acumulação do capitalismo. O laço entre as pessoas é mais forte que a simples troca comercial, dando espaço para uma solidariedade que emerge da compreensão de que ambos - comerciante e consumidor - são todos trabalhadores e, no fim, enfrentam o mesmo desafio de sobreviver. Dessa forma, o popular emerge no jornal como uma potência que subverte a ordem econômica e social, mesmo que no campo das relações locais.

Francisco Holanda é dono, há 30 anos, de um pequeno mercadinho na rua Leão do Norte, no bairro Vila Peri. Hoje, tem cerca de 30 clientes que compram pela caderneta. E nem todos pagam direitinho. “Todos os meses, levo um ou dois calotes”, contabiliza. Ele coloca o preço que está anunciado e não coloca juros em cima da mercadoria. “O pessoal já ganha pouco e, se eu for cobrar a mais, o salário se acaba”, atesta.

O radialista Elvis Marlon, 48, é cliente de Gladson há, pelo menos, dois anos. Ele mora a quatro casas de distância da bodega e, se estiver cozinhando e faltar algum ingrediente, corre para lá e compra. “Eu sempre pago porque, se não, ele não vende, né?”, brinca. (BDF - 08/07/2022)

A compreensão do vivido como um lugar de resistência é também a tônica da série de reportagens especiais produzida pelo jornal em março de 2022. Intitulado “Especial Mulheres em Luta - as outras histórias do 8 de março”, a proposta das matérias é visibilizar histórias de mulheres “comuns” - em sua maioria, negras e periféricas - cujas lutas apontam diferentes recortes em relação aos processos de resistência feminina. Ao deixar em evidência a força do cotidiano como espaço de construção de estratégias de enfrentamento às desigualdades, o jornal também deixa explícito um deslocamento que ele mesmo fez ao longo da sua trajetória:

além da militância nos movimentos sociais, as relações do dia a dia também são um importante espaço de expressão do popular.

A palavra "luta" é muito utilizada por movimentos populares para descrever a resistência organizada. No entanto, ela define muito mais do que a militância propriamente dita, principalmente no caso das mulheres. Neste 8 de março, Dia Internacional de Lutas das Mulheres, o Brasil de Fato procurou histórias de guerreiras que, para além da linha de frente de manifestações, do alto de carros de som ou do corpo de grandes organizações políticas, vivenciam no dia a dia a resistência nas suas mais diversas formas. (BDF - 08/03/2022)

O especial traz nove matérias com histórias de mulheres de diferentes realidades, como a de uma trabalhadora rural, uma agente comunitária de saúde, uma mulher trans e uma liderança comunitária. A escolha das personagens evidencia a preocupação do jornal em dar visibilidade a diferentes temas sensíveis, como feminismo, diversidade sexual, questão racial, vivência nas periferias e maternidade. O título de cada reportagem segue praticamente o mesmo padrão: o nome da personagem seguido de três características centrais da história, como em “Jessica Monteiro: prisão, maternidade e o direito à dignidade”. A única matéria que foge a esse formato é “Desemprego e o asfalto como lar: a resistência das mulheres em situação de rua”, que traz cinco personagens. Esse formato chama a atenção por deixar a mulher em primeiro plano, ressaltando que elas são o elemento central da história. Além disso, as matérias buscam humanizar e romper estereótipos envolvendo a vida das personagens. Em “Evellyn Silva: mulher trans, trabalhadora e independente”, por exemplo, a questão da transexualidade é o pano de fundo para mostrar os desafios de uma jovem no mercado de trabalho. O que também chama a atenção é que a matéria abre e fecha falando de sonhos, de perspectivas de futuro - uma dimensão que muitas vezes sequer é considerada na vivência das pessoas transexuais. Mesmo sem trazer diretamente isso no texto, o que a reportagem faz emergir é a narrativa da construção de uma vida possível a partir do trabalho digno, de um futuro que efetivamente pode existir.

“Quando eu era criança sonhava muito em ser modelo, depois fui trabalhar no comércio e agora estou em uma empresa de telemarketing. Nessa última empresa eu tive uma experiência como treinadora e gostei muito da área de recrutamento de pessoas”. O tema trabalho permeia toda a narrativa da vida de Evellyn Silva, 29 anos, moradora da cidade de Abreu e Lima, Região Metropolitana do Recife. (BDF - 08/03/2022)

Sobre seu futuro, a mulher de cabelos longos e fortes enfatiza: “Meu maior medo agora é não ter minha independência. Me vejo daqui uns anos formada em Recursos Humanos, no trabalho que eu quiser. E para todas as trans, gostaria que o mercado de trabalho fosse mais aberto, sem discriminação e preconceito”, conclui. (BDF - 08/03/2022)

Matérias como essas do especial destacam um dos elementos centrais do projeto editorial do Brasil de Fato: a articulação entre gênero, classe e raça. A relação entre esses diferentes elementos expressa o que Heleieth Saffioti (2015), uma das maiores pesquisadoras feministas brasileiras, nomeia como um “nó” que torna ainda mais complexa a situação das mulheres. Para ela, uma análise profunda da realidade deve, necessariamente, levar em consideração que o racismo, o machismo e a desigualdade social não se expressam de forma isolada uns dos outros, mas sim como um nó firme e indissociável. Esse nó formado pelas contradições de gênero, raça e classe resulta num elemento novo, que é diferente da mera soma dessas determinações. “Não se trata de somar racismo + gênero + classe social, mas de perceber a realidade compósita e nova que resulta desta fusão” (p. 122). Em essência, o que a pesquisadora aponta é que o capitalismo, o patriarcado e o machismo são parte de uma mesma estrutura de opressão e que o enfrentamento a esses problemas precisa ser feito de modo a perceber essa indissociabilidade. Ao olhar nossa história e presente a partir desse viés, nos desfazemos do lugar da consciência, como apontado por Lélia González (2020) no capítulo anterior, que é a dimensão da alienação, do esquecimento, e fazemos emergir o lugar da memória, isto é, o lugar que restitui uma história que não foi escrita (p.70).

No caso do Brasil de Fato, esse entendimento se expressa, por exemplo, no modo como a cobertura das matérias busca trazer uma dimensão coletiva para a lutas das mulheres, priorizando a experiência das trabalhadoras, tanto do campo quanto da cidade, e dos movimentos sociais; no modo como a questão racial é demarcada nos textos, ainda que não seja o tema principal das matérias; e como o feminismo pautado pelo Brasil de Fato expressa o protagonismo das mulheres nas lutas sociais como um todo, não apenas aquelas que tocam especificamente as questões relativas ao que é considerado feminino.

A cobertura do 8 de março, Dia Internacional das Mulheres, é um dos exemplos que evidenciam essa linha do jornal. A edição 159, de março de 2006, por exemplo, deu destaque para a luta das mulheres do campo com a chamada “Mulheres em ação contra o agronegócio”. Já na edição 367, de março de 2010, a manchete “Mulheres pautam suas ações no 8 de março” aponta um panorama da cobertura das mobilizações feministas em todo o país. A foto da marcha de duas mil mulheres de Campinas (SP) com destino a São Paulo acompanha o texto, evidenciando a preocupação do veículo em reforçar o protagonismo e a grande mobilização das mulheres nesse mês de lutas. O posicionamento do site em destacar a luta feminista também aponta a preocupação em salientar o papel político das mulheres, colocando-as como polo ativo em defesa de direitos, e não em condição de passividade em relação à busca por proteção do Estado.

No site, as matérias de cobertura dos atos feministas também seguem com destaque, como em “No campo e na cidade, mulheres se unem contra o machismo e a fome; veja como foi o 8 de março”, de 8 de março de 2022, que traz um panorama das mobilizações pelo país. Como mencionado anteriormente, o enquadramento que o jornal dá à luta das mulheres é de modo a relacionar o protagonismo feminino nas lutas gerais do país, não apenas nas pautas diretamente relacionadas à vida e aos direitos das mulheres. Na matéria citada, por exemplo, a pauta da fome tem sido uma bandeira de luta central dos movimentos sociais desde o início do governo de Jair Bolsonaro e que se tornou ainda mais urgente com a pandemia. Articular as lutas contra o machismo e a fome no título da matéria evidencia essa preocupação em apontar que, não apenas as questões das mulheres são transversais à sociedade, como também as pautas consideradas “gerais” ganham mais força com a luta e o protagonismo feminista.

Essa dimensão aparece ainda com mais força na matéria “Mulheres lideram atos contra Bolsonaro no Brasil e no mundo”, de setembro de 2018. As mobilizações com a pauta do “#EleNão”, em referência à rejeição à eleição de Jair Bolsonaro como presidente do país, ganharam as ruas dentro e fora do Brasil e se tornaram a maior mobilização contra o então candidato à presidência no período eleitoral. As falas das mulheres entrevistadas também expressam que a mobilização se dá pela preocupação feminina com o rumo geral da política no país sob uma perspectiva de classe, o que evidencia a importância da luta feminista na transformação radical da sociedade.

A estudante Tainá saiu do ABC Paulista, região metropolitana de São Paulo, para participar da marcha na capital. “Ele [Bolsonaro] representa um modelo de sociedade que nós não toleramos mais. Estamos aqui negando a candidatura dele”, afirmou. Ela disse ainda que o ato é uma forma de gritar contra o extermínio das minorias e das mulheres.

Elisa Maria, da Marcha Mundial das Mulheres, participou do ato em Recife, onde 250 mil pessoas saíram às ruas. Ela avaliou que “Bolsonaro é a continuidade de Temer, mas nos moldes de uma ditadura agressiva. Queremos uma economia voltada para os mais pobres e não para os mais ricos”, concluiu a feminista. (BDF - 29/07/2022)

Já em “Mulheres foram protagonistas da resistência armada à Ditadura”, publicada em 06 de setembro de 2018, a repórter Emilly Dulce entrevista a historiadora Maria Cláudia Badan Ribeiro, que no momento lançava um livro sobre o assunto. A partir de um tema que também é caro para o jornal - a luta por memória, verdade e justiça em relação à Ditadura Militar - o texto também aborda desafios que as mulheres enfrentavam na época e enfrentam até hoje, como o vínculo com o espaço privado e a descredibilização das mulheres em espaços públicos, ainda mais como protagonistas. Ao dar evidência ao papel das mulheres na luta pela democracia, o jornal também busca romper com uma tradição seletiva em que só homens

figuram como heróis ou protagonistas de importantes momentos históricos, reafirmando a centralidade da contribuição feminina em lutas decisivas do nosso país.

Em entrevista ao Brasil de Fato, a pesquisadora apresenta reflexões sobre o legado emancipatório dessas rebeldes e desmonta equívocos e preconceitos difundidos pelos agentes da ditadura militar. As militantes romperam com sociedade e família para integrarem a frente de batalha.

"Historicamente, no Brasil, a figura do desobediente político é sempre do homem, a mulher fica reservada ao lar ou tem uma pequena esfera de ação dentro das tarefas do cotidiano. Quando a mulher tinha alguma punição, diziam que ela tinha feito aquilo levada por alguém, nunca como uma decisão pessoal e independente, como se essa mulher não tivesse política na cabeça. Era uma questão que a repressão e a imprensa da época tentavam difundir, de que a mulher não tinha autonomia de militância, não era um ser político e tinha que ficar em casa". (BDF - 06/09/2018)

A presença das mulheres em espaços considerados masculinos também aparece em "Mulheres dominam o centro da roda de capoeira", escrita por Iasmin Chéquer. A questão do conflito entre os espaços públicos e privados e o machismo também aparecem na matéria como argumento para apontar a dificuldade das mulheres em fazer parte da capoeira, como expressa Karina Ferreira, organizadora do evento "Capoeira: mulher na roda", que foi o gancho da pauta.

"A participação do homem no universo da capoeira sempre foi mais intensa do que a da mulher, mas acho que por uma questão cultural. A mulher é mãe, é dona de casa, tem responsabilidades que nem passam pela cabeça do homem e isso dificulta a possibilidade de ter a mesma participação, com a mesma frequência que o homem. Mas não as impede", reflete. (BDF - 19/03/2018)

Outra notícia que traz o mesmo recorte é "O lugar da mulher quando a arte é resistência", publicada em 04 de março de 2022. O texto de Camilla Lima, que discute o papel da mulher na produção artística dentro e fora dos palcos, dá voz a artistas de coletivos feministas para discutir o papel feminino na cultura. As entrevistadas trazem uma dimensão estrutural e coletiva para a questão, o que dialoga com a postura do veículo em apontar as desigualdades a partir de um olhar sistêmico e articulado.

Mas para além do palco, onde estão as mulheres? Iluminação, direção, roteiro, hoje, um número crescente de coletivos feministas têm levado essa discussão para a cena cultural cearense. Esses grupos reforçam a importância de buscar papéis historicamente exercidos por homens brancos, o objetivo é justamente serem protagonistas de suas próprias histórias. Como enfatiza Marina: "Mulher é resistência, então na arte ela é necessária, completamente necessária por questões de representatividade também, por que a mulher ela vai trazer esse outro olhar para o mundo, diferente dos padrões impostos pelo patriarcado, a mulher move estruturas". (BDF - 04/03/2022)

E nesse movimento, elas não vão sós, elas chegam em multidão: "Ser mulher na arte tem também uma responsabilidade de fazer com que outras mulheres apareçam, responsabilidade de trazer à tona nomes que foram esquecidos, eu acho que é também um espaço de fazer ecoar a nossa voz e de dar seguimento ao trabalho de tantas outras mulheres que já trabalharam tanto para que eu estivesse aqui cumprindo essa função", reitera Edla. (BDF - 04/03/2022)

O que se percebe é que o tipo de feminismo que o Brasil de Fato faz emergir é um feminismo que articula questões de gênero, raça e classe, em experiências ligadas aos territórios do campo e da cidade, recuperando apagamentos feitos pela tradição seletiva e que se preocupa em combater o patriarcado de forma estrutural. Esse tipo de feminismo, nomeado pelos movimentos que apoiam o jornal como feminismo popular, aparece de forma mais explícita na coluna “8 de março, dia de radicalizar a esperança no Brasil”, escrita por Nalu Faria, coordenadora da SOF - Sempreviva Organização Feminista, uma entidade ligada ao movimento Marcha Mundial das Mulheres, que faz parte da articulação que subsidia politicamente o Brasil de Fato. No texto, publicado em 1 de março de 2023, a dirigente aponta o caráter transversal da luta feminista.

Nesse sentido, as políticas de igualdade e diversidade devem ser implementadas de forma transversal em todas as esferas da sociedade, combatendo dessa forma o racismo, o machismo e a LGBTfobia estruturais. A construção da igualdade para as mulheres, em todas as suas dimensões e diversidade de classe, raça e sexualidade, necessita de políticas universais combinadas, com ações afirmativas de ruptura com a divisão sexual e racial do trabalho; de socialização do trabalho doméstico e de cuidados; de ações para erradicar as causas da violência contra as mulheres; e da defesa da autonomia das mulheres sobre seus corpos e sexualidade. (BDF - 01/03/2023)

Esse posicionamento do jornal se evidencia também a partir das pautas que destacam as vozes de mulheres negras. Na entrevista da jornalista Gabriela Amorim com a ativista do feminismo negro Valdecir Nascimento, as lutas das mulheres negras são o centro da conversa, permitindo uma explicação didática da entrevistada sobre as particularidades do feminismo negro e a necessidade de se fazer o recorte racial especialmente considerando a realidade brasileira. As próprias aspas da conversa que foram para o título da matéria - “Nós mulheres negras estamos incidindo politicamente desde que chegamos aqui”, anuncia a historicização dessa luta.

Então vale destacar que o que o Feminismo Negro faz hoje no Brasil e no mundo é colocar luz, chamar atenção que não é possível nada sem nós. E que as nossas agendas se diferenciam, porque elas são fruto do território, da identidade e do pertencimento humano ao qual nós estamos vinculadas. Então, não são as mesmas lutas. Quando se fala no Brasil de democracia: democracia para quem? Quem vive em democracia? Quando as pessoas querem chamar nossa atenção para as guerras que estão ocorrendo fora, nós afirmamos: a guerra no Brasil é contra os negros. (BDF - 13/03/2022)

Os desafios das mulheres negras na política também são tema da edição do podcast Prosa e Fato de 18 de julho de 2022. O programa discute a baixa representação das mulheres negras nos espaços institucionais, como no Congresso Nacional, e entrevista duas mulheres

negras, a psicóloga Larissa Borges e Piedade Marques, coordenadora da campanha “Eu Voto em Negra”. É importante ressaltar que essa combinação de fontes - uma mais institucional, técnica ou acadêmica e outra mais ligada às organizações populares, especialmente em matérias de cunho analítico, é bastante presente nas matérias do jornal, tanto em texto quanto em áudio, evidenciando a preocupação do veículo em mostrar as visões de diferentes saberes.

Já a reportagem “‘Nós queremos viver com dignidade nesse país’, diz ativista negra”, anuncia no próprio título a questão central que o texto debate, que é o enfrentamento ao racismo. A matéria é contextualizada pelo Dia da Mulher Negra, Latino-americana e Caribenha, celebrado em 25 de julho, data instituída em 1992 a partir do 1º Encontro de Mulheres Negras, Latino-americanas e Caribenhas realizado em Santo Domingos (República Dominicana). Quatro anos antes, em 1988, Lélia Gonzalez escreve “Por um feminismo afro-latino-americano”, em que a socióloga reflete sobre uma das principais contradições do movimento feminista, que é a exclusão de negras e indígenas, e por consequência, da pauta antirracista, do centro das lutas e debates das mulheres. Na entrevista de Paula Adissi com a professora e ativista Vânia Fonseca, o debate de temas como políticas afirmativas, feminismo negro e o racismo estrutural no Brasil também evidenciam o que Gonzalez e as mulheres do encontro de Santo Domingos questionaram: a necessidade de colocar a mulher negra e indígena como protagonistas das lutas feministas e da discussão sobre os rumos da sociedade.

Vânia - Quando a gente fala que, no Brasil, o racismo é estrutural, nós estamos dizendo que esta sociedade brasileira se estruturou dentro de uma linha em que se estabeleceu que as elites tinham direitos e que os grupos considerados inferiores, considerados descendentes de pessoas escravizadas, não deveriam ter direitos. Isso vai prejudicar a vida das mulheres porque este Brasil se estruturou dessa forma e poucas ações o Estado Brasileiro promoveu para modificar, transformar, para dar o direito às pessoas negras, especialmente às mulheres negras. O racismo está presente em todos os momentos, em todas as relações sociais, em todos os contatos que nós fazemos. Ele está instalado na mentalidade social do Brasil e ele também se verifica nas práticas cotidianas. Na verdade, racismo é isso, é uma proposta da sociedade de segregar as pessoas negras. É uma proposta de dizer que há pessoas, que há grupos humanos que são inferiores e grupos humanos que são superiores. O racismo se manifesta por causa do seu cabelo, por causa da sua anatomia, por causa da sua melanina na cor da pele. O racismo é uma doença que uma parte da sociedade brasileira ainda não se propôs a combater. (BDF-19/07/2018)

A questão do racismo aparece de forma transversal em várias matérias do jornal, mas o Brasil de Fato também busca dar prioridade a esse tema em pautas específicas. O 13 de março, dia da abolição da escravatura, embora seja uma data presente no calendário oficial, é bastante problematizada pelos movimentos sociais, em especial o movimento negro, por se tratar de uma abolição inconclusa, que foi feita sem dar condições para que os negros e negras, enfim libertos, pudessem ter condições dignas para se manter e serem efetivamente

livres no nosso país. Por isso, o 13 de maio é uma efeméride que ganha espaço no Brasil de Fato através dessa disputa de narrativa com o senso comum, buscando trazer as reflexões do movimento negro como o centro do debate para se pensar o passado e o presente.

Em 13 de maio de 2018, quando se completou 130 anos da abolição, o jornal lançou uma longa reportagem escrita por Juliana Gonçalves nomeada “130 anos de uma abolição inacabada - a lei que aboliu a escravidão após três séculos de trabalho forçado libertou e ao mesmo tempo abandonou pessoas”, que deixa explícito já pelo título o posicionamento do veículo sobre o tema. Interessante ressaltar que a linha fina da matéria usa o termo “pessoas”, reafirmando a humanidade - tantas vezes retirada - das pessoas negras. O primeiro parágrafo do texto aponta a contradição entre a abolição formal e a abolição “na prática”, e convoca estudiosos e militantes para trazer a crítica sobre a data - legitimando, mais uma vez, as lutas políticas no âmbito da ciência e das ruas.

Conservadora e curta, com pouco mais de duas linhas, a Lei nº 3.353, a chamada Lei Áurea, decretou, no dia 13 de maio de 1888, o fim legal da escravidão no Brasil. Mas se a escravidão teve seu fim do ponto de vista formal e legal há 130 anos, a dimensão social e política está inacabada até os dias atuais. Essa é a principal crítica de estudiosos e militantes dos movimentos negros à celebração do 13 de maio como o dia do fim da escravatura. (BDF - 13/05/2018)

A matéria segue questionando algumas abordagens do senso comum sobre o tema. Uma delas é de que a abolição teria sido um ato de bondade da Princesa Isabel e que se restringiu à assinatura da Lei Áurea. Mais à frente, a reportagem também desmente a romantização da escravidão e passividade das pessoas escravizadas - que é uma das bases do Mito da Democracia Racial que até hoje povoa o senso comum da sociedade brasileira.

Militante do movimento negro Katiara Oliveira fala sobre esse período com base em uma historiografia pouco explorada, mas verdadeira: “A abolição não se deu por uma simples assinatura. As revoltas e rebeliões, como tacar fogo no canavial, fuga para quilombos, suicídio, infanticídio, envenenamento dos senhores de engenho, causaram prejuízo para os senhores do engenho. Existiram várias formas de enfrentar o poder do senhor”. (BDF - 13/05/2018)

Até hoje, a desinformação sobre o período da escravidão é grande. A convivência harmônica relatada por literaturas da época como Casa Grande e Senzala, livro de Gilberto Freyre publicado em 1933, dão conta de uma escravidão limpa, sem grandes conflitos, como se fosse possível a existência de um sistema pacífico no qual um ser humano pode ser posse de outro. (BDF - 13/05/2018)

Em seguida, a reportagem convida especialistas para tratar da atualidade da questão racial em nosso país. Dessa forma, a matéria não apenas dialoga com as questões atuais, mas também provoca um exercício de historicização sobre a situação dos negros e negras no Brasil, conectando passado e presente para dar a dimensão estrutural do racismo na sociedade brasileira. O acesso a direitos básicos, a violência e o genocídio negro, a saúde da população

negra, a relação entre luta pela terra e resquícios da escravidão e o direito à moradia são algumas das discussões levantadas para apontar os desafios em relação à questão racial no Brasil. Aqui, o esforço é também não segmentar a luta contra o racismo como uma pauta isolada, pelo contrário: é a partir da transversalidade desse tema na formação e desenvolvimento da sociedade brasileira que o jornal faz aparecer o que Florestan Fernandes dizia: não é possível pensarmos num projeto de nação sem resolver a questão do negro em nosso país. As falas de Katiara Oliveira, do Coletivo Kilombagem, e Raumi Souza, do MST, abordam, respectivamente, essa articulação das diversas dimensões da luta popular.

Em um país cuja história, se reduzida a um período de 10 dias, viveu 7 dias sob regime escravagista, e que ainda apresenta formas radicais de racismo estrutural, é difícil falar sobre desigualdade em profundidade sem considerar racismo, machismo, heteronormatividade e LGBTfobia. (BDF - 13/05/2018)

Historicamente foi negado o direito à terra às pessoas negras do Brasil, então terra, raça e classe são fenômenos interligados. A maioria das pessoas que fazem parte dos assentamentos de reforma agrária é de pessoas negras, que descendem de pessoas africanas que foram escravizados no Brasil. A reforma agrária é uma forma também de reparação na desigualdade racial brasileira (BDF - 13/05/2018)

Nesse sentido, é possível perceber que o popular no Brasil de Fato enquanto expressão da classe trabalhadora foi ganhando mais camadas ao longo dos anos. Se, a princípio, o popular esteve mais diretamente relacionado a um processo de luta de massas, entendendo esta enquanto mobilização clássica dos movimentos sociais, o jornal decide incluir a cotidianidade como uma nova abordagem para expressar os espaços de resistência do povo. O que esse avanço possibilita enxergar é a preocupação do jornal em mostrar a complexidade e a diversidade da vida e das lutas das classes populares no Brasil, mas salientar a articulação entre gênero, classe e raça como uma dimensão que evidencia a transversalidade das lutas e da necessária unidade mesmo na diversidade entre esses sujeitos. Esse movimento do jornal contribui para retomar uma identidade nacional-popular que, como apontado anteriormente por Ortiz (1994), foi perdendo espaço para uma lógica de integração nacional em termos mercadológicos. No entanto, se articular as diferentes lutas dos sujeitos marginalizados enquanto expressão de uma classe trabalhadora organizada já é um desafio dentro da realidade brasileira, considerar as lutas internacionais como parte dessa mesma identidade em comum é ainda mais complexo. Para isso ser possível, o Brasil de Fato expressa como estratégia um princípio essencial para os movimentos sociais que o constrói: o internacionalismo.

3.2 POPULAR ENQUANTO DIMENSÃO INTERNACIONALISTA

A solidariedade internacional e o compromisso de valorização dos povos do Sul Global são elementos que ganham bastante evidência na produção jornalística do Brasil de Fato. Sul Global é um conceito utilizado na geopolítica para designar os países da periferia do capitalismo, como os da América Latina, África e Ásia, em contraposição ao Norte Global, liderado pelos Estados Unidos e Europa Ocidental. Em todas as capas das edições impressas analisadas, alguma região ou país do Sul Global é mencionado nas chamadas, inclusive nações que têm pouco espaço na mídia corporativa, como São Tomé e Príncipe, Nigéria, Haiti e Tailândia. Em várias edições, inclusive, a pauta internacional aparece com bastante destaque, como na edição 166, de maio de 2006, em que a manchete “Bolivianos recuperam a soberania”, em menção à reestatização de petróleo e gás no país promovida pelo presidente Evo Morales, é a chamada principal da capa e o tema do editorial da edição - “Presidente Evo Morales mostra um caminho” - que também aparece na primeira página do jornal.

A referência a essas nações também segue um direcionamento em comum. A maioria das notícias sobre países do Sul Global evidenciam processos de luta, mobilização e protagonismo da classe trabalhadora ou destacam a interferência dos países imperialistas, em especial os Estados Unidos, nessas nações. Na edição 177, por exemplo, de julho de 2006, das sete notícias mencionadas na capa, quatro são da editoria internacional - “Guerra no Oriente Médio - Muçulmanos se unem contra ataques de Israel à Palestina e ao Líbano”, “Movimentos haitianos se organizam por mudanças”, “Mexicanos nas ruas contra as fraudes” e “Missão investiga ação dos EUA no Paraguai”. Já na edição 02, de março de 2003, outras três menções: “Povos resistem ao terror de Bush e provocam crise no império”, “Estados Unidos apertam o cerco à América Latina” e “Na Argentina, dez mil operários ocupam fábricas”.

Na edição 12, de maio de 2003, a foto de uma criança palestina com uma pedra na mão em frente a um enorme veículo blindado israelense na Faixa de Gaza é uma síntese do que a linha editorial do Brasil de Fato quer fazer emergir: os povos oprimidos de todos os lugares do mundo, mesmo com um inimigo muito maior à frente, seguem resistindo à dominação imperialista. Essa compreensão é importante porque vai de encontro a uma narrativa hegemônica que bebe de teses como a do cientista político Francis Fukuyama, que, após a queda do Muro de Berlim em 1989, decretou o “fim da história”, apontando, em linhas gerais, que a derrocada do socialismo significava que, dali em diante, o liberalismo seria o motor que movimentaria o mundo sem que houvesse uma resistência à altura da força do

capital (CARTA CAPITAL, 2019). O que o Brasil de Fato busca valorizar é que a luta de classes segue viva e que a resistência ao capitalismo ganha força justamente nos países que mais sofrem com a exploração desse sistema - as nações periféricas do globo, ou o Sul Global.

No entanto, é possível perceber também que o destaque para essas pautas nas edições impressas reflete uma visão mais distanciada do jornal em relação à classe trabalhadora no Brasil. Esse tipo de enquadramento sobre as lutas ao redor do mundo expressa uma linha editorial que traz reflexões mais densas, da ordem da disputa geopolítica entre centro e periferia global, com foco na crítica ao imperialismo estadunidense. Esse formato dialoga mais com um público mais politizado do que com um popular que se conecta com a vivência cotidiana dos trabalhadores do nosso país. Inclusive, os próprios termos usados nas capas, como “soberania” e “utopia” na edição sobre a Bolívia, ganham mais sentido para quem já assume uma posição de esquerda, sendo menos claras para o público em geral.

Com a virada estratégica do jornal em 2013, a editoria Internacional também é ajustada para dialogar com esse sujeito que antes não se conectava com o Brasil de Fato. Para isso, as notícias do site e radioagência vão explorar novas abordagens para as pautas, tendo a ideia de identidade entre os trabalhadores no mundo como um elo central. O que o jornal busca evidenciar é que, mesmo a partir de diferentes contextos e realidades, os povos oprimidos têm muito em comum, sobretudo no que tange ao seu papel dentro da divisão internacional do trabalho no sistema capitalista e às suas estratégias coletivas de resistência.

O especial “Exploração mineral: dor e miséria na África do Sul” traz seis reportagens que debatem a situação da mineração do país, desde a situação de exploração dos trabalhadores até a tentativa das mineradoras de cooptar as igrejas para facilitar a entrada das empresas nas comunidades. Na matéria “Como vivem os trabalhadores da mineração após o Apartheid”, de Márcio Zonta, a descrição do espaço em que vivem as famílias ligadas à atividade mineradora é trazida com detalhes para contextualizar a situação local e sensibilizar para a questão.

Tudo por aqui é cinza: os casebres, as poucas árvores que restaram, o solo, as crianças que jogam bola na rua, as mulheres e homens que andam na vila comida pela mineração, estendida para além de suas cercanias. Nada se difere da mina de carvão e da vida social cotidiana ao redor. A poeira do carvão democraticamente alcança a todos e todas, enquanto o lucro somente à mineradora anglo-australiana BHP Billiton, que explora carvão na cidade de Emalahleni, há 100 km da capital, Pretória. Uma zona miserável é forjada pela exploração de carvão na vila agrícola nos últimos 25 anos. Nas comunidades rurais que existiam antes da chegada da mineração de carvão e as que se formaram pela promessa de renda, emprego e prosperidade são iguais; não existe nada: água, eletricidade, escola, tratamento de esgoto ou qualquer sinal de serviço público. As famílias foram cada vez mais se aproximando da mina

para se utilizarem dos rejeitos do carvão para fazerem o fogo, que propicia o preparo da comida; utilizam a água completamente insalubre para cozinhar e beber.

A série de reportagens é produzida com o apoio do Movimento pela Soberania Popular na Mineração (MAM), uma organização brasileira que reúne pessoas afetadas pela exploração mineral em seus territórios. Em nosso país, a situação vivida pelas comunidades impactadas pela mineração não é muito diferente daquela da África do Sul. No podcast Bem Viver de 14 de julho de 2022, por exemplo, a atividade mineral vira pauta a partir do projeto “De Olho na CEFEM”, em referência à sigla para a Compensação Financeira pela Exploração Mineral. O estudo aponta que a compensação financeira da mineração não muda a realidade de boa parte das famílias afetadas por ela, mas sim contribui para a concentração da riqueza.

O projeto aponta que entre os três municípios que mais arrecadaram recursos da CEFEM em 2021, o campeão é Parauapebas (PA), com mais de R\$ 2,4 bilhões em recolhimento. Ao mesmo tempo, é a cidade com mais famílias em situação de extrema pobreza entre eles: 15.607. Em Parauapebas, conhecido como o município mais minerado do país, a população conta com apenas 45,7% de esgotamento sanitário adequado e somente 27,3% dos moradores do município tem emprego formal. (BDF - 14/07/2022)

Ainda em relação à África do Sul, em julho de 2018, em memória aos 100 anos de nascimento de Nelson Mandela, o Brasil de Fato fez um especial “Poder para o povo! - Centenário de Nelson Mandela”, em que militantes e políticos analisam o legado do ex-presidente e revolucionário sul-africano. A partir da voz de um dos fundadores do Movimento Negro Unificado (MNU), grupo de referência da luta antirracista no Brasil, o jornal aproxima as realidades do Brasil e África do Sul tomando como referência a influência do líder africano na organização do movimento negro em nosso país.

Segundo Milton Barbosa, fundador do Movimento Negro Unificado (MNU), organização pioneira fundada em 1978, a CNA e a luta de Mandela tiveram grande impacto na organização da população negra brasileira. O MNU foi responsável por organizar a primeira visita de Mandela pelo Brasil, em 1991.

"Mandela e a luta da África do Sul foi uma inspiração para nosso movimento. Já antes do MNU nós fazíamos a denúncia do racismo na África do Sul. Mandela foi uma esperança internacional, a personalidade dele era muito forte, ele era muito preparado e fazia um trabalho importante de formação de base. A fala oficial de Mandela aqui pela primeira vez no país foi o MNU que organizou. Foi um momento com muita sensibilidade", lembrou. (BDF - 18/07/2022)

No caso da América Latina, a questão racial é um dos pontos de partida para evidenciar o elo de ligação entre o Brasil e as outras nações do continente. Lelia Gonzalez (2020) já apontava essa questão quando criou o conceito de “amefricanidade”, uma categoria político-cultural que designa tanto a descendência dos africanos trazidos pelo tráfico negreiro

quanto aqueles que chegaram ao continente americano antes mesmo dos europeus (p. 123). A ideia de amefricanidade é, ao mesmo tempo, anti-imperialista, na medida em que questiona o porquê de o gentílico “americano” apenas se referir aos estadunidenses, e decolonial, pois se baseia em um novo sistema etnogeográfico de referência, a Améfrica, que é inspirada em modelos africanos (p.122).

As implicações políticas e culturais da categoria de amefricanidade (Amefricanity) são, de fato, democráticas; exatamente porque o próprio termo nos permite ultrapassar as limitações de caráter territorial, linguístico e ideológico, abrindo novas perspectivas para um entendimento mais profundo dessa parte do mundo onde ela se manifesta: a América como um todo (Sul, Central, Norte e Insular). Para além do seu caráter puramente geográfico, a categoria de amefricanidade incorpora todo um processo histórico de intensa dinâmica cultural (adaptação, resistência, reinterpretação e criação de novas formas) que é afrocentrada, isto é, referenciada em modelos como: a Jamaica e o akan, seu modelo dominante; o Brasil e seus modelos iorubá, banto e ewe-fon. Em consequência, ela nos encaminha no sentido da construção de toda uma identidade étnica. (GONZALEZ, 2020, p. 122).

Na matéria “Na Argentina, as vidas negras também importam”, de 23 de março de 2018, o título da notícia já traz em si a referência de um mote muito utilizado no Brasil na luta antirracista, “Vidas negras importam”³, que, por sua vez, se baseia no movimento americano *Black lives matter*. O texto é a cobertura de uma manifestação da comunidade negra argentina na véspera do Dia Internacional de Luta pela Eliminação da Discriminação Racial (20/03) cobrando políticas públicas do Estado em relação a essa parcela da população. Embora em contextos diferentes, especialmente pela menor proporção de negras e negros na população argentina em comparação ao Brasil, a matéria relata desafios semelhantes entre os dois países no enfrentamento ao racismo. A foto de Marielle Franco impressa em um dos cartazes da manifestação é, também, uma simbologia de que as lutas nas duas nações estão conectadas.

A comunidade negra aponta que tenta combater esta invisibilidade por meio de propostas como a de criação do Inafro (*Instituto Nacional de Assuntos Afro-argentinos, Afrodescendentes e Africanos*), que permitirá o desenvolvimento de políticas públicas transversais. Promover os direitos da população negra na Argentina não é uma questão apenas histórica, é também uma questão atual. A inclusão das contribuições da população negra para a cultura e a identidade nacional no currículo escolar é outra dívida pendente, como afirmam os participantes da ação. (BDF - 23/03/2022)

³ A expressão “Vidas Negras Importam” se tornou um símbolo da luta antirracista no Brasil, especialmente nos protestos contra a violência policial e o extermínio da juventude negra. A expressão original, *Black Lives Matter*, ganhou projeção em 2013 a partir de uma *hashtag* numa postagem no Facebook (BBC, 2020). Em 2020, o termo ganhou força e passou a nomear os movimentos e protestos contra o assassinato de George Floyd por policiais nos Estados Unidos, cuja repercussão mobilizou a comunidade negra de diversos países, como no Brasil, quando a expressão também se tornou um símbolo de resistência.

Já na entrevista “‘As favelas latino-americanas precisam se organizar politicamente’, diz ativista”, escrita por Kátia Marko, a unidade latino-americana emerge tanto a partir de um espaço político em comum como também a partir da cotidianidade. A narrativa do argentino Fidel Ruíz, militante de La Poderosa - uma organização de favelas que reúne quase 100 comunidades de 11 países do continente, incluindo o Brasil - sobre a relação inicial que tinha com a política encontra similaridades com o modo como a política é muitas vezes interpretada pelo popular nas comunidades periféricas do Brasil.

Nós nos acostumamos a organizações políticas que vão em busca de votos nas eleições e não para um fim social que realmente sirva ao bairro. Sempre subestimaram as lutas populares e os diferentes níveis sociais que existem nos territórios. E assim minha família foi se envolvendo, com o futebol e as atividades. Meus irmãos frequentavam um espaço de educação popular, de arte e assim fomos nos engajando, também porque todas crianças que viviam ao lado da minha casa começaram a participar desse espaço, então todas as mães também foram, e minha mãe, por exemplo, foi conhecendo o que era La Poderosa. (BDF - 17/07/2018)

Martín-Barbero (1997) traz reflexões sobre essa questão ao apontar que as associações populares cumprem o papel de desenvolver uma nova institucionalidade, e ressalta que o que se acentua nessas organizações é o projeto de uma democracia nova, “em que não se questiona a necessidade de partidos, mas sim o monopólio da política por parte destes, com sua concepção de política dissociada da vida cotidiana do povo” (p. 272). Na matéria em questão, não apenas os modos tradicionais de se fazer política são questionados pelo entrevistado, como também o futebol é apontado por ele como uma saída encontrada pela própria comunidade para se atuar politicamente. Em “La Poderosa”, a educação é o meio a partir do qual o popular emerge sua potência criativa, sendo um despertar para novas formas de democracia produzidas dentro do próprio bairro.

Para nós, o futebol popular é um espaço de educação popular, não um esporte. Entendemos que assim como o futebol é muito popular na Argentina, muitas das crianças sonham com ser jogadoras de futebol, com ser Messi ou Maradona, mas também entendemos que o futebol é o escape a todos os problemas que surgem na comunidade. Na falta de educação, na falta de trabalho, na falta de habitação, na falta de serviços públicos, de um espaço cultural, de um parque. Todas essas coisas tentamos contemplar ou discutir e começar a lutar através do futebol popular que é um dos espaços de educação popular que temos hoje em La Poderosa. E assim, comecei, e assim começou, La Poderosa, uma maneira diferente de se organizar. (BDF - 17/07/2018)

Além disso, o militante ressalta que as favelas já têm um saber próprio e lutam desde sempre, apontando que o papel da La Poderosa é, na verdade, ensinar a comunidade a reivindicar. O que se percebe aqui é a valorização do popular que emerge da cotidianidade,

que por si só é valorizada na sua dimensão política e que também pode ser atravessada pela organização comunitária, o que traz novas possibilidades e força à luta cotidiana dos moradores. A fala de Fidel Ruíz sobre o papel educativo e de resistência que se constrói dentro da comunidade salienta o que Martín-Barbero (1997) aponta sobre o papel dos bairros em forjar uma nova sociabilidade, em ser um elemento mediador entre o universo privado da casa e a esfera pública da cidade, em possibilitar às classes populares um espaço de identidade e reconhecimento (p.274).

Então, nos organizamos de maneira coletiva, assembleias semanais, onde vamos decidindo, vamos pensando e realizando coisas para o bairro. De uma praça até lutar para que urbanizem os bairros onde estamos e que haja moradia digna, lutar por isso. E fazemos várias coisas que nos faltam no bairro mas também buscamos uma estratégia para que se atendam às reivindicações do bairro. Sempre dizemos, nas *villas*, que por viver em uma situação de precariedade, sem água e sem gás, sem serviços públicos nem nada, vivemos desde cedo lutando e reivindicando. Então dizemos que a La Poderosa não nos ensinou a lutar, e sim, nós ensinamos ela a reivindicar porque os bairros já lutam desde sempre. E assim me envolvi e aqui estou, creio nessa maneira de construir, porque cresci assim. (BDF - 27/08/2018)

Outra linha do Brasil de Fato que expressa o internacionalismo é a partir da valorização de experiências de governos de esquerda, especialmente na América Latina. A defesa dos governos de Cuba e Venezuela, por exemplo, ganha prioridade na cobertura jornalística da editoria e se dá, de forma geral, a partir de duas escolhas políticas: no campo institucional, a partir da prioridade na cobertura dos fatos políticos desses países, como os processos eleitorais, e no destaque aos avanços sociais promovidos pelos seus governos; e a valorização de experiências culturais e organizativas produzida por seus povos. O que se percebe com esses conteúdos é que o jornal não só se contrapõe ao discurso hegemônico sobre esses governos e Estados - que são frequentemente associados ao autoritarismo, corrupção e pobreza - mas, principalmente evidencia um novo olhar sobre as realidades dessas nações. Ao passo que o jornal salienta os laços em comum entre esses países e o Brasil, fortalecendo a identidade latino-americana, ele também aponta as conquistas sociais e democráticas desses países como um horizonte de esperança para inspirar nosso povo e mostrar que existem outras realidades possíveis, muito mais justas e igualitárias do que a nossa.

Na reportagem “Em 16 meses, Cuba aplicou as vacinas que faria em 15 anos, diz médica cubana”, a entrevista de Michele de Mello com a Dra Ileana Suárez, presidenta da comissão de inovação científica de combate à Covid-19, em Cuba, por exemplo, deixa explícitos três elementos recorrentes na cobertura do Brasil de Fato na ilha: o êxito cubano no acesso da população a direitos básicos, como saúde e educação; a denúncia ao bloqueio

econômico dos Estados Unidos à ilha, que desde 1962 isola o país de relações bilaterais com outros Estados e sufoca a economia local; e os valores humanos e solidários do governo e povo cubanos.

A entrevista tem início dando destaque ao pioneirismo de Cuba na produção de vacinas contra a Covid-19, se tornando o primeiro e único país da América Latina a conseguir tal feito naquele momento. Para explicar essa conquista, a médica resgata um processo histórico em que o investimento na saúde passou a ser prioridade para o governo e o pleno acesso da população aos serviços básicos foi também fruto de uma política de Estado. Esse resgate é importante porque parte de uma pauta prioritária no jornalismo - as vacinas para a Covid - para evidenciar um tema mais profundo e que tem pouco espaço na mídia corporativa. Novamente, o caminho do jornal em partir do singular para o particular contribui para dar mais densidade ao texto e trazer um olhar historicizado sobre a realidade cubana, conectando a conquista da vacina com o processo revolucionário na ilha.

Há muitos anos Cuba criou uma indústria biotecnológica e farmacêutica. Observe algo que é mais interessante: criamos essa indústria numa etapa muito dura, logo após o fim do campo socialista, Cuba atravessava um momento econômico complexo. Foi quando Fidel Castro teve uma visão estratégica, e no momento em que o país tinha menos recursos, decidiu dispor de verbas para desenvolver a indústria. Nos anos 90, muitas pessoas não entendiam, mas agora entendem. (BDF -17/07/2022)

É muito representativo que a indústria tenha conseguido garantir mais de 40 milhões de vacinas. Isso é um fato extraordinário para um país pequeno. Talvez não para um país enorme como o Brasil, mas para Cuba, com 11 milhões de habitantes, ter alcançado a cifra de quase 39 milhões de doses aplicadas em apenas 16 meses, significa cerca de 15 anos nas campanhas normais de vacinação. (BDF -17/07/2022)

Mais adiante na entrevista, a médica explica o impacto do bloqueio econômico na ilha e como isso limitou o acesso do país a insumos básicos de saúde, como álcool e máscaras, num momento crítico como a pandemia. A fala da entrevistada evidencia também a estratégia do jornal ao tratar sobre o bloqueio - o foco é explicitar que a medida imposta pelos Estados Unidos fere, em primeiro lugar, os direitos humanos, atingindo diretamente a qualidade de vida e dignidade das pessoas. Esse enquadramento desloca o debate sobre a relação Cuba x Estados Unidos de uma discussão puramente econômica entre socialismo x capitalismo para uma reflexão sobre os valores éticos que atravessam essas duas ideologias.

Para alguns, que veem de longe, pode parecer um *slogan*, mas o bloqueio nos afeta e muito. Aquele que não entende o que é o bloqueio poderia fazer o exercício de pensar o quão difícil foi enfrentar a pandemia nos países que não estão bloqueados. Agora imagine enfrentar essa crise sanitária com um bloqueio injusto em cima, que dificulta tudo: a compra de materiais, a compra de insumos, a compra de equipamentos médicos que tenha algum componente estadunidense, o transporte... tudo. (BDF -17/07/2022)

Em contraste com a política apontada como desumana dos Estados Unidos diante da ilha e dos diversos países que não impuseram medidas mais restritivas durante a pandemia por conta da economia, a entrevistada destaca o posicionamento do governo cubano em relação aos dilemas sociais e econômicos aguçados durante o período pandêmico. A médica é clara em apontar qual a prioridade do governo cubano: cuidar das pessoas. E finaliza apontando a cooperação internacional como um caminho para um mundo melhor para todos. A fala de Suárez evidencia os valores socialistas como valores humanos e solidários, apontando, em essência, que um outro mundo, outras relações humanas e políticas, são possíveis.

Nessa ordem de prioridades, apesar de todas as restrições, sabíamos que primeiro tínhamos que salvar o que há de mais valioso num país: as pessoas. E depois poderíamos trabalhar para melhorar a situação econômica. Cuba tem vacinas, outros países têm maior capacidade de produção, outros podem oferecer esses recursos aos países que não receberam vacinas.

Há muitas formas de cooperação e eu creio que todas são válidas. Se queremos ter um mundo melhor, todas essas formas deveriam ser aceleradas, em função, principalmente, daqueles que não puderam acessar as vacinas ou que não possuem serviços básicos de saúde. É algo que Cuba diz há mais de 30 anos: um mundo melhor é possível, mas todos temos que nos ajudar. (BDF -17/07/2022)

Já em março de 2018, o Brasil de Fato esteve em Cuba para acompanhar de perto o processo eleitoral no país, que começou no dia 11 de março com a eleição da Assembleia Nacional e foi até dia 19 de abril, com a escolha do novo presidente. Além de explicar de forma didática como funciona o processo eleitoral na ilha, as nove reportagens produzidas durante a cobertura do Brasil de Fato ressaltam, dentre outros pontos, o caráter democrático do processo e as mudanças econômicas que o novo momento político anuncia, destacando que, apesar das transformações, o país segue sendo socialista.

Em “Composição da Assembleia Nacional de Cuba é uma das mais democráticas do continente”, de Fania Rodrigues, o alto percentual de participação da sociedade nas eleições é um dos destaques do texto - 82,9% dos eleitores foram às urnas, mesmo a votação não sendo obrigatória no país. Além disso, a matéria resalta a diversidade da composição da Assembleia Nacional eleita naquele momento - dos 605 deputados, 53% são mulheres, 40,6% possuem menos de 50 anos, 13% são jovens de menos de 35 anos e 40,5% são negros e pardos. Na entrevista de Alina Balseiro, presidenta da Comissão Eleitoral Nacional (CEN), também é destacado que o processo eleitoral cubano começa pelos bairros, de forma autogestionada, ressaltando a organização popular como elemento central da democracia da ilha.

Em entrevista exclusiva ao Brasil de Fato, a presidenta do CEN destacou o caráter popular e participativo das eleições legislativas cubanas. “Para entender a composição da Assembleia Nacional é

preciso entender também o sistema eleitoral cubano. A seleção dos candidatos que participam das eleições nacionais começa na base, com uma assembleia de vizinhos. Isso envolve a participação do povo desde a primeira etapa”, destacou Balseiro. De acordo com a presidenta da Comissão Eleitoral, a população participa de todas as etapas do processo eleitoral, incluindo a escolha dos candidatos.

“Pelo menos 47% dos deputados eleitos são fruto das assembleias dos núcleos de base de cada bairro. O que quero dizer é que isso flui de forma autônoma. Não existe nenhum tipo de pressão, tudo é feito de forma voluntária. As pessoas escolhidas nesses espaços são a própria representação do povo”, ressaltou a funcionária do Estado cubano, Alina Balseiro. (BDF - 13/03/2018)

O vínculo dos candidatos com o povo também é destaque na matéria “Nas ruas de Havana, cubanos falam sobre a eleição deste domingo”. Um dos entrevistados, o comerciante Ernesto Gomes, é um exemplo de que a organização popular é uma realidade na ilha e que o sistema eleitoral cumpre seu objetivo de ser uma expressão da autogestão dos trabalhadores. Mais à frente, o texto também dá voz a Arturo Ayala, integrante do Partido Comunista Cubano (PCC), que traz uma dimensão mais ampla sobre a questão da eleição cubana frente à disputa com o imperialismo estadunidense.

“As eleições em Cuba são um processo democrático, onde o povo escolhe os dirigentes que vão nos representar. Minha candidata, por exemplo, é uma pessoa que já atua em organizações de massa, é presidente do núcleo de base, e que tem sido muito ativa na solução dos problemas que temos no bairro”, diz o comerciante, que tem um mercado de frutas e verduras na região leste da grande Havana. (BDF-10/03/2018)

Para o integrante do Partido Comunista Cubano (PCC), Arturo Matute Ayala, o sistema político cubano é único no mundo, por isso é objeto de crítica. “O maior problema dos Estados Unidos com Cuba se deve ao fato deles não terem conseguido derrotar o sistema político e eleitoral cubano. Temos um sistema político controlado pelo povo, desde abaixo com os setores mais humildes pelas organizações de massa. São eles que fazem e aprovam as leis. É um sistema impenetrável. Esse é um país socialista, no nariz dos Estados Unidos, que eles não puderam derrotar”, resalta Arturo, de 70 anos, um quadro histórico do PCC. (BDF-10/03/2018)

O posicionamento do Brasil de Fato em relação a Cuba fica mais explícito quando o jornal entrevista ex-guerrilheiros para falar sobre as mudanças econômicas da ilha e a transição geracional que o governo estava vivendo - além da eleição de deputados mais jovens, o processo eleitoral de 2018 foi também o primeiro em 60 anos em que um Castro não seria eleito chefe de Estado do país. Raúl Castro, que até então ocupava o posto, havia anunciado no ano anterior que não mais se candidataria ao cargo, abrindo espaço para a eleição de Miguel Díaz-Canel. Na reportagem “Cuba vai mudar, mas não deixará de ser socialista, afirmam revolucionários de 1959”, de Fania Rodrigues, a entrevista com os ex-guerrilheiros é importante para reafirmar o triunfo da revolução, mas também anunciar que ela está em movimento, o que é necessário para dar conta dos novos desafios do país.

Orgulhoso da revolução que ele ajudou a construir, hoje, 60 anos depois dos primeiros passos como guerrilheiro, Ciro del Río acredita que os cubanos estão prontos para uma nova etapa do socialismo. “A mudança está vindo com uma nova geração de políticos, mas ela também vem carregada de um novo desenvolvimento científico e cultural”, diz o coronel da reserva das Forças Armadas Revolucionárias (FAR) de Cuba, exército regular do Estado.

Ao fim da reportagem, a jornalista traz um posicionamento que expressa diretamente a linha editorial do jornal. Aqui fica claro que o Brasil de Fato assume o papel de formação nos termos apresentados por Williams (1979) na medida em que ele se coloca enquanto um movimento com um posicionamento político específico, que expressa, nesse caso, não apenas a defesa do socialismo cubano, mas também o popular defendido pelo jornal. Martha Harnecker (2018), uma das mais importantes marxistas latino-americanas e que vivenciou de perto as experiências revolucionárias de Cuba, Nicarágua e os governos de Salvador Allende, no Chile, e Hugo Chávez, na Venezuela, sintetiza esse popular no que ela chama de “nova cultura de esquerda”:

Uma cultura pluralista e tolerante, que priorize o que nos une e deixe em segundo plano o que divide; que promova a unidade em torno a valores como a solidariedade, o humanismo, o respeito às diferenças, a defesa da natureza, rejeitando o afã do lucro e as leis do mercado como princípios orientadores da atividade humana. Uma esquerda [...] que seja capaz de criar espaços de encontro e de luta para amplos setores, porque constatar que somos muitos os que estamos na mesma luta é o que nos faz fortes, é o que nos radicaliza (HARNECKER, 2018, p. 271).

Como guardiões da revolução, os heróis cubanos estão vivos, lúcidos e fazem questão de dizer o que pensam. São críticos, generosos, otimistas e, sobretudo, parecem estar sempre prontos para o combate, ainda que tenham abandonado as armas há quase seis décadas.

E é com espírito revolucionário que Cuba vai encontrando seu caminho, livre e independente, como definem os ex-guerrilheiros, mas, também, pelas ruas de Havana, onde o Brasil de Fato encontrou com um povo crítico, politizado, que fala o que pensa e que pontua o que está bem e o que está mal no atual modelo político e econômico. Além disso, percebe-se também um povo disciplinado, que sai de casa para votar e decidir seu futuro. (BDF - 23/03/2018)

A proposta do jornal de garantir uma cobertura ampla dos processos de organização e mobilização popular em diversos países, especialmente do Sul Global, evidencia um esforço quase pedagógico do Brasil de Fato para apresentar uma narrativa que supere a visão conservadora da mídia corporativa sobre o tema, em especial quando se trata dos governos de esquerda. No entanto, o grande desafio percebido nas análises ainda é gerar um interesse e identificação do público com essas pautas, já que a construção de uma identidade de classe e de laços de solidariedade internacional é um processo difícil e ainda distante para a maior parcela da sociedade. Para alcançar esse público mais amplo, o Brasil de Fato entende que não basta ter um bom conteúdo, é necessário que ele chegue com mais eficiência até as pessoas.

Diante disso, o popular ganha um novo sentido na produção jornalística: o de elemento quantificador.

3.3 POPULAR ENQUANTO ELEMENTO QUANTIFICADOR

A dimensão do popular enquanto elemento quantificador perpassa não apenas uma questão numérica, de alcance de público ou volume de acessos em relação aos conteúdos produzidos. No caso do Brasil de Fato, é importante considerar que tipo de público é esse que o jornal pretende atingir e quais as estratégias que ele utiliza para chegar até o perfil buscado. As mudanças estratégicas do jornal, especialmente a partir de 2013, pretendem atingir de forma mais clara o sujeito da classe trabalhadora, e, para isso, o jornal tem buscado explorar novas plataformas e adaptar seu conteúdo para caber nesses novos formatos. Dentre os espaços disputados pelo Brasil de Fato, porém, alguns meios por si só já oferecem potencialidades por serem acessíveis a grande parte da população e fazerem parte do dia a dia também dos trabalhadores.

Um dos exemplos mais claros é o rádio. Ainda hoje, ele é um meio de comunicação com grande audiência no Brasil, sendo consumido por 83% da população. É o que aponta a pesquisa Inside Radio 2022, um estudo anual produzido pela Kantar Ibope Media sobre o perfil de consumo de rádio no país (figura 6). Segundo o levantamento, a proporção de ouvintes da rádio pelo recorte econômico da população chega bem próximo ao perfil de como está dividida a sociedade: 44% dos ouvintes são da classe A e B e 41% da classe C. Já em relação à idade, o público que consome rádio é mais velho, sendo predominantemente entre as faixas de 30 a 39 anos (22% dos ouvintes) e 40 a 49 anos (20% dos ouvintes). Já em relação aos meios de consumo, embora o uso do celular tenha crescido, o aparelho de rádio comum ainda é o principal meio a partir do qual o público ouve rádio, sendo utilizado por 80% dos ouvintes.

NOS OUIDOS DE TODOS PÚBLICOS

Sendo ouvido por uma grande quantidade de brasileiros, o perfil dos ouvintes de Rádio fica próximo ao da população. Destaque para os adultos com mais de 30 anos e da classe AB que possuem afinidade destacada para consumo do meio.

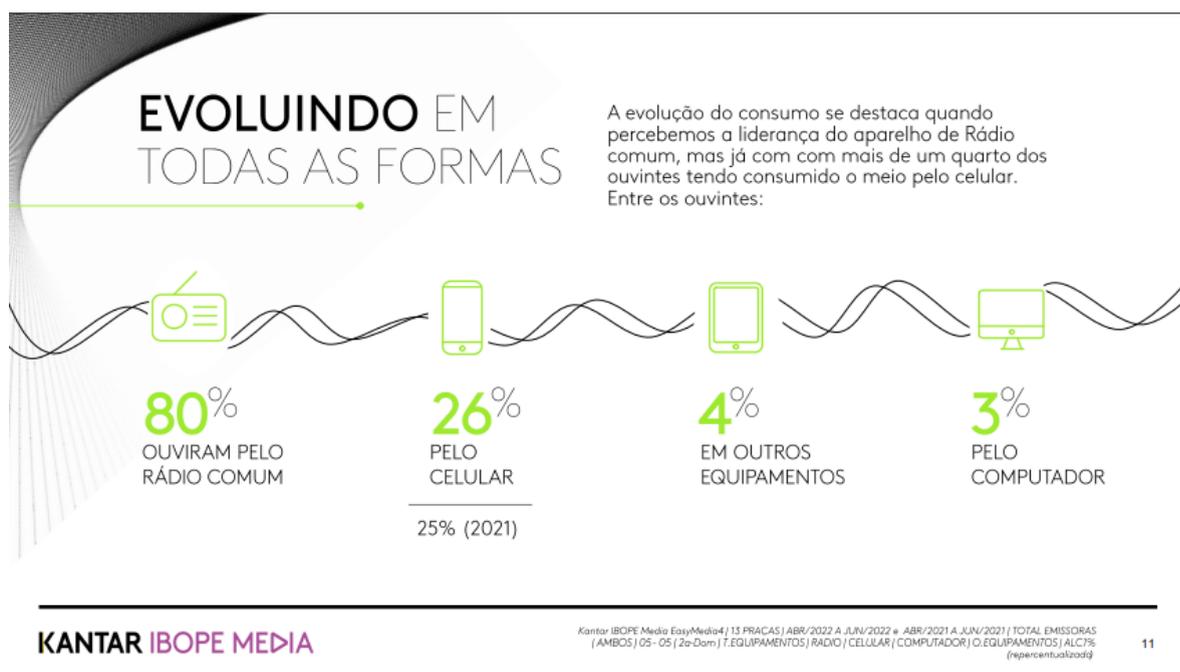
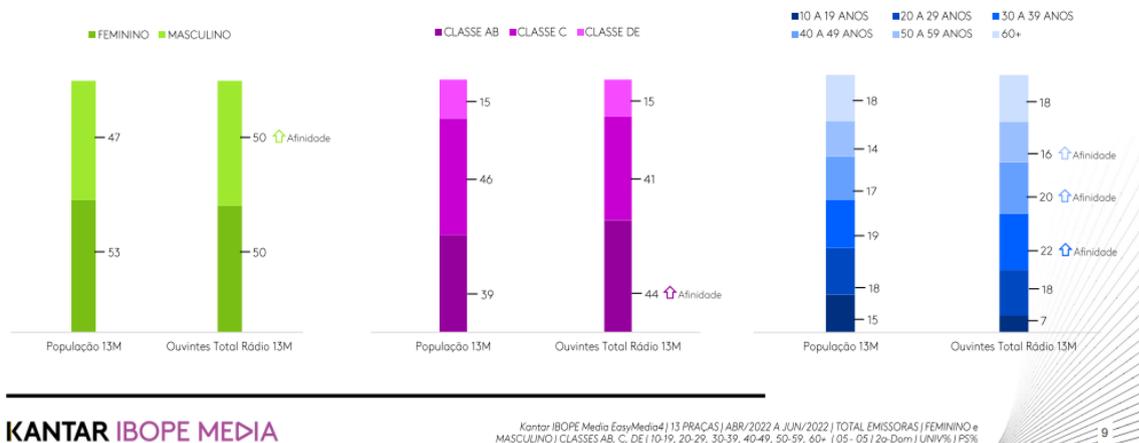


Figura 6 - Pesquisa Kantar Ibope Media - Inside Radio 2022

Diante dessa realidade, explorar esse tipo de plataforma se mostrou central para o Brasil de Fato alcançar um público mais amplo. Em relação aos outros tipos de conteúdo do jornal, a produção radiofônica tem a vantagem, por exemplo, de ser a única que não depende da internet ou de uma distribuição corpo a corpo para chegar até as pessoas. Além disso, o conteúdo da radioagência é livre para reprodução, ou seja, qualquer rádio pode baixar as matérias, programetes ou podcasts e transmiti-los mesmo sem um vínculo formal com o

Brasil de Fato. Essa reprodução espontânea, somada com a transmissão dos conteúdos a partir de parcerias com rádios comerciais e comunitárias contribui para que o conteúdo do jornal chegue a públicos diversos dentro do recorte de classe que o veículo pretende atingir, como comunidades periféricas, população de cidades pequenas e comunidades rurais.

Nesse sentido, é possível perceber que os podcasts produzidos pelo jornal têm temas bastante diversos, podendo atingir diferentes sujeitos e interesses. No entanto, de forma geral, eles prezam por um formato mais leve e explicativo, o que gera também maior proximidade com o público. O programete “Nossos Direitos”, por exemplo, traz episódios curtos com dúvidas e informações específicas dos trabalhadores e estudantes, sobre assuntos como seguro contra acidentes, cadastro escolar para a rede pública e Previdência Social. O episódio de 02 de maio de 2022 explica como conseguir auxílio gratuito para declaração de imposto de renda; já na edição de 02 de setembro de 2022, o tema é o ID Jovem, documento que possibilita que jovens de 15 a 29 anos, de baixa renda, tenham desconto em bilheterias de eventos culturais, eventos e isenção no valor de passagens de ônibus interestaduais.

Outros programas, como o programete Repórter SUS, seguem no tema de acesso a direitos, mas a partir de assuntos mais amplos que se relacionam à conjuntura política do país, como o risco de privatização da saúde e o impacto dos agrotóxicos na vida dos brasileiros. O episódio de 16 de julho de 2018, por exemplo, trata sobre a queda nas coberturas vacinais - motivada, principalmente, pela política de desmonte da saúde que o então presidente Michel Temer (MDB) aplicava. Akira Homma, cientista da Fiocruz, resgata o processo de construção do Programa Nacional de Imunizações, responsável pela erradicação de diversas doenças, como sarampo e varíola, e aponta caminhos para que o país volte a ter uma taxa alta de imunização.

Portanto, é preciso buscar estratégias específicas e diferentes. Ao invés de ser de forma passiva, oferecer de forma ativa, buscar as crianças que não foram vacinadas. Utilizar tecnologias mais modernas, na informática, no mapeamento da população não-vacinada e, certamente, uma série de outras medidas que devem ser tomadas, sobretudo para mobilizar a população e mostrar que é absolutamente importante vacinar-se. (BDF - 16/07/2018)

Como na maioria dos episódios desse programete, a edição do Repórter SUS é bastante simples: a apresentadora grava a introdução do programa e contextualiza o tema com uma linguagem bem semelhante ao das rádios comerciais - inclusive a qualidade da gravação é própria dos estúdios de radiojornalismo. Mas a fala dos convidados, como no caso de Akira Homma, aparece de forma mais artesanal, como se o entrevistado gravasse um áudio pelo Whatsapp e enviasse para o programa, sem passar por um tratamento mais elaborado na

gravação ou edição da fala. Ao passo que esse formato a princípio pareça menos profissional - e pode ser, inclusive, uma saída encontrada pelo jornal para as dificuldades financeiras e de produção do programa, ele também pode ajudar a tornar o entrevistado, que em geral, é um cientista ou outro profissional mais especializado, mais próximo do público, como se ele estivesse conversando de maneira mais informal com as pessoas. A qualidade do áudio não compromete o entendimento da fala e também se percebe uma preocupação dos convidados em serem didáticos e objetivos no tema, para facilitar o entendimento de quem ouve.

Politicamente, os episódios desse programete têm em comum o objetivo de fortalecer a saúde pública e apontar a defesa do Sistema Único de Saúde como caminho para defender a vida e os direitos dos brasileiros, em especial os mais vulneráveis. O episódio de 18 de maio de 2022, “Por que dizer não aos manicômios?”, foi divulgado na data nacional da luta antimanicomial e reflete, a partir da fala do psiquiatra Marco Aurélio Soares Jorge, sobre como o descaso com os equipamentos de cuidado e prevenção à saúde mental afeta, principalmente, os negros e mais pobres.

Se não temos mais um representante na coordenação de Saúde Mental do Ministério da Saúde que leva adiante essa política, a gente luta nas ruas, nos espaços que temos, ou mostrando no campo científico o que entendemos com relação a isso. E a gente luta na resistência do trabalho do CAPS e de consultórios na rua, que existem ainda. Neste ano, a luta antimanicomial, além de todas essas questões contrárias ao manicômio, a gente está colocando também a discriminação do negro. A gente entende que um bom trabalho, uma boa estratégia de cuidado no campo da saúde mental, álcool e outras drogas tem que ser dentro de instituições públicas, para a população de modo geral. O SUS tem que estar fortalecido. (BDF - 18/05/2022)

Ainda que voltados a temas importantes para o ouvinte do Brasil de Fato, os podcasts citados anteriormente ainda partem de uma perspectiva mais distanciada do público. Mesmo com a busca por tornar o conteúdo mais leve e didático, ainda é um conteúdo verticalizado - no sentido de que é um grupo menor, de especialistas das áreas debatidas, que trazem as informações e orientações para um público mais amplo - e não há uma interação mais direta com o ouvinte. Já outros produtos que dão voz diretamente à produção de saberes por populares e fazem o resgate histórico de figuras, conhecimentos e manifestações próprias das classes subalternas têm um diferencial por gerarem um sentimento mais imediato de identificação com quem escuta - é o popular falando sobre si e para si. Um exemplo é o programete “Mosaico Cultural”, que retrata as manifestações culturais brasileiras na música, arte e literatura. Um dos episódios de destaque é o de 19 de março de 2022, que trata sobre a ascensão feminina no pagodão baiano. As entrevistadas resgatam as raízes do ritmo, evidenciando que o pagodão é, em essência, um ritmo de ancestralidade negra.

Incrementar o samba com instrumentos eletrônicos, e misturar batidas de outros ritmos dançantes, como o funk, é uma das marcas do pagodão. Também é notado na dança. Há quem diga que se há coreografia, é pagode. Mas para quem tenta enquadrar o ritmo dentro do Axé Music, ele é bem distinto. A origem vem do lundu, da cabila da umbigada. Ritmos tradicionalmente feitos dentro dos quilombos, e embalados por atabaques. (BDF - 19/03/2022)

Além de destacar o pagode como um ritmo formador de identidade, especialmente para os jovens da periferia, o episódio também salienta a importante virada que as mulheres deram em relação à sua presença no ritmo. Se anteriormente a presença feminina era geralmente enquadrada num lugar de hipersexualização, o que as entrevistadas apontam agora é a tomada do protagonismo das mulheres nesse espaço. A diretora do projeto Pagode por Elas, que é uma plataforma de pesquisa e difusão do trabalho das pagodeiras baianas, ressalta essa disputa de narrativa.

"Quando uma mulher se coloca nesse lugar de protagonismo, de escrever a sua verdade, de escrever as suas vivências, automaticamente ela já está criando uma contra narrativa. Uma contra narrativa potente porque a partir de uma perspectiva dela, né? De um poder que ela tem sobre o seu próprio corpo e sobre as suas próprias vontades", explica Joyce Melo, diretora executiva do projeto. (BDF - 19/03/2022)

Debates como o trazido nesse episódio são importantes não apenas por evidenciar a preocupação do jornal em trazer uma outra narrativa sobre temas que em geral são estigmatizados, como é o pagode, mas também por dar espaço para as mulheres, em especial as mulheres negras, serem porta-vozes dessa discussão. É o que se repete também no episódio "Literatura de Cordel: tradição oral vira Patrimônio Cultural Imaterial", de Norma Odara. A reportagem destaca a importância cultural dessa manifestação e dá voz para a cordelista Izabel Nascimento, que também é presidenta da Academia Sergipana de Literatura de Cordel, trazer luz para a dificuldade das mulheres em ocupar esse espaço e os esforços atuais para mudar esse cenário.

A presidenta da Academia Sergipana de Cordel fala sobre as conquistas acumuladas em um ano da Instituição, desde o dia de sua fundação, em 19 de julho de 2017. A primeira delas é a publicação de uma Antologia feita somente por mulheres cordelistas. Intitulado "Das Neves às Nuvens", o trabalho é uma homenagem à primeira cordelista que se tem notícia, Maria das Neves Batista Pimentel, e de acordo com Izabel reúne histórias de 17 cordelistas sergipanas.

"Há exatos 80 anos, em 1938, ela fez a primeira publicação, de um folheto de sua autoria, no entanto ela não pode, pelas questões da época, ela não pode assinar o nome. As mulheres eram terminantemente proibidas, cerceadas deste universo do cordel. Então ela assinou como Altino Alagoano, que era o nome de seu esposo. Isso pra nós foi um debate muito importante que nós fizemos na época da publicação desse livro", fala Nascimento. (BDF - 28/09/2018)

A valorização de experiências locais no campo e na cidade é uma outra linha temática dos podcasts do Brasil de Fato. No "Momento Agroecológico", por exemplo, o debate é

focado na alimentação saudável, agroecologia e experiências de organização popular coletiva, ligadas ao campo. Nesse tipo de produto, as vozes dos sujeitos marginalizados também são o centro de uma proposta editorial que confere o protagonismo e legitimidade àqueles cujos saberes, desafios e experiências não encontram espaço na mídia corporativa.

Na edição de 28 de setembro de 2022, o repórter Pedro Stropasolas dá espaço para a experiência de horta urbana numa ocupação do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Teto (MTST), em Guarulhos (SP). A reportagem ressalta a iniciativa como fruto de um processo de organização coletiva e também de solidariedade entre as famílias, como aponta a fala de Marisângela, coordenadora da horta comunitária.

"Eu fico muito feliz de poder ajudar às mãezinhas aqui dentro também com essas [plantas] medicinais que a gente tem. É pouco, mas o pouco que a gente tem, já ajudei muita criança aqui dentro. E estamos aqui para ajudar. Plantar mais e mais", afirma Marisângela. (BDF - 29/09/2022)

"Não entro numa luta para perder. Entro para ganhar e vencer. E é isso que eu passo para todos que eu converso, que todos sejam vencedores e não chute o balde, que vá em frente e se Deus quiser, vai dar tudo certo. Já deu. Eu tenho fé na luta", salienta Marisângela. (BDF - 29/09/2022)

A última frase de Marisângela, que na edição feita também encerra a matéria - "Eu tenho fé na luta" - evidencia um simbolismo muito potente para o jornal. A fé na luta faz emergir um popular que é a síntese do modo como o povo brasileiro é retratado no Brasil de Fato: um povo que acredita na luta nas suas mais diversas formas - seja a do dia a dia, a luta a partir dos movimentos sociais, dos partidos - e faz dessa fé, dessa possibilidade de um futuro diferente, o lugar em que se fortalece a sua resistência no presente.

Outra dimensão do popular enquanto elemento quantificador se estabelece a partir das redes sociais, em especial através do Instagram. Segundo pesquisa do Opinion Box divulgada em fevereiro de 2023, o Instagram atualmente possui 2 bilhões de usuários no mundo e 99 milhões no Brasil, o que torna nosso país o segundo maior público da rede, ficando atrás apenas dos Estados Unidos. Além disso, o estudo aponta que 92% dos usuários acessam a rede pelo menos uma vez ao dia (OPINION BOX, 2023). No entanto, a lógica de funcionamento do Instagram é baseada em algoritmos que não são tão claros nem para o público, nem para os produtores de conteúdo, e que mudam periodicamente, o que se torna também um desafio para quem usa a plataforma ou pretende compreendê-la a fundo. Por isso, a proposta aqui não é fazer uma análise profunda da presença do Brasil de Fato nessa rede social, cujo perfil foi criado em junho de 2016, pois isso demandaria o entendimento das lógicas por trás do funcionamento do Instagram e das mudanças pelas quais a rede passou

entre 2018 e 2022, anos destacados para a análise. O vídeo em *reels*, por exemplo, que hoje é o formato que ganha mais alcance na rede, só foi criado em 2020, como parte de uma estratégia do Instagram de enfrentar o crescimento do Tik Tok, plataforma que ampliou rapidamente seu alcance a partir de vídeos em formato semelhante. Dessa forma, pretendemos nos limitar a um olhar panorâmico sobre os usos do Brasil de Fato nessa rede para entender as estratégias do jornal na divulgação de seu conteúdo e como o popular é acionado a partir dos diferentes conteúdos produzidos. Como apontado antes, nosso foco é sobre os conteúdos feitos para serem consumidos na própria plataforma, ou seja, aqueles que trazem uma informação completa na própria postagem e não apenas uma chamada para um conteúdo do site.

O que se destaca na produção de conteúdo do Brasil de Fato no Instagram, principalmente em 2018, é o popular enquanto elemento da identidade visual do veículo. O uso de ilustrações, o destaque para efemérides que homenageiam ou marcam personalidades ou momentos históricos importantes para a luta popular evidenciam a preocupação do jornal em demarcar seu posicionamento também visualmente. Além disso, a cobertura de manifestações e iniciativas dos movimentos sociais vinculados ao jornal ganham espaço no *feed* do Brasil de Fato, sobretudo a partir de fotografias. A diversidade de bandeiras, pessoas e símbolos relacionados ao popular, como tecidos de chita e apresentações de escolas de samba (figura 7) resgata novamente o que Rancière (2020b) destaca como “fazer povo” e salienta que o jornal busca apresentar uma dimensão do popular em que o povo em movimento, nas suas mais diversas formas, se torna o centro da cobertura e o elo de identidade com o jornal.



Figura 7 - Parte do perfil do Brasil de Fato no Instagram em março de 2018

Além da cobertura de ações, o perfil também explora conteúdos a partir de materiais gráficos, principalmente infográficos, como um recurso para facilitar o entendimento sobre determinados assuntos considerados relevantes para o jornal e que estão quentes na conjuntura (figura 8). Esse recurso é importante porque evidencia a compreensão do jornal de que o Instagram é uma plataforma visual, então explorar conteúdos a partir desse formato facilita o consumo de um público que demanda informações mais rápidas e facilmente compreensíveis. Os vídeos ainda aparecem de forma mais limitada no perfil, sem um formato ou identidade padronizados, e se apresentam, de forma geral, de duas formas: como depoimentos breves de figuras públicas, pessoas vinculadas a alguma mobilização ou movimento social, ou a partir de infográficos animados.



Figura 8 - Infográficos postados no Instagram do Brasil de Fato, respectivamente, em maio e julho de 2018

Fazendo um paralelo com a produção de notícias do Brasil de Fato como um todo, é possível perceber que essa fase inicial do perfil do veículo no Instagram traz elementos que dialogam com o início do próprio jornal impresso, sobretudo no que tange à escolha por uma demarcação mais clara da linha política do Brasil de Fato e dos movimentos sociais vinculados a ele. Da mesma forma que em determinadas edições impressas, nessa fase o jornal muitas vezes atua a partir do que Williams (1979) categoriza como formação, atuando de modo mais editorializado para deixar explícito seu posicionamento político.

Um dos exemplos da atuação do jornal como uma formação no Instagram foi durante a cobertura eleitoral do pleito de 2018. O jornal produziu um infográfico para salientar o comportamento tendencioso da mídia corporativa durante as entrevistas aos candidatos (figura

9). Um conteúdo que avalia a performance de um outro veículo midiático já é, por si só, uma postagem de cunho editorializado, mas o uso da *hashtag* #GloboGolpista ao final da legenda deixa explícito também que o debate sobre democratização dos meios de comunicação é uma arena em que o Brasil de Fato se propõe a disputar também enquanto um agente político, mostrando que seu fazer jornalístico também é atravessado por uma atuação como movimento.



Figura 9 - Postagem do Brasil de Fato sobre a cobertura eleitoral em setembro de 2018

Em 2022, já se percebe uma outra estratégia do jornal na plataforma. As notícias ganham espaço a partir de conteúdos gráficos mais elaborados, como os de formato carrossel, que é uma espécie de postagem com várias “páginas”; os vídeos passam a ser utilizados com uma linguagem mais roteirizada, evidenciando um esforço maior de produção; e no *feed*, a linha do tempo que mostra os conteúdos postados no perfil, é possível observar uma identidade gráfica mais homogênea, com padrão de cores e fontes mais definido (figura 10). Esses elementos expressam um amadurecimento da concepção do veículo sobre as redes sociais, que ganharam mais espaço por também se perceber o potencial de diálogo que a plataforma permite construir com a sociedade.

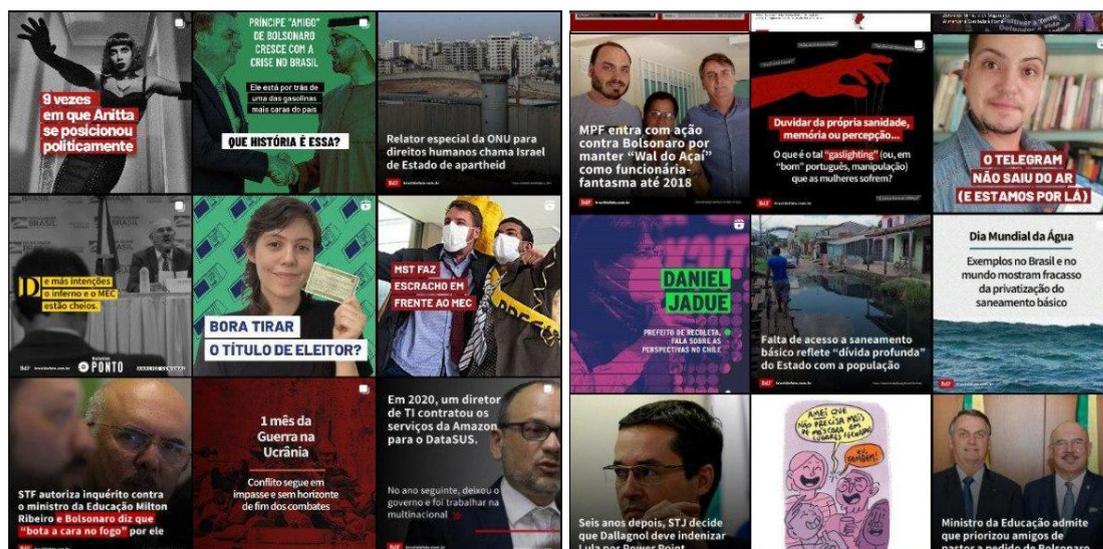


Figura 10 - Parte do perfil do Brasil de Fato no Instagram em março de 2022

Essa fase do jornal assimila com mais clareza as mudanças que ocorreram em 2013 no sentido de abertura do veículo para um diálogo mais direto com a classe trabalhadora a partir de conteúdos, formatos e linguagens que se conectam com a realidade e contextos locais. O que o Brasil de Fato parece ter entendido aqui é que o Instagram também é uma comunidade própria, no sentido de que os usuários que consomem e produzem conteúdo nela também vão construindo uma identidade na plataforma a partir de linguagens específicas de humor, de filtros para temas relevantes e de jargões utilizados. Além disso, o modo como as informações são divulgadas, através de cards e vídeos, também torna o conteúdo mais didático e atrativo para quem o consome. Nesse sentido, para que o jornal possa construir uma conexão mais próxima com o público, é importante estar atento a esses comportamentos e incorporá-los a seu modo.

Uma das formas que o Brasil de Fato encontrou para dialogar com a linguagem das redes foi incorporando a lógica de humor por repetição e ressignificação. Muitos dos conteúdos que viralizam no Instagram logo se tornam “memes” - palavra que vem do grego “imitação” e que ganha esse sentido literal nas redes quando também está associada ao humor. Um meme nas redes sociais é uma frase, imagem, vídeo ou áudio que é repetido e adaptado inúmeras vezes - e, em muitos casos, o tom de humor vem do próprio processo de repetição do conteúdo. O jornal aproveita do amplo alcance e da fácil identificação dos memes para chamar a atenção do público e, a partir disso, ressignificar esse conteúdo, direcionando-o para um tema dentro da linha editorial do jornal. As expressões “E o PT, hein?” “E o Lula, hein?” (figura 11), por exemplo, se tornaram um meme entre usuários progressistas das redes sociais por serem uma ironia a falas de pessoas com viés conservador que, repetidamente, queriam

apontar o Partido dos Trabalhadores e o presidente como responsáveis pelos mais diversos problemas sociais e políticos dentro e fora do país. O Brasil de Fato se aproveitou dessa expressão para produzir um conteúdo que aprofunda o tema, trazendo, nesse caso em específico, como algumas das acusações feitas a Lula escondem, na verdade, um preconceito de classe.



Figura 11 - Postagens do Brasil de Fato respectivamente em maio, julho e setembro de 2022

Outro exemplo de como o jornal conseguiu identificar temas relevantes dentro das redes sociais e aprofundar o debate em questão foi a partir do podcast de jornalismo investigativo “A Mulher da Casa Abandonada” (imagem 10), do jornalista Chico Felitti. A produção de 2022 tem início com o encontro casual entre o jornalista e uma mulher de aparência e comportamento estranhos, que queria impedir o corte de uma árvore no bairro Higienópolis, região da elite de São Paulo. Ao se deparar com a cena e com o perfil misterioso da mulher, Felitti fica curioso sobre a personagem, que depois descobrimos se chamar Margarida Bonetti, e descobre que ela é a única moradora de casa no bairro que até então era famosa por parecer estar abandonada e ser cercada de prédios de classe média alta.

Indo mais a fundo na vida de Bonetti, o jornalista descobre que ela é uma das partes do casal de brasileiros que, na década de 80, vivia nos Estados Unidos e lá mantinha sua empregada doméstica em condições análogas à escravidão. Ao ser acusada do crime, Bonetti fugiu dos EUA e voltou para o Brasil, permanecendo impune até hoje pelo crime, que já prescreveu. O podcast teve um enorme alcance nas redes sociais e virou notícia em diversos portais de notícia, causando a indignação de parte do público pelo desfecho da história e curiosidade de outra parcela, que fizeram da “casa abandonada” um ponto turístico em São

Paulo. Nesse caso, o Brasil de Fato aproveitou a notoriedade que o podcast alcançou e os debates que ele levantou nas redes sociais para trazer uma discussão mais profunda sobre o tema da escravidão doméstica e suas raízes históricas no Brasil.

A incorporação de *trends* também pode ser considerada uma estratégia do jornal para disputar as redes sociais. Uma *trend* é um tipo de vídeo que ganha força na rede por trazer um certo padrão para os usuários copiarem e adaptarem, trazendo suas próprias versões em cada um deles. Diferente dos memes, as trends não estão relacionadas, necessariamente, a um conteúdo de humor e dão mais espaço para que os usuários mostrem sua identidade ao reproduzir esse “modelo”. Um desses formatos foi o “Top 5” (imagem 10), que se tornou viral a partir do conteúdo do influenciador digital Juvi e depois ganhou a rede com milhares de usuários fazendo suas próprias listas de 5 coisas sobre determinado assunto. O Brasil de Fato aproveitou esse formato e adaptou para uma lista com os principais artigos do novo Código das Famílias de Cuba, que foi debatido e aprovado em setembro de 2022, período em que essa *trend* estava em destaque nas redes.

Essas transformações na atuação do Brasil de Fato mostram que sua presença no Instagram se tornou uma espécie de conversa com o seu público: ao passo que o jornal oferece seus próprios conteúdos e tenta pautar a opinião pública a partir deles, ele também se mostra atento ao que acontece na rede, absorve aquilo que é mais interessante para devolver aos usuários uma versão adaptada dentro da linha editorial do veículo. No entanto, se percebe também que essa interação acontece dentro de uma bolha que o jornal consegue atingir, que é um grupo de pessoas mais progressistas e que já têm afinidade com a linha do Brasil de Fato. O próprio tipo de humor e conteúdos virais que o jornal incorpora fazem mais sentido dentro dessa chamada “bolha de esquerda” das redes sociais. Ainda assim, o esforço do jornal é importante porque, mesmo dentro de um espectro progressista, muitos usuários ainda não acompanhavam o trabalho do jornal e se sentem atraídos pelas novas formas de comunicação propostas por ele. Dessa forma, o popular do Brasil de Fato assume um caráter de popular midiático, conformado nas linguagens das redes sociais, que, ao passo que busca manter uma identidade própria dentro das redes, também dialoga com os usuários do Instagram a partir das características próprias que a plataforma e seu público oferecem.

O popular no Brasil de Fato assume muitos sentidos e foi ganhando novas camadas ao longo dos anos a partir das mudanças estratégicas do jornal. Em comum a essas diversas fases e formatos está o vínculo ideológico do veículo com as minorias sociais e a valorização do que é produzido a partir dela. Seja nos textos impressos, nas matérias online, nos conteúdos em áudio ou nas redes sociais, o Brasil de Fato afirma uma postura em que explicitar o

posicionamento político do jornal é parte de um compromisso ético do jornalismo e um elemento de legitimidade do veículo com o público que ele quer efetivamente atingir.

A experiência do jornal Brasil de Fato enquanto um sistema de comunicação que é fruto de uma articulação ampla de movimentos sociais e de setores progressistas é uma característica muito singular em relação aos outros meios de comunicação brasileiros, mesmo dentro da esquerda. Essa particularidade torna a condução do jornal mais complexa, pois o esforço da unidade é também a compreensão de que, muitas vezes, para se dar passos mais firmes, eles terão que ser mais lentos. Ainda assim, o jornal demonstra uma significativa capacidade de reorganização, identificando suas limitações e recalculando a rota para adaptar seus formatos, conteúdos e linguagens às novas demandas do público e da conjuntura.

Dessa forma, o popular no Brasil de Fato pode ser entendido a partir de duas dimensões amplas: uma primeira, em que o jornal precisa afirmar sua identidade enquanto síntese de um processo de organização popular, já que a existência do jornal em si é, também, produto das lutas sociais e de uma coletividade que ele também anuncia como necessária para mover o país. E uma segunda em que o jornal busca capturar as sensibilidades, o modo de sentir das pessoas, e que apresenta no rádio e no Instagram novas perspectivas estéticas ao conteúdo político que ele apresenta.

Em ambas dimensões está a preocupação em expressar através dos conteúdos os princípios éticos que aparecem desde os compromissos do Projeto Popular que evidenciamos no primeiro capítulo, como soberania, democracia, feminismo e igualdade étnico-racial, e que também se manifestam desde o projeto editorial do veículo. Além disso, o jornal mostra que está preocupado em se conectar verdadeiramente com seu público e contribuir com sua emancipação enquanto sujeito político, de modo que o popular não seja anunciado meramente como um discurso retórico, mas como uma experiência concreta de um veículo que está no meio do povo, que consegue captar e dialogar com suas vozes, sentidos e incentivar a sua ação política organizada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Brasil de Fato é um veículo de comunicação popular lançado no Fórum Social Mundial de Porto Alegre (RS) em 2003 a partir de uma ampla articulação de movimentos sociais, partidos de esquerda, artistas e intelectuais que buscavam disputar a hegemonia da mídia brasileira e construir uma comunicação comprometida com as lutas populares, com um projeto de transformação radical da sociedade e que estivesse balizada por valores humanos e democráticos. A pesquisa teve como objetivo analisar os modos a partir dos quais o popular se evidencia na produção do veículo, entendendo que esta é uma categoria central para entender a formação dos meios de comunicação e a construção de uma identidade nacional no nosso país. Para isso, fizemos uma pesquisa exploratória em quatro plataformas de produção do Brasil de Fato - jornal impresso nacional, site, podcasts e redes sociais - e, a partir disso, construímos uma nuvem semântica para identificar e analisar os principais modos de emergência do popular na produção de conteúdo do veículo.

Esta pesquisa mostrou que o Brasil de Fato teve início como uma edição impressa produzida semanalmente e distribuída para todo o país. É destaque do conteúdo do jornal nesse período o seu forte compromisso ideológico, que se expressa em manchetes de cunho mais editorializado, discussão de temas mais amplos, como a atuação do imperialismo estadunidense no Sul Global, e a um olhar sobre o popular mais vinculado às manifestações clássicas da esquerda, como as mobilizações de rua dos movimentos sociais. A busca por uma demarcação mais clara do posicionamento do jornal é expressão também de uma linha editorial que, naquele momento, priorizava um público mais politizado e escolarizado, como militantes de movimentos sociais, de partidos políticos e intelectuais.

Os desafios enfrentados pelo veículo na sua primeira década de existência são também expressão das dificuldades em se manter a unidade de uma esquerda que, a princípio, tinha a expectativa de que a eleição de Lula como presidente seria o estopim para a reorganização das lutas de massa no país. Além disso, no campo da comunicação, esperava-se que haveria uma maior prioridade do Governo Federal no apoio à democratização da mídia e na estruturação das iniciativas contra-hegemônicas, como o próprio Brasil de Fato. As contradições do governo Lula fragilizaram a unidade no campo da esquerda e geraram consequências diretas na articulação que sustentava politicamente o jornal. Dessa forma, somado às dificuldades estruturais que dificultavam a manutenção do semanário nacional, o posicionamento do jornal diante do governo em disputa se tornou o centro da crise desse primeiro ciclo do Brasil de Fato.

A pesquisa mostrou que a edição impressa nacional foi produzida até julho de 2015, mas já no final de 2012 o jornal construiu um balanço interno que apontou novas linhas estratégicas para o veículo. As três deliberações definidas nesse momento apontaram o início de um novo ciclo para o Brasil de Fato, em que se apostaria na produção de tabloides estaduais, na reformulação e fortalecimento das ferramentas digitais e na transformação da Radioagência Notícias do Planalto (NP) em Radioagência Brasil de Fato. O pano de fundo dessa virada de chave foi a avaliação de que o jornal precisava de uma reformulação para dialogar de forma mais direta com o trabalhador, que é o principal público-alvo que o veículo quer atingir. Para isso, foi necessário pensar novas ferramentas e linguagens para se conectar com esse sujeito e produzir pautas que estivessem mais relacionadas ao dia a dia da população.

O Brasil de Fato se assume enquanto um veículo de comunicação que busca romper com uma tradição seletiva do jornalismo e recuperar áreas historicamente silenciadas ou esvaziadas de sentido em relação ao entendimento sobre nossa formação social, econômica e nossa identidade enquanto povo e nação. O modo como o jornal se organiza e se apresenta, desde a construção unitária a partir de diversos movimentos e organizações da esquerda, até o modo editorializado como o veículo exhibe parte dos seus conteúdos, principalmente durante o período dos jornais impressos, nos permitem categorizá-lo enquanto uma formação nos termos apresentados por Williams (1979), empregados nesta pesquisa. Nesse sentido, o Brasil de Fato se coloca enquanto um movimento, e sua afirmação enquanto um veículo de comunicação popular é também um posicionamento político que demanda o entendimento dos sentidos de popular a que o jornal se refere.

Na América Latina, analisamos que as disputas em torno do popular estão diretamente conectadas ao papel do Estado, do desenvolvimento dos meios de comunicação e à formação da identidade de povo e nação em nosso continente. No caso do Brasil, esta investigação acompanhou o olhar de Renato Ortiz (1994), que indica como a ideia de nação está diretamente relacionada aos sentidos do popular. Na moderna sociedade brasileira, o popular se relaciona a uma ideia de consumo, em que os bens culturais passam a ganhar status de mercadoria. Os meios de comunicação, por sua vez, em especial a televisão, têm o papel de costurar uma ideia de integração nacional atravessada por uma proposta de unificação dos mercados locais. Nesse sentido, o nacional passa a ser identificado enquanto mercado e o que se considerava cultura nacional-popular é substituído pela lógica de mercado-consumo (p. 164).

Com Martín-Barbero (2006), vimos que a partir da segunda metade do século XX, é a ocupação do espaço urbano e o inchaço das grandes cidades que vai remodelar os sentidos do popular. A cultura de massa ganha força e os meios de comunicação atuam de modo a fazer da música, das novelas, do rádio e do cinema, algumas das formas a partir das quais o povo enxerga e sente o mundo (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 223). A mídia, dessa forma, opera a partir de uma tradição seletiva para conformar um modelo de cidadania para as massas, uma ideia “que tem como função fazer os pobres sonharem os mesmos sonhos que os ricos” (p.230). Ela incide na tensão entre o que Lélia Gonzalez (2020) chama de consciência e memória. A consciência é percebida como o lugar do desconhecimento, da alienação, é o espaço em que o discurso ideológico opera. Já a memória é considerada como a dimensão em que há “ inscrições que restituem uma história que não foi escrita” (p.70). Essa atuação do hegemônico a partir da consciência constrói, por exemplo, a narrativa da democracia racial no Brasil, que tenta embranquecer nossa história e apagar as memórias de luta e resistência popular, sobretudo aquelas em que a população negra foi protagonista. Ou que invisibiliza e criminaliza a atuação dos movimentos populares hoje, deturpando suas pautas em prol de um discurso conservador que rechaça a presença do povo em qualquer espaço de poder.

O Brasil de Fato, por sua vez, busca incidir nessas memórias que nos constituem enquanto povo, classe trabalhadora, enquanto sujeitos que se reconhecem a partir de uma dimensão coletiva, o que também dialoga com a ideia de ato político provocadas por Laclau e Rancière (PRADO; MARQUES, 2021). A partir de uma pesquisa exploratória em capas dos jornais impressos nacionais, no site, podcasts e Instagram, foi possível identificar que o popular aparece com mais evidência a partir de três categorias: uma vinculada à expressão da classe trabalhadora, outra relacionada ao internacionalismo e uma terceira categoria em que o popular aparece como elemento quantificador.

O vínculo com a classe trabalhadora emerge no jornal sobretudo a partir do seu compromisso em dar visibilidade aos processos de organização, vivência e mobilização popular. É possível perceber dois momentos distintos para esse tipo de cobertura. Um primeiro, que aparece com mais evidência nos jornais impressos, se dá a partir da própria necessidade do jornal em construir e firmar sua identidade enquanto uma organização - ou formação, como nos lembra Williams (1979) - que é fruto da unidade dos movimentos sociais e que traz na sua linha editorial o incentivo e a valorização das lutas populares. Ganham destaque, por exemplo, as manchetes de cunho mais editorializado, em que o posicionamento do jornal se sobrepõe à notícia exibida, ou mesmo a presença da seção Editorial já na capa da edição impressa. Além disso, se percebe que o veículo prioriza a cobertura de um tipo de

manifestação mais clássica dos setores da esquerda, como atos, greves e marchas, que compõem o que o jornal classifica como mobilizações de massa.

Ao longo dos anos, porém, foi possível perceber uma abertura maior do jornal para outras dimensões da luta e resistência popular. A cotidianidade, como destaca Martín-Barbero (2006), aparece com mais evidência enquanto um espaço de constituição de identidades, em que o bairro se torna um símbolo da possibilidade da construção de novas relações sociais e do fortalecimento de uma atuação política específica. A humanização dos sujeitos, especialmente os marginalizados, aparece como uma estratégia do jornal para capturar os sentidos do público e possibilitar uma maior identificação com ele. Ao mesmo tempo, esse tipo de perspectiva não cai numa abordagem sensacionalista, pois fica claro o esforço do veículo em contextualizar e historicizar os fatos em questão, num movimento que Adelmo Genro Filho (1987) salienta como o fluxo da notícia da sua singularidade para sua particularidade.

Outra dimensão que se destaca na cobertura do Brasil de Fato é o entendimento de que a classe trabalhadora não é homogênea e que, por isso, dar espaço às diversidades dentro desse grupo é também fortalecer o popular. Os recortes de gênero e raça, por exemplo, são centrais para dar espaço a lutas e sujeitos que, mesmo dentro do espectro da esquerda, ainda encontram dificuldade de se afirmar. Um dos principais desafios que o jornal se coloca ao trazer esse tipo de cobertura é mostrar as especificidades dessas pautas e, ao mesmo tempo, destacar seu caráter transversal às lutas populares como um todo, de modo que elas sejam entendidas não como pautas individualizadas, mas sim articuladas.

A luta antirracista, por exemplo, ganha espaço no jornal a partir do entendimento de que, como aponta Florestan Fernandes (2017), só será possível pensarmos um projeto verdadeiro e democrático de nação quando for enfrentada a questão do negro em nosso país (p.65). Ao indicar essa dimensão sistêmica entre as lutas, o Brasil de Fato atua, de um lado, garantindo a representatividade e o protagonismo dos sujeitos na afirmação das suas próprias pautas - ou seja, é o povo que fala sobre si mesmo; e, de outro, mobiliza o público a entender essas lutas como uma parte necessária e indissociável de um projeto de transformação social em todos os âmbitos.

Dentro dessa unidade entre a classe trabalhadora, o Brasil de Fato também tem o internacionalismo como um princípio central da sua produção jornalística. A dimensão de uma solidariedade internacional entre os povos oprimidos se expressa na preocupação do jornal em apontar uma identidade comum entre os trabalhadores ao redor do mundo e discutir a dimensão da luta anti-imperialista na vida e nos direitos dos povos, especialmente aqueles

que compõem o chamado Sul Global. Para isso, o veículo se esforça em mostrar diversas mobilizações protagonizadas por trabalhadores ao redor do mundo e relacionar as diferentes realidades vividas com o contexto brasileiro.

A América Latina é, sem dúvida, o espaço em que essa dimensão ganha mais força pelos laços de identidade e de um passado comum que nos identifica. Em nosso continente, o Brasil de Fato também atua no sentido de valorizar as experiências de governos progressistas, como em Cuba e na Venezuela, não apenas para disputar a narrativa sobre a realidade desses países, como também apontar para o público que essas experiências de organização e luta popular podem ser uma inspiração para a sociedade que queremos construir. A defesa do tipo de socialismo vivido em Cuba, por exemplo, é um compromisso que o jornal deixa claro na sua linha editorial. A prioridade em trazer uma cobertura sobre a realidade desse país é parte do esforço em ser um contraponto em relação ao discurso conservador da mídia corporativa. Além disso, a denúncia permanente dos efeitos do bloqueio econômico dos Estados Unidos na ilha, que atravessa a maioria das matérias sobre o país, também demarca um laço de solidariedade do jornal com o povo caribenho.

No entanto, para que esse discurso chegue a um público mais amplo, o jornal percebeu a necessidade de buscar novas estratégias e plataformas para divulgação e produção do seu conteúdo. A aposta na produção radiofônica e o avanço no uso das redes sociais expressam o popular enquanto um elemento quantificador não apenas do alcance do Brasil de Fato, mas do tipo de público que ele quer atingir. No rádio, a produção de podcasts e programetes temáticos busca oferecer conteúdos que vão desde orientações de saúde e prestação de serviços até experiências de agroecologia, arte e cultura. Em comum, eles trazem uma linguagem didática e a busca por recortes temáticos que dialoguem com a vida e as demandas do trabalhador. A diversidade de sotaques é também um destaque na produção radiofônica, que foge da ideia de “sotaque neutro”, muitas vezes buscada no jornalismo e valoriza a diversidade do povo brasileiro.

Já no Instagram, o popular do jornal passou por algumas adaptações que se assemelham ao processo de desenvolvimento do jornal impresso. Num primeiro momento, a rede social do Brasil de Fato atua muitas vezes como uma formação, trazendo conteúdos que demarcam seu posicionamento político e seu vínculo com determinado setor da esquerda. À medida em que o veículo passa a priorizar e construir uma identidade própria nas redes - que se manifesta, por exemplo, numa identidade visual mais coesa e numa linguagem mais homogênea no uso de materiais gráficos e audiovisuais, a produção de conteúdo passa a ser menos enrijecida e expressa um melhor entendimento do tipo de conteúdo que funciona

dentro dessa rede. Os materiais gráficos passam a trazer uma preocupação estética maior, os vídeos ganham roteiros mais elaborados e mostram os repórteres do jornal de modo informal, mais humano, e o jornal passa também a capturar linguagens de humor da rede e adaptá-las a partir do conteúdo do veículo.

Essas mudanças evidenciam a preocupação do Brasil de Fato em querer alcançar um grupo mais amplo na rede, especialmente o jovem, mesmo sem abrir mão da sua linha editorial. Ainda que o público que o jornal dialogue esteja circunscrito a uma “bolha de esquerda” nas redes sociais, o esforço do Brasil de Fato em construir um popular midiático também contribui para atrair um público que, mesmo já inclinado a um pensamento progressista, ainda não tinha, necessariamente, o jornal como uma referência de informação. Em comum, o rádio e o Instagram contribuem para capturar as sensibilidades dos ouvintes e usuários, apontando novas perspectivas estéticas que se alinham ao conteúdo político do jornal.

Diante disso, essa pesquisa se insere na área de Mídia e Formatos Narrativos do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB) como um esforço de análise do lugar do Brasil de Fato enquanto uma ação política que aciona a discussão sobre o passado e presente na sociedade. Num contexto social em que as lógicas de midiatização estão entrelaçadas pelas lógicas de produção e consumo, esse trabalho dialoga com a linha de Comunicação e Memória sobretudo no que tange à investigação das disputas discursivas, simbólicas e políticas que permeiam o campo da comunicação e sua relação com os processos históricos que nos forjaram.

Nesse sentido, o Brasil de Fato completou 20 anos em janeiro de 2023, celebrando uma trajetória de resistência frente aos desafios políticos e estruturais que enfrentou. Ao longo dessas duas décadas, é possível perceber que o jornal conseguiu se adaptar, ainda que dentro dos seus limites, aos desafios colocados no campo da comunicação e da conjuntura política no país. A busca por novos formatos e linguagens, mesmo com as dificuldades financeiras, expressa o compromisso do jornal com a busca por ampliar seu alcance, dialogar com a classe trabalhadora a partir da diversidade dos seus sujeitos e demandas e ser um veículo de referência para ela.

O popular no jornal foi ganhando novos contornos ao longo dos anos e hoje se expressa em múltiplas dimensões. Em comum, os sentidos do popular no Brasil de Fato apontam para a necessidade de se construir um projeto de sociedade em que o povo organizado esteja no centro de construção das transformações sociais, não como um sujeito passivo, mas sim como o polo dinâmico da política.

O modo do Brasil de Fato se construir e se transformar ao longo de sua existência evidencia uma convocação a um popular humano, que nos reconecta às nossas sensibilidades, que entende que o povo brasileiro precisa ser acolhido na sua diversidade e que está atento às suas diversas formas de luta e resistência, seja nas ruas, seja nos bairros. É desse lugar de produção da vida, do cotidiano, das fileiras em marcha que o jornal faz germinar no dia a dia as sementes lançadas no Fórum Social Mundial em 2003. É a chama mobilizadora que Paulo Freire anuncia quando fala sobre a necessidade de esperar: o entendimento de que um mundo novo só se faz possível a partir do povo em ação.

REFERÊNCIAS

FONTES PRIMÁRIAS E JORNALÍSTICAS

A BYTE-SIZED guide to Tik Tok and the new social media. **GWI**. Disponível em <<https://blog.gwi.com/trends/tiktok-new-social-media/>> Acesso em 15 mai 2023

ADISSI, Paula. “**Nós queremos viver com dignidade nesse país**”. Disponível em <<https://www.brasildefato.com.br/2018/07/19/nos-queremos-viver-com-dignidade-nesse-pais>> Acesso em 23 jul 2023

AMORIM, Gabriela. “**Nós, mulheres negras, estamos incidindo politicamente desde que chegamos aqui**”. Disponível em <<https://www.brasildefato.com.br/2022/03/13/nos-mulheres-negras-estamos-incidindo-politicamente-desde-que-chegamos-aqui>> Acesso em 23 jul 2023

BA: Nasce uma rádio no 2 de julho. **Brasil de Fato**. Disponível em <<https://www.brasildefato.com.br/2021/07/02/ba-nasce-uma-radio-no-2-de-julho>>. Acesso em 23 jul 2023

BOM pra quem? Programa Bem Viver discute como a atividade minerária impacta a população local. Disponível em <<https://www.brasildefato.com.br/2022/07/14/bom-pra-quem-programa-bem-viver-discute-como-atividade-mineraria-impacta-populacao-local>> Acesso em 23 jul 2023

BRASIL DE FATO. Ed. nº 01. São Paulo, 2003. Disponível em <https://issuu.com/brasildefato/docs/bdf_001> Acesso em 22 jul 2023

BRASIL DE FATO. Ed. nº 02. São Paulo, 2003. Disponível em <https://issuu.com/brasildefato/docs/bdf_002> Acesso em 22 jul 2023

BRASIL DE FATO. Ed. nº 3. São Paulo, 2003. Disponível em <https://issuu.com/brasildefato/docs/bdf_003> Acesso em 22 jul 2023

BRASIL DE FATO. Ed. nº 12. São Paulo, 2003. Disponível em <https://issuu.com/brasildefato/docs/bdf_012> Acesso em 22 jul 2023

BRASIL DE FATO. Ed. nº 19. São Paulo, 2003. Disponível em <https://issuu.com/brasildefato/docs/bdf_019> Acesso em 22 jul 2023

BRASIL DE FATO. Ed. nº 21. São Paulo, 2003. Disponível em <https://issuu.com/brasildefato/docs/bdf_021> Acesso em 22 jul 2023

BRASIL DE FATO. Ed. nº 44. São Paulo, 2004. Disponível em <https://issuu.com/brasildefato/docs/bdf_44> Acesso em 22 jul 2023

- BRASIL DE FATO. Ed. nº 81 . São Paulo, 2004. Disponível em <https://issuu.com/brasildefato/docs/bdf_81> Acesso em 22 jul 2023
- BRASIL DE FATO. Ed. nº 95. São Paulo, 2004. Disponível em <https://issuu.com/brasildefato/docs/bdf_95> Acesso em 22 jul 2023
- BRASIL DE FATO. Ed. nº 96. São Paulo, 2004. Disponível em <https://issuu.com/brasildefato/docs/bdf_96> Acesso em 22 jul 2023
- BRASIL DE FATO. Ed. nº 135. São Paulo, 2005. Disponível em <https://issuu.com/brasildefato/docs/bdf_135> Acesso em 22 jul 2023
- BRASIL DE FATO. Ed. nº 151. São Paulo, 2006. Disponível em <https://issuu.com/brasildefato/docs/bdf_151> Acesso em 22 jul 2023
- BRASIL DE FATO. Ed. nº 159 . São Paulo, 2006. Disponível em <https://issuu.com/brasildefato/docs/bdf_159> Acesso em 22 jul 2023
- BRASIL DE FATO. Ed. nº 166 . São Paulo, 2006. Disponível em <https://issuu.com/brasildefato/docs/bdf_166> Acesso em 22 jul 2023
- BRASIL DE FATO. Ed. nº 167 . São Paulo, 2006. Disponível em <https://issuu.com/brasildefato/docs/bdf_177> Acesso em 22 jul 2023
- BRASIL DE FATO. Ed. nº 185 . São Paulo, 2006. Disponível em <https://issuu.com/brasildefato/docs/bdf_185> Acesso em 22 jul 2023
- BRASIL DE FATO. Ed. nº 188. São Paulo, 2006. Disponível em <https://issuu.com/brasildefato/docs/bdf_188> Acesso em 22 jul 2023
- BRASIL DE FATO. Ed. nº 196 . São Paulo, 2006. Disponível em <https://issuu.com/brasildefato/docs/bdf_196> Acesso em 22 jul 2023
- BRASIL DE FATO. Ed. nº 201. São Paulo, 2007. Disponível em <https://issuu.com/brasildefato/docs/bdf_201> Acesso em 22 jul 2023
- BRASIL DE FATO. Ed. nº 367 . São Paulo, 2010. Disponível em <https://issuu.com/brasildefato/docs/bdf_367> Acesso em 22 jul 2023
- BRASIL DE FATO. Ed. nº 392. São Paulo, 2010. Disponível em <https://issuu.com/brasildefato/docs/bdf_3921> Acesso em 22 jul 2023
- BRASIL DE FATO. Ed. 418. São Paulo, 2011. Disponível em <https://issuu.com/brasildefato/docs/bdf_418> Acesso em 22 jul 2023
- BRASIL DE FATO. Ed. nº 426 . São Paulo, 2011. Disponível em <<https://issuu.com/brasildefato/docs/bdf-426>> Acesso em 22 jul 2023
- BRASIL DE FATO. **Entenda o preço dos combustíveis.** São Paulo. 25 mai 2018. Disponível em <<https://www.instagram.com/p/BjN5ODuBJhj/>> Acesso em 23 jul 2023

BRASIL DE FATO. **E o PT, hein? E o Lula?** São Paulo. 18 mai 2022. Disponível em <<https://www.instagram.com/p/Cdt6LyptXTX/>> Acesso em 23 jul 2023

BRASIL DE FATO BAHIA. **Kit Mídia 2023**. Salvador, 2023

BRASIL DE FATO. **O podcast “A mulher da casa abandonada”**. São Paulo. 6 jul 2022. Disponível em <https://www.instagram.com/p/Cfr_7O6u4D_/> Acesso em 23 jul 2023

BRASIL DE FATO. **Quanto um trabalhador precisa trabalhar para receber o salário de um Executivo do mesmo ramo?** São Paulo. 11 jul 2018. Disponível em <<https://www.instagram.com/p/BIF94l1BZ5p/>> Acesso em 23 jul 2023

BRASIL DE FATO. **Sabatina no Jornal Nacional**. São Paulo. 18 set 2018. Disponível em <<https://www.instagram.com/p/Bn4lqsIBM1M/>> Acesso em 23 jul 2023

BRASIL DE FATO. **Top 5 artigo do novo Código das Famílias de Cuba**. São Paulo. 28 set 2022. Instagram @brasildefato. Disponível em <<https://www.instagram.com/reel/CjEI1qlsIGm/>> Acesso em 23 jul 2023

CENTRAL do Brasil: programa televisivo produzido por movimentos populares estreia nesta segunda. **TVT**. Disponível em <<https://www.tvt.org.br/central-do-brasil-programa-televisivo-produzido-por-movimentos-populares-estreia-nesta-segunda/>> Acesso em 04 abr 2013

CHÉQUER, Iasmín. **Mulheres dominam o centro da roda de capoeira**. Disponível em <<https://www.brasildefatomg.com.br/2018/03/19/mulheres-dominam-o-centro-da-roda-de-capoeira>> Acesso em 23 jul 2023

DOLCE, Julia. **Poder para o povo: centenário de Nelson Mandela**. Disponível em <<https://www.brasildefato.com.br/especiais/poder-para-o-povo-centenario-de-nelson-mandela>> Acesso em 23 jul 2023

DULCE, Emily. **Mulheres foram protagonistas da resistência armada na ditadura**. Disponível em <<https://www.brasildefato.com.br/2018/09/06/mulheres-foram-protagonistas-da-resistencia-armada-a-ditadura>> Acesso em 23 jul 2023

EDITORIAL “Grande Mídia” não é nome, é confete. **Brasil de Fato**. Disponível em <<https://www.brasildefato.com.br/2019/02/13/grande-midia-nao-e-nome-e-confete/>> Acesso em 15 jul 2023

ESTEFANI, 10 anos, porta-voz dos sem-terrinhas. **Brasil de Fato**. Disponível em <<https://www.brasildefato.com.br/2018/05/06/estefani-10-anos-porta-voz-dos-sem-terrinha>> Acesso em 23 jul 2023

FEITOSA, Angélica. **Crise econômica aumenta venda de fiado nas periferias**. Disponível em <<https://www.brasildefatoce.com.br/2022/07/08/crise-economica-aumenta-venda-de-fiado-nas-periferias>> Acesso em 23 jul 2023

GONÇALVES, Juliana. **139 anos de uma abolição inacabada.** Disponível em <<https://www.brasildefato.com.br/especiais/130-anos-de-uma-abolicao-inacabada>> Acesso em 23 jul 2023

GUIMARÃES, Carolina. **Com homenagem a Carlos Marighella, jornal Brasil de Fato chega à Bahia.** Disponível em <<https://www.brasildefatoba.com.br/2017/12/07/com-homenagem-a-carlos-marighella-jornal-brasil-de-fato-chega-a-bahia>> Acesso em 12 mai 2023

HISTÓRICO do processo do FSM. **Fórum Social Mundial.** Disponível em: <<http://forumsocialportoalegre.org.br/forum-social-mundial/>> Acesso em 23 jul 2023

LACERDA, Lara. **Radinho BDF, podcast do Brasil de Fato, recebe menção honrosa no Prêmio Vladimir Herzog.** Disponível em <<https://www.brasildefato.com.br/2021/10/21/radinho-bdf-podcast-do-brasil-de-fato-recebe-mencao-honrosa-no-premio-vladimir-herzog>> Acesso em 07 abr 2023

LEÓN, Lucas Pordeus. **Brasil tem 152 milhões de pessoas com acesso à internet.** Disponível <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2021-08/brasil-tem-152-milhoes-de-pessoas-com-aceso-internet>> Acesso em 23 jul 2023

LIMA, Camilla. **O lugar da mulher quando arte é resistência.** Disponível em <<https://www.brasildefatoce.com.br/2022/03/04/o-lugar-da-mulher-quando-a-arte-e-resistencia>> Acesso em 23 jul 2023

MARKO, Kátia. **“As favelas latino-americanas precisam se organizar politicamente, diz ativista”.** Disponível em <<https://www.brasildefato.com.br/2018/07/27/as-favelas-latinoamericanas-precisam-se-organizar-politicamente-diz-ativista/>> Acesso em 23 jul 2023

MELLO, Michelle. **Em 16 meses, Cuba aplicou as vacinas que faria em 15 anos, diz médica cubana.** Disponível em <<https://www.brasildefato.com.br/2022/07/17/em-16-meses-cuba-aplicou-as-vacinas-que-faria-em-15-anos-diz-medica-cubana>> Acesso em 23 jul 2023

MENDONÇA, Rani. **Evellyn Silva: mulher trans, trabalhadora e independente.** Disponível em <<https://www.brasildefato.com.br/especiais/evellyn-silva-mulher-trans-trabalhadora-e-independente>> Acesso em 23 jul 2023

MULHERES lideram atos contra Bolsonaro no Brasil e no mundo. **Brasil de Fato.** Disponível em <<https://www.brasildefato.com.br/2018/09/29/mulheres-lideram-atos-contra-bolsonaro-no-brasil-e-no-mundo>> Acesso em 23 jul 2023

NO CAMPO e na cidade, mulheres se unem contra o machismo e a fome: veja como foi o 8 de março. **Brasil de Fato.** Disponível em <<https://www.brasildefato.com.br/2022/03/08/no-campo-e-na-cidade-mulheres-se-unem-contra-o-machismo-e-a-fome-veja-como-foi-o-8-de-marco>> Acesso em 23 jul 2023

PINA, Rute. **Comunicação popular: Brasil de Fato completa 15 anos.** Disponível em <<https://www.brasildefato.com.br/2018/01/25/comunicacao-popular-brasil-de-fato-completa-15-anos/>> Acesso em 15 jun 2023

PINA, Rute. **Grito dos Excluídos denuncia violência, custo de vida e prisão política de Lula.** Disponível em <<https://www.brasildefato.com.br/2018/09/07/grito-dos-excluidos-denuncia-violencia-custo-de-vida-e-prisao-politica-de-lula/>> Acesso em 23 jul 2023

PROJETO BRASIL POPULAR. **Eixos Temáticos.** Disponível em <<https://projetobrasilpopular.org/>> Acesso 15 mai 2023

QUEM Somos. **Brasil de Fato.** Disponível em <<https://www.brasildefato.com.br/quem-somos/>> Acesso em 12 jun 2023

QUEM Somos. **Brasil de Fato PR.** Disponível em <<https://www.brasildefatopr.com.br/quem-somos>> Acesso em 23 jul 2023

QUEM Somos. **Brasil de Fato MG.** Disponível em <<https://www.brasildefatomg.com.br/quem-somos>> Acesso em 23 jul 2023

QUEM Somos. **Brasil de Fato RJ.** Disponível em <<https://www.brasildefatorj.com.br/quem-somos>> Acesso em 23 jul 2023

QUEM Somos. **Brasil de Fato RS** . Disponível em <<https://www.brasildefators.com.br/quem-somos>> Acesso em 23 jul 2023

QUEM Somos. **Brasil de Fato PE** . Disponível em <<https://www.brasildefatope.com.br/quem-somo>> Acesso em 23 jul 2023

RADINHO Bdf ganha prêmio de comunicação da Fundação Jose Luiz Egydio Setubal. **Rede Brasil Atual.** Disponível em <<https://www.redebrasilatual.com.br/cidadania/radinho-bdf-ganha-premio-de-comunicacao-fundacao-jose-luiz-egydio-setubal/>> Acesso em 05 fev 2023

RISIO, Alejo di. **Na Argentina, as vidas negras também importam.** Disponível em <<https://www.brasildefato.com.br/2018/03/23/na-argentina-as-vidas-negras-tambem-importam>> Acesso em 23 jul 2023

RODRIGUES, Fania. **Composição da Assembleia Nacional de Cuba é uma das mais democráticas do continente.** Disponível em <<https://www.brasildefato.com.br/2018/03/13/composicao-da-assembleia-nacional-de-cuba-e-um-a-das-mais-democraticas-do-continente/>> Acesso em 23 jul 2023

RODRIGUES, Fania. **Cuba vai mudar mas não deixará de ser socialista, afirmam revolucionários de 1959.** Disponível em <<https://www.brasildefato.com.br/2018/03/23/cuba-vai-mudar-mas-nao-deixara-de-ser-socialista-afirmam-revolucionarios-de-1959/>> Acesso em 23 jul 2023

RODRIGUES, Fania. **Nas ruas de Havana, cubanos falam sobre a eleição desse domingo**

Disponível em

<<https://www.brasildefato.com.br/2018/03/10/na-ruas-de-havana-cubanos-falam-sobre-a-eleicao-desse-domingo/>> Acesso em 23 jul 2023

SALVADOR Capital Afro fortalecerá a capital baiana como destino étnico. **Bahia Notícias.**

Disponível

em

<<https://www.bahianoticias.com.br/noticia/271603-salvador-capital-afro-fortalecera-a-capital-bai-ana-como-destino-etnico.html>>

SOARES, Nicolau. **Brasil de Fato completa 20 anos de comunicação popular e luta democracia.** Disponível

Disponível

em

<<https://www.brasildefatope.com.br/2023/01/25/brasil-de-fato-completa-20-anos-de-comunicacao-popular-e-luta-pela-democracia>> Acesso em 20 jul 2023

SOLIDARIEDADE Internacional. **MST.** Disponível em

<<http://www.mst.org.br/solidariedade-internacional/>> Acesso em 22 jun 2023

TAVARES, Joana. **Como é viver em uma ocupação urbana?** Disponível em

<<https://www.brasildefato.com.br/2018/05/15/como-e-viver-em-uma-ocupacao-urbana>> Acesso em 23 jul 2023

TAVEIRA, Vitor. **Agricultores urbanos: uma experiência na periferia.** Disponível em<

<https://www.brasildefato.com.br/2018/03/02/agricultores-urbanos-uma-experiencia-na-periferia>> Acesso em 23 jul 2023

TAHYRINE, Iyalê. **Presença das mulheres negras na política é destaque no prosa e fato.**

Disponível

em

<<https://www.brasildefatope.com.br/2022/07/18/presenca-das-mulheres-negras-na-politica-e-destaque-no-prosa-e-fato>> Acesso em 23 jul 2023

TERCEIRO Ato: da posse ao golpismo, filme do BdF mostra bastidores de um Brasil em disputa. **Brasil de Fato** Disponível

Disponível

<<https://www.brasildefato.com.br/2023/01/27/terceiro-ato-da-posse-ao-golpismo-filme-do-bdf-mostra-bastidores-de-um-brasil-em-disputa>> Acesso em 05 mar 2023

TRABALHADORES rurais preocupam fazenda Santa Tereza, no Pará. Disponível em

<<https://www.brasildefato.com.br/2018/07/27/trabalhadores-rurais-reocupam-fazenda-santa-terez-a-no-para>> Acesso em 23 jul 2023

TIK TOK ultrapassa o Facebook e se torna o aplicativo mais baixado de 2020. **G1.** Disponível em

<<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2021/08/10/tiktok-ultrapassa-o-facebook-como-aplicativo-mais-baixado-de-2020.ghtml>> Acesso em 20 jul 2023

VASCONCELOS, Ana Carolina. **Movimento Brasil Popular, fundado em MG no domingo (20) promete ajudar a derrotar o bolsonarismo.** Disponível em

<<https://www.brasildefato.com.br/2022/03/21/movimento-brasil-popular-fundado-em-mg-no-domingo-20-promete-ajudar-a-derrotar-bolsonaro>> Acesso em 15 jun 2023

VASCONCELOS, Julia; TAHYRINE, Iyalê. **28º grito nacional dos excluídos leva milhares de pessoas às ruas do Recife.** Disponível em <<https://www.brasildefato.com.br/2022/09/07/28-grito-nacional-dos-excluidos-leva-milhares-de-pessoas-as-ruas-do-recife>> Acesso em 23 jul 2023

VIDA e obra da militante socialista Rosa Luxemburgo é contada em radionovela. **Brasil de Fato.** Disponível em <<https://www.brasildefato.com.br/2017/10/16/vida-e-obra-da-militante-socialista-rosa-luxemburgo-e-contada-em-radionovela/>> Acesso 03 mai 2023

ZONTA, Marcio. **Como vivem os trabalhadores da mineração após o apartheid na África do Sul.** Disponível em <<https://www.brasildefato.com.br/especiais/como-vivem-os-trabalhadores-da-mineracao-apos-o-apartheid-na-africa-do-sul>> Acesso em 23 jul 2023

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento: Fragmentos Filosóficos.** Rio de Janeiro: Zahar, 1986.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização.** 8 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010

_____. **Latinoamericanos Buscando Lugar em este Siglo.** 1ed. Buenos Aires: Paidós, 2002

CASSOL, Daniel Barbosa. **Brasil de Fato: A imprensa popular alternativa em tempos de crise.** Dissertação (mestrado) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2010.

CONSULTA POPULAR. **Cartilha 06 - Assembleia dos Lutadores do Povo.** Brasília, 1999

CONSULTA POPULAR. **Cartilha 19 - Resoluções da 3ª Assembleia Nacional.** São Paulo, 2007

FERNANDES, Florestan. **O que é Revolução.** 1ª ed. São Paulo: Expressão Popular, 2018

FERNANDES, Florestan. **Significado do Protesto Negro.** 1ª ed. São Paulo: Expressão Popular; Fundação Perseu Abramo, 2017

GENRO FILHO, Adelmo Genro. **O Segredo da Pirâmide: Para uma teoria marxista do jornalismo.** Porto Alegre, Editora: Tchê! Editora Ltda, 1987.

GOMES, Itania Maria Mota. **O que é o popular no jornalismo popular** in FREIRE FILHO, João; GRANJA COUTINHO, Eduardo; e PAIVA, Raquel (orgs.). **Mídia e Poder: Ideologia, Discurso e Subjetividade,** Rio de Janeiro, Ed. Mauad X, 2008

GOMES, Itania Maria Mota. **Raymond Williams e a hipótese cultural da estrutura de sentimento** in GOMES, Itania Maria Mota; JANOTTI JUNIOR, Jeder (orgs.). **Comunicação e estudos culturais.** Salvador: EDUFBA, 2011

GONZALEZ, Lélia. **Por um Feminismo Afro-Latino-Americano: Ensaio, Intervenções e Diálogos**. Rio Janeiro: Zahar, 2020.

HALL, Stuart. **Da Diáspora: Identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

HARNECKER, Marta. **Um Mundo a Construir: novos caminhos**. 1ª ed. São Paulo, Expressão Popular, 2018

IANNI, Octavio. **A questão nacional na América Latina**. Estudos Avançados, v. 2, n. 1, p. 5-40, 1 mar. 1988.

LIMA, Venício A. de. **Mídia: Teoria e Política**. 2ª ed, 2ª reimpressão. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2012

MARICATO, Ermínia; FECHIO, Fermino. **A luta pelo direito de morar**. Revista Travessia, setembro-dezembro 1992

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia**. 4 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997

MOURA, Ana Maria Straube de Assis. **Brasil de Fato: Trajetórias, contradições e perspectivas de um jornal popular alternativo**. Dissertação (mestrado) - Universidade Metodista de São Paulo, 2009

OLIVEIRA, Carlindo Rodrigues de. **Greves no Brasil, de 1978 a 2018: grandes ciclos, configurações diversas**. Revista Ciências do Trabalho n. 15, DIEESE - ABET, 2019

ORTIZ, Renato. **A Escola de Frankfurt e a Questão da Cultura**. Revista Sociologia em Rede, [S. l.], v. 6, n. 06, 2016. Disponível em: <<http://redelp.net/index.php/rsr/article/view/1177>> Acesso em: 18 set. 2023.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira: Cultura brasileira e indústria cultural**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994

PERUZZO, Círcia M. Krohling. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. Petrópolis: Editora Vozes, 2004

_____. **Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados e as reelaborações no setor**. Revista ECO-Pós, v.12, n.2, maio-agosto 2009, p. 46-61.

PISMEL, Matheus Lobo. **Projeto popular e estratégias jornalísticas: Relações entre jornalismo alternativo e organizações populares a partir de experiências de Brasil de Fato e Notas - Periodismo Popular**. Dissertação (mestrado). Ponta Grossa, 2018

PRADO, M. A. M.; MARQUES, A. C. S. **O povo como categoria política no pensamento de Jacques Rancière e Ernesto Laclau**. Mediações - Revista de Ciências Sociais, Londrina, v. 26, n. 1, p. 28-49, 2021. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/mediacoes/article/view/42112>. Acesso em: 9 jul. 2023.

RUBBO, Deni Irineu Alfaro. **Do campo para o mundo:** em busca de um internacionalismo continental para o MST - entrevista com Gilmar Mauro. *Lutas Sociais*, São Paulo, n.29, p.21-30, jul./dez. 2012.

SAFFIOTI, Heleieth. **Gênero, patriarcado e violência.** 2ª edição, São Paulo: Expressão Popular: Fundação Perseu Abramo, 2015.

SECRETARIA NACIONAL PROJETO BRASIL POPULAR. **A crise brasileira e o projeto popular para o Brasil.** Ronaldo Pagotto (coord.). 1 ed. São Paulo: Expressão Popular, 2022

SEGANFREDO, Thais. **Uma outra cultura é possível:** o jornalismo cultural alternativo do Brasil de Fato. Monografia (graduação) - Departamento de Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2016

SODRÉ, Nelson Werneck. **Quem é o povo no Brasil?** Marília: Lutas anticapital, 2019.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992

_____ **Marxismo e Literatura.** Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979

ANEXO A - ROTEIRO DO PROGRAMA BRASIL DE FATO BAHIA ED. 47 - 11/09/22**TEC: VH ABERTURA**

OLÁ / VOCÊ ESTÁ OUVINDO O PROGRAMA BRASIL DE FATO BAHIA / EU SOU GABRIELA AMORIM E NA PRÓXIMA HORA / VOU TRAZER PRA VOCÊ NOTÍCIAS EM UMA VERSÃO POPULAR DA BAHIA / DO BRASIL E DO MUNDO

TEC: BG DO PROGRAMA

E NO PROGRAMA DESSA SEMANA VAMOS FALAR SOBRE AS MANIFESTAÇÕES DO GRITO DOS EXCLUÍDOS QUE TOMARAM AS RUAS DA BAHIA NO ÚLTIMO DIA SETE // SOBRE A DECISÃO DO TRE EM UMA AÇÃO MOVIDA CONTRA A CANDIDATA A DEPUTADA ESTADUAL LIGADA AO MST NA BAHIA // E AINDA UMA MATÉRIA SOBRE A LITERATURA INDÍGENA // TEM TAMBÉM ENTREVISTA COM A HISTORIADORA WLAMYRA ALBUQUERQUE SOBRE O BICENTENÁRIO DA INDEPENDÊNCIA DO BRASIL // COZINHA BAIANA COM RITA SANTOS / PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DAS BAIANAS DE ACARAJÉ / E O NOSSO GIRO PELO NORDESTE COM AS NOTÍCIAS DA NOSSA REGIÃO // FICA COM A GENTE PELA PRÓXIMA HORA

TEC: BG DO PROGRAMA

O SETE DE SETEMBRO FOI MARCADO EM TODO O PAÍS POR MANIFESTAÇÕES DE MOVIMENTOS POPULARES NO VIGÉSIMO OITAVO GRITO DOS EXCLUÍDOS / APÓS DOIS ANOS SEM SAIR ÀS RUAS DEVIDO À NECESSIDADE DE DISTANCIAMENTO SOCIAL // O LEMA DESSE ANO FOI BRASIL 200 ANOS DE INDEPENDÊNCIA PARA QUEM

TEC: MATÉRIA – GRITO DOS EXCLUÍDOS – VÂNIA DIAS**TEC: VH ENTREVISTA**

E SEGUINDO AINDA NO TEMA DO BICENTENÁRIO DA INDEPENDÊNCIA DO BRASIL / A GENTE CONVERSA HOJE NA NOSSA ENTREVISTA COM WLAMYRA ALBUQUERQUE / DOUTORA EM HISTÓRIA SOCIAL DA CULTURA PELA UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS E PROFESSORA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA // A REPÓRTER VÂNIA DIAS CONVERSOU COM ELA SOBRE COMO É CONTADA ESSA HISTÓRIA E AS DISPUTAS DE NARRATIVA QUE A ENVOLVEM

TEC: ENTREVISTA – WLAMYRA ALBUQUERQUE**TEC: BG DO PROGRAMA**

O TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL NEGOU REPRESENTAÇÃO MOVIDA CONTRA A CANDIDATURA A DEPUTADA ESTADUAL DE LUCINHA DO MST DO PARTIDO DOS TRABALHADORES // A AÇÃO MOVIDA PELO CANDIDATO A GOVERNADOR ACM NETO DO UNIÃO BRASIL CONTESTAVA JUSTAMENTE O USO DA SIGLA MST NA CAMPANHA DA CANDIDATA

TEC: MATÉRIA – ELEIÇÕES PROCESSO MST – LORENA CARNEIRO

TEC: BG DO PROGRAMA

A LITERATURA INDÍGENA NO BRASIL / ASSIM COMO A DIVERSIDADE DE POPULAÇÕES INDÍGENAS / SEGUE EM PROCESSO DE INVISIBILIZAÇÃO NO PAÍS // ATUALMENTE / EXISTEM MAIS DE 60 ESCRITORES E ESCRITORAS INDÍGENAS PUBLICANDO SEUS LIVROS SOBRE VÁRIOS TEMAS E VOLTADOS PARA DIVERSOS PÚBLICOS // VÁRIOS DESSE LIVROS / INCLUSIVE / JÁ RECEBERAM PRÊMIOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS / EM RECONHECIMENTO A SUA QUALIDADE E CONTRIBUIÇÃO PARA A LITERATURA

TEC: MATÉRIA – LITERATURA INDÍGENA – ALFREDO PORTUGAL

TEC: BG DO PROGRAMA

O PROJETO FREQUÊNCIAS PRECIOSAS ESTÁ FAZENDO UMA PESQUISA CHAMADA CARTOGRAFIA DAS CANTORAS NEGRAS E INDÍGENAS DA BAHIA // O OBJETIVO É CONSTRUIR UM DIAGNÓSTICO SOBRE A PARTICIPAÇÃO DESSAS MULHERES NOS NEGÓCIOS DA MÚSICA NA BAHIA // QUALQUER CANTORA NEGRA OU INDÍGENA BAIANA PODE ACESSAR O SITE E RESPONDER AO QUESTIONÁRIO PARA AJUDAR NA CONSTRUÇÃO DESSE DIAGNÓSTICO // O ENDEREÇO DO SITE DO PROJETO É WWW PONTO FREQUENCIAS PRECIOSAS PONTO COM PONTO BR // TODAS AS QUE RESPONDEREM PASSAM TAMBÉM A FAZER PARTE DA PLATAFORMA FREQUÊNCIAS PRECIOSAS QUE PROMOVE AÇÕES DE DIFUSÃO E FORMAÇÃO

DE 13 A 15 DE SETEMBRO / O MOVIMENTO DE ORGANIZAÇÃO COMUNITÁRIA / MOC / PROMOVE A FEIRA DE SABORES / SABERES E FAZERES POR UM SERTÃO MAIS JUSTO / NO HANGAR DA UEFS EM FEIRA DE SANTANA // ALÉM DE VENDA DOS PRODUTOS DA AGRICULTURA FAMILIAR E ECONOMIA SOLIDÁRIA / A FEIRA TERÁ TAMBÉM OFICINAS E SEMINÁRIOS E MANIFESTAÇÕES ARTÍSTICAS E CULTURAIS // VOCÊ PODE ACOMPANHAR A PROGRAMAÇÃO NAS REDES SOCIAIS DO MOVIMENTO @ MOC _ MOVIMENTO

TEC: VH COZINHA BAIANA

NO TABULEIRO DA BAIANA NÃO TEM SÓ ACARAJÉ E ABARÁ // E NO COZINHA BAIANA DE HOJE / A GENTE TRAZ A RECEITA E A HISTÓRIA DE UM QUITUTE DOCE TRADICIONAL DESSES TABULEIROS / O BOLINHO DE ESTUDANTE // QUEM NOS CONTA ESSA HISTÓRIA E ESSA RECEITA É RITA SANTOS / BAIANA DE ACARAJÉ E PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DAS BAIANAS DE ACARAJÉ

TEC: COZINHA BAIANA – RITA SANTOS**TEC: BG_DO_PROGRAMA**

O NOSSO GIRO PELAS NOTÍCIAS DO NORDESTE DESSA SEMANA TRAZ AS INFORMAÇÕES SOBRE AS ELEIÇÕES NA NOSSA REGIÃO // E A GENTE COMEÇA PELA PARAÍBA / ONDE AS CANDIDATURAS COLETIVAS TRAZEM REPRESENTATIVIDADE E PARTICIPAÇÃO POPULAR PARA AS LEGISLATURAS // NO CEARÁ / TEM A ÚLTIMA PESQUISA DE INTENSÃO DE VOTOS // E AINDA O MST LANÇA QUATRO CANDIDATURAS NO NORDESTE COM O OBJETIVO DE RENOVAR POLÍTICAS DE COMBATE À FOME

TEC: NORDESTE EM 20 MINUTOS**TEC: BG_DO_PROGRAMA**

POR HOJE / FICAMOS POR AQUI // SE VOCÊ QUISER ENTRAR EM CONTATO CONOSCO / ENVIAR SUAS SUGESTÕES / MANDA UMA MENSAGEM PRO WHATSAPP 75 99843-9485 // PARTICIPARAM DESTE PROGRAMA / LORENA CARNEIRO / NA EDIÇÃO / PRODUÇÃO E REPORTAGEM // FÁTIMA PEREIRA NA EDIÇÃO TÉCNICA // ALFREDO PORTUGAL / E VÂNIA DIAS NA REPORTAGEM // EU / GABRIELA AMORIM / NA LOCUÇÃO / ROTEIRO E PRODUÇÃO / E TODO O COLETIVO QUE CONSTRÓI O BRASIL DE FATO BAHIA // NÓS FICAMOS POR AQUI / BOA SEMANA E ATÉ O PRÓXIMO DOMINGO

TEC: BG_DO_PROGRAMA

ANEXO B - ROTEIRO DO PROGRAMA BRASIL DE FATO BAHIA ED. 51 - 09/10/22**TEC: VH ABERTURA**

OLÁ / VOCÊ ESTÁ OUVINDO O PROGRAMA BRASIL DE FATO BAHIA / EU SOU GABRIELA AMORIM E NA PRÓXIMA HORA / VOU TRAZER PRA VOCÊ NOTÍCIAS EM UMA VERSÃO POPULAR DA BAHIA / DO BRASIL E DO MUNDO

TEC: BG DO PROGRAMA

NO PROGRAMA DESSA SEMANA / VAMOS FALAR SOBRE OS RESULTADOS DAS ELEIÇÕES AQUI NO ESTADO / E TRAZER TAMBÉM UMA ANÁLISE DO CENÁRIO ESTADUAL E NACIONAL // TEM AINDA MATÉRIA SOBRE A CASA DE PARTO NATURAL MANSÃO DO CAMINHO / EM SALVADOR // A PROGRAMAÇÃO CULTURAL PRO DIA DAS CRIANÇAS EM VÁRIAS CIDADES DO ESTADO // E DICA DE CINEMA NO DEU A IDEIA // A INAUGURAÇÃO DE UM NOVO QUADRO SEMANAL / É FATO OU É FAKE / EM QUE A GENTE VAI TE AJUDAR A IDENTIFICAR AS NOTÍCIAS VERDADEIRAS E FALSAS QUE ESTÃO ROLANDO PELAS REDES SOCIAIS NESSE SEGUNDO TURNO DAS ELEIÇÕES // TEM TAMBÉM UMA SÉRIE NO SAÚDE E COMUNIDADE SOBRE AS ERVAS MEDICINAIS AQUI DO ESTADO // E UM COZINHA BAIANA BEM ESPECIAL COM UM PRATO QUE CONTA UM POUCO DA HISTÓRIA DO GARIMPO NA BAHIA // ENTÃO FICA COM A GENTE PELA PRÓXIMA HORA

TEC: BG DO PROGRAMA

A GENTE COMEÇA O PROGRAMA DE HOJE AINDA FALANDO DE ELEIÇÕES / CLARO // VAMOS FALAR SOBRE OS RESULTADOS DAS VOTAÇÕES PARA AS CÂMARAS ESTADUAL E FEDERAL AQUI NA BAHIA // QUEM SÃO OS CANDIDATOS ELEITOS / OS PARTIDOS COM MAIORES BANCADAS / E TAMBÉM OS DESTAQUES DAS CANDIDATURAS APOIADAS PELOS MOVIMENTOS POPULARES

TEC: BOLETIM – DEPUTADOS BA – LORENA CARNEIRO**TEC: VH ENTREVISTA**

NA ENTREVISTA DESSA SEMANA A GENTE CONVERSA COM THAYS CARVALHO / MILITANTE DO MOVIMENTO BRASIL POPULAR / QUE TRAZ PRA GENTE UMA ANÁLISE DO RESULTADO DAS ELEIÇÕES DO ÚLTIMO DOMINGO // CONVERSEI COM THAYS SOBRE ESSE SEGUNDO TURNO PARA PRESIDENTE E GOVERNADOR DO ESTADO / A CONFIGURAÇÃO DO CONGRESSO NACIONAL E TAMBÉM DA CÂMARA LEGISLATIVA AQUI NO ESTADO E MAIS

TEC: ENTREVISTA – THAYS CARVALHO

TEC: BG DO PROGRAMA

NAS ÚLTIMAS SEMANAS / AS ENTIDADES LIGADAS AO PARTO AQUI NA BAHIA PROMOVERAM UMA MOVIMENTAÇÃO PELO NÃO FECHAMENTO DA CASA DE PARTO NATURAL MANSÃO DO CAMINHO / QUE FICA EM SALVADOR // O ESPAÇO É DE UMA ENTIDADE FILANTRÓPICA / E PARA ATENDER AS USUÁRIAS DO SUS / PRECISA TER UM CONVÊNIO COM O SISTEMA ÚNICO // A SECRETARIA DE ESTADO DA SAÚDE JÁ RENOVOU ESSE CONVÊNIO ATÉ AGOSTO DE 2023 / E A CASA DE PARTO PERMANECERÁ ABERTA E EM FUNCIONAMENTO // MAS VOCÊ SABE O QUE É UMA CASA DE PARTO E COMO A MANSÃO DO CAMINHO FUNCIONA? // A REPÓRTER VÂNIA DIAS TRAZ ESSAS INFORMAÇÕES NA MATÉRIA QUE A GENTE ESCUTA AGORA

TEC: MATÉRIA – MANSÃO DO CAMINHO**TEC: VH CULTURA EM FOCO**

NO NOSSO CULTURA EM FOCO DE HOJE / VAMOS TRAZER PRA VOCÊ A PROGRAMAÇÃO CULTURAL PRO DIA DAS CRIANÇAS EM DIVERSAS CIDADES DA BAHIA // PEGA O PAPEL E A CANETA E ANOTA AÍ PRA LEVAR A CRIANÇADA! // EM INHAMBUPE / VAI TER FESTA NA PRAÇA DA MATRIZ NA TERÇA-FEIRA / DIA 11 / A PARTIR DAS TRÊS HORAS DA TARDE // NA PROGRAMAÇÃO TEM TEATRO / BRINCADEIRAS E FESTIVAL DE MÚSICA PRA CRIANÇADA // EM JACOBINA / VAI TER TEATRO A PREÇOS POPULARES NO CENTRO DE ATIVIDADES DO SESC // O ESPETÁCULO CADÊ ALEGRIA? TERÁ DUAS APRESENTAÇÕES / DIA 9 ÀS 11 HORAS E DIA 12 ÀS 3 DA TARDE / OS INGRESSOS CUSTAM CINCO REAIS A MEIA ENTRADA E DEZ REAIS A INTEIRA // NO DIA 12 TAMBÉM LÁ NO SESC JACOBINA / ÀS 11 DA MANHÃ TEM A EXIBIÇÃO DO FILME DE ANIMAÇÃO PRODUZIDO AQUI NA BAHIA MIÚDA E O GUARDA-CHUVA / COM ENTRADA GRATUITA // EM FEIRA DE SANTANA / DE HOJE ATÉ O DIA 15 TEM PROGRAMAÇÃO ESPECIAL NO SESC // O PROJETO BRINCAR É DEMAIS TEM ATIVIDADES PRA CRIANÇAS DE 3 ATÉ 15 ANOS / E É PRECISO SE INSCREVER ANTES / PELO TELEFONE 75 3622-1077 // PRAS CRIANÇAS DE SALVADOR / A GENTE TROUXE DUAS DICAS // NO DIA 12 / ÀS 4 DA TARDE / NO TEATRO SESC SENAC DO PELOURINHO TEM APRESENTAÇÃO DO ESPETÁCULO / CLÁSSICAS / UMA MONTAGEM TEATRAL CIRCENSE / OS INGRESSOS CUSTAM CINCO REAIS A MEIA E 10 REAIS A INTEIRA // E NO MUSEU DE ARTE DA BAHIA TEM PROGRAMAÇÃO PRAS CRIANÇAS DE 11 ATÉ 14 DE OUTUBRO // VAI TER SHOW DE MALABARES / OFICINA DE BAMBOLÊ E ESCULTURA EM BOLA / CAÇA AO TESOURO / JOGOS DE INTERAÇÃO PELO ACERVO DO MUSEU E MUITO MAIS // A ENTRADA É GRATUITA / MAS PRECISA FAZER INSCRIÇÃO ANTES PELO TELEFONE 71 3117-6994

TEC: BG DO PROGRAMA

A GENTE INAUGURA HOJE AQUI NO PROGRAMA BRASIL DE FATO BAHIA UM QUADRO NOVO // ATÉ O DIA 30 DE OUTUBRO / O SEGUNDO TURNO DAS ELEIÇÕES / O REPÓRTER ALFREDO PORTUGAL VAI INVESTIGAR ALGUMAS DAS MENSAGENS QUE ESTÃO VIRALIZANDO NAS REDES SOCIAIS NESSE PERÍODO /

E DIZER PRA GENTE SE É FATO OU É FAKE // AQUI NO PROGRAMA / JÁ FALAMOS DIVERSAS VEZES SOBRE ESSE FENÔMENHO DAS FAKE NEWS E DA DESINFORMAÇÃO USADA PARA FINS ELEITORAIS / NÉ?! // E NESSE PERÍODO TÃO IMPORTANTE PROS RUMOS DA HISTÓRIA DA BAHIA E DO BRASIL / A GENTE VAI TE AJUDAR A IDENTIFICAR O QUE É FATO E O QUE É FAKE DESSE MATERIAL QUE ANDA CIRCULANDO PELAS REDES

TEC: MATÉRIA – PROPOSTAS CANDIDATOS – ALFREDO PORTUGAL

TEC: VH SAÚDE E COMUNIDADE

TEM NOVIDADE TAMBÉM NO QUADRO SAÚDE E COMUNIDADE // DURANTE ESSE MÊS DE OUTUBRO / A GENTE VAI TRAZER UMA SÉRIE BEM ESPECIAL PARA FALAR SOBRE ERVAS MEDICINAIS UTILIZADAS NA BAHIA // PRA ISSO / VAMOS CONTAR COM A PARTICIPAÇÃO DE ERVEIRAS E RAIZEIROS DE VÁRIAS CIDADES DO ESTADO // E O PRIMEIRO A NOS ENSINAR UM POUCO SOBRE AS PLANTAS DE REMÉDIO AQUI DA BAHIA É OTTO PAYAYÁ / COLETOR DE ERVAS MEDICINAIS DO POVO PAYAYÁ / DE UTINGA / E GUARDIÃO DE UM VASTO CONHECIMENTO SOBRE ELAS // OTTO E O POVO PAYAYÁ TÊM DESENVOLVIDO UM IMPORTANTE TRABALHO TANTO NO REFLORESTAMENTO DA NASCENTE DO RIO UTINGA / QUANTO NA REPRODUÇÃO DE MUDAS DE PLANTAS MEDICINAIS NATIVAS DA REGIÃO // OTTO CONTOU PRA GENTE QUE TEM COLETADO CERCA DE 75 ESPÉCIES DE ERVAS NAS MATAS LOCAIS / TANTO PARA USO DO SEU POVO QUANTO PRA COMERCIALIZAÇÃO // E DESTACA A IMPORTÂNCIA DAS FEIRAS DE AGRICULTURA FAMILIAR PRA A VENDA DAS ERVAS E DAS MUDAS / MAS TAMBÉM PRA MOSTRAR O TRABALHO DE CUIDADO COM OS TERRITÓRIOS E PLANTAS SAGRADAS DOS POVOS INDÍGENAS

TEC: SAÚDE E COMUNIDADE – OTTO PAYAYÁ

TEC: VH DEU A IDEIA

TEM DICA DE CINEMA AQUI NO DEU A IDEIA DE HOJE // CLAUDIO COSTA INDICA PRA GENTE UMA DAS ESTREIAS MAIS COMENTADAS DOS ÚLTIMOS TEMPOS / A MULHER REI // O FILME DE GINA PRINCE-BYTHEWOOD / CONTA A HISTÓRIA DE NANISCA / VIVIDA POR VAIOLA DAVIS // ELA FOI UMA COMANDANTE DO EXÉRCITO DO REINO DE DAOMÉ / UM DOS LOCAIS MAIS PODEROSOS DA ÁFRICA ENTRE OS SÉCULOS XVII E XIX // NESSE PERÍODO / O EXÉRCITO ERA COMPOSTO APENAS POR MULHERES / QUE COMBATERAM OS COLONIZADORES FRANCESES / TRIBOS RIVAIS E TODOS AQUELES QUE TENTARAM ESCRAVIZAR SEU POVO E DESTRUIR SUAS TERRAS

TEC: DEU A IDEIA – CLAUDIO COSTA

TEC: VH COZINHA BAIANA

ESSA SEMANA / O COZINHA BAIANA TRAZ UM POUCO DA HISTÓRIA DO GARIMPO CONTADA ATRAVÉS DE UM PRATO TÍPICO DA CHAPADA DIAMANTINA / O GODÓ DE BANANA VERDE // O PRATO SURTIU NA VILA DE

CAETÉ AÇU / MAIS CONHECIDA COMO VALE DO CAPÃO / DURANTE O PERÍODO DO AUGE DO GARIMPO // DEPOIS / NA DÉCADA DE 1930 / QUANDO O TERRITÓRIO PASSOU POR UM PERÍODO DE RECESSÃO MUITO GRANDE / O GODÓ DE BANANA VERDE LIVROU MUITAS FAMÍLIAS DA FOME EXTREMA // E QUEM CONTA PRA GENTE ESSA RECEITA E ESSA HISTÓRIA É DANÚBIA SANTOS COSTA / QUE NASCEU E SE CRIOU EM CAETÉ AÇU / E HOJE COMANDA O RESTAURANTE GODOZEIRAS DO VALE / QUE FICA NA RUA DOS BRANCOS / CAMINHO PRA DIVERSAS TRILHAS DO VALE DO CAPÃO // VAMOS OUVIR ESSA HISTÓRIA?

TEC: COZINHA BAIANA – DANÚBIA SANTOS

TEC: BG DO PROGRAMA

O NOSSO GIRO DE NOTÍCIAS PELO NORDESTE DESSA SEMANA VAI TRAZER PRA GENTE ANÁLISES DOS RESULTADOS ELEITORAIS DA NOSSA REGIÃO // TEM UMA ANÁLISE GERAL PRO NORDESTE / O RESULTADO DAS ELEIÇÕES PRA GOVERNO DOS ESTADOS E TAMBÉM UM RESUMO DO RESULTADO DAS ELEIÇÕES PROPORCIONAIS PRA DEPUTADOS

TEC: NORDESTE EM 20 MINUTOS

TEC: BG DO PROGRAMA

O NOSSO PROGRAMA VAI CHEGANDO AO FIM // SE VOCÊ QUISE ENTRAR EM CONTATO CONOSCO / ENVIAR SUAS SUGESTÕES / MANDA UMA MENSAGEM PRO WHATSAPP 75 99843-9485 // PARTICIPARAM DESTE PROGRAMA / LORENA CARNEIRO / NA EDIÇÃO E PRODUÇÃO // FÁTIMA PEREIRA NA EDIÇÃO TÉCNICA // VÂNIA DIAS E ALFREDO PORTUGAL NA REPORTAGEM // EU / GABRIELA AMORIM / NA LOCUÇÃO / ROTEIRO E PRODUÇÃO / E TODO O COLETIVO QUE CONSTRÓI O BRASIL DE FATO BAHIA // NÓS FICAMOS POR AQUI / BOA SEMANA E ATÉ O PRÓXIMO PROGRAMA

TEC: BG DO PROGRAMA