

## **Quando a mídia vai contra a educação e à defesa dos direitos humanos**

Paulo Pereira Lima

Diretor da Revista Viração ([www.revistaviracao.com.br](http://www.revistaviracao.com.br))

Companheiros e companheiras, nesses tempos que antecipam uma tempestade eleitoral, e por que não dizer, de furacões que podem assolar o cenário político nacional, não tenho receio ou mesmo vergonha de saudá-los como c-o-m-p-a-n-h-e-i-r-o-s. Não devemos ter vergonha de dizer que temos um projeto para o Brasil que respeite, de fato, os direitos humanos.

Com frequência, e mais ainda quando eclodiram as denúncias de corrupção envolvendo o alto escalão do governo federal e parlamentares dos mais diversos partidos, a mídia grande vem tentando passar a imagem de que todo mundo é igual: a canalhada dos partidos envolvidos na corrupção (todos) e os movimentos sociais e defensores dos direitos humanos, as Organizações Não-Governamentais e algumas figuras individualmente responsáveis.

Só pra refrescar a memória, a manchete do Estadão chegou a anunciar, em letras garrafais, que a Abong (Associação Brasileira de ONGs) teria participado do esquema de corrupção montado pelo Marcos Valério. Indiretamente afirmava que o Fórum Social Mundial teria participado do valerioduto, uma vez que este evento contou com a organização da Abong, entre outros parceiros.

Pois bem, companheiras e companheiros, de acordo com recentes descobertas bíblicas, o termo companheiro foi um dos primeiros títulos que os apóstolos deram a Jesus Cristo. Companheiro é aquele que caminha com, que partilha vidas, lutas, alegrias e dificuldades. No latim, quer dizer, compartilhar o pão. Estamos aqui compartilhando o pão do conhecimento, o pão da experiência cotidiana de marginalização, mas também de resistência, vinda já dos tempos de nossos antepassados africanos e indígenas. Dos tempos heróicos de Zumbi dos Palmares e do líder indígena Sepé Tiaraju, lembrado e comemorado em janeiro pelos 250 anos de sua brava resistência aos impérios espanhol e português nas Santas Missões, no atual Rio Grande do Sul.

Por isso, todos aqui somos companheiros e companheiras. Por isso, todos aqui estamos para partilhar diferentes pontos de vista e de experiências.

**Mídia e Educação**

Mídia, Educação e Direitos Humanos é uma mistura explosiva, uma equação social, política e cultural difícil de ser resolvida em se tratando de um país marcado pela vergonhosa história de dominação. Os senhores de engenho da época colonial continuam controlando terras e os novos instrumentos de produção do capital, da informação e do conhecimento.

Gostaria de analisar essa equação (mídia-educação-direitos humanos) partindo de uma visão panorâmica mas procurando, ao mesmo tempo, ver interfaces, pontes de encontro e desencontro entre os temas. Vou falar a partir de minha história de vida, a partir de meu lugar social, a partir de minha experiência de mais de 20 anos trabalhando com mídia comunitária, alternativa e independente.

Se olharmos a educação formal, o que chega em nossas escolas em matéria de mídia? Como os grandes meios de comunicação, e vou me limitar aos impressos, costumam invadir as salas de aula, costumam dominar as mentes dos professores, que, por sua vez, despejam conteúdos nas mentes dos alunos, muitas vezes de forma autoritária, que não leva à participação?

Encontro resposta a esta indagação indo às escolas. Um dia desses fui convidado para uma semana de debates numa escola de periferia de São Paulo. Fiquei endiabrado quando a diretora chegou pra mim e disse com um sorriso: “A revista *Veja* chega aqui toda semana. São 20 exemplares. Tudo de graça”. E não é só a *Veja* que chega em sala de aula dessa forma. A revista *Época* também disputa as salas de aula utilizando uma estratégia mais definida. Cada escola que participa de um plano que eles chamam de “educacional”, recebe da Editora Globo um pacote com 10 revistas, toda semana. Também de graça. Por meio de uma espécie de contrato de “parceria”, a direção da escola e os professores se comprometem a mostrar serviço, mandar um relatório mensal sobre como o conteúdo da revista foi utilizado, inclusive com redações de alunos sobre algum assunto tratado na semana.

Ora não quero aqui criar polêmica por conta de uma estratégia de marketing social, diria de jogatina social, desses ou outros impérios editoriais. O que quero chamar a atenção é sobre que tipo de conteúdo esses veículos querem que sejam discutidos em Português, História, Geografia, Artes e até Matemática. Sim porque eles fazem questão de dizer que suas revistas procuram ajudar a escola a trabalhar temas transversais, que poderiam ser abordados por qualquer uma das disciplinas do Ensino Médio. Chegam até ao extremo de dizer que “a missão do encarte é servir de instrumento pedagógico”.

Mas o fato é que o tipo de mídia grande que chega às escolas é racista, é homofóbica, é antiindigenista. Em poucas palavras: é contra os direitos humanos. Leva ao pleno e mais nefasto sentimento de des-conhecimento da própria pessoa, do verdadeiro país onde vivemos,

dos problemas que assolam esta nação. Apresenta o mundo em pedaços, como naquela história que nossos avós costumam contar: a dos cegos (ou deficientes visuais) e os elefantes. Três cegos estavam diante de um elefante. Um deles apalpou a cauda do animal e disse:

– É uma corda.

Outro acariciou uma pata do elefante e opinou:

– É uma coluna.

O terceiro cego apoiou a mão no corpo do elefante e adivinhou:

– É uma parede.

Assim estamos nós por conta do que ouvimos, lemos e vemos a partir da mídia grande: cegos de nós mesmos, cegos do mundo, cegos do que realmente acontece no Brasil de Fato. Desde que nascemos, e mais ainda na escola, somos treinados para não ver mais que pedacinhos. A cultura dominante, cultura do desvinculo, quebra a história passada como quebra a realidade presente; e proíbe que o quebra-cabeças seja montado.

A partir da informação desfragmentada que nos oferecem, somos treinados para não ver mais do que pedacinhos. Repito: essa comunicação do desvínculo quebra a história passada como quebra a realidade presente; e proíbe que o quebra-cabeças seja montado. A mídia chega por fim a ter medo de falar em resistência e da luta em defesa dos direitos humanos. Quando falam, é freqüente a distorção, o preconceito. O exemplo das informações que nos chegam do Zimbábue é gritante. O presidente Robert Mugabe vem sendo retratado como o Sadam Hussein africano.

Daí que a cientista política queniana Joyce Kazembe lançou uma questão fundamental no seminário Brasil-África, realizado em outubro do ano passado, em São Paulo: como vamos fazer a contra-informação às mentiras que a CNN e a BBC veiculam sobre nossos países? Outro claro e retumbante preconceito se deu com a cobertura da Primeira viagem do presidente Lula à África: preconceito dos jornalistas da mídia do poder; o exemplo da Namíbia: “Nem parece África”.

Tive a infelicidade de ter entre as mãos uma dessas reportagens de uma revista semanal, utilizada em sala de aula, em que apresenta a crise política gerada com a decisão do governo boliviano de Evo Morales de nacionalizar o petróleo. Junto à reportagem, uma foto super maldosa. Pelo ângulo do fotógrafo, parece que o presidente Evo Morales está dando um pontapé no traseiro de Lula. O texto foi escrito em tom ofensivo em relação ao presidente boliviano, quase beirando à falta de respeito pela história da Bolívia, país de maioria indígena. Que visão de Bolívia ou do povo boliviano terão tido os alunos ao analisar tal reportagem? De desprezo?

De entendimento? Será que a reportagem levou os alunos a terem uma visão conjuntural e estrutural dos problemas por que passam os bolivianos, espoliados de suas riquezas desde os tempos coloniais? Será que os professores chegam a filtrar esses desvios de comunicação. Coitados, logo eles que se multiplicam em 10 e meio a pesadas cargas horárias e mal-remunerados?

O mesmo tom depreciativo pode ser visto em outras ocasiões de cobertura internacional e nacional. Que imagem de Fidel Casto têm os jovens brasileiros a partir do que a mídia grande passa? Que imagem ele forma do presidente venezuelano Hugo Chávez? No plano nacional, que imagem dos sem-terra, tidos como “invasores de terra, baderneiros” é construída em sala de aula a partir mesmo dos livros didáticos ou revistas semanais que chegam na escola? Que imagem os meios de comunicação passam da periferia, dos meninos e meninas infratores em medidas sócio-educativas, após as rebeliões de Febem ou outros centros “Des-educativos”?

Pelo que vejo e analiso, não tenho dúvidas de que a mídia nos educa a cuspir no espelho. Isso mesmo: a cuspir no espelho. A ter nojo de nós mesmos. Ao negro não gostar dele mesmo e de suas origens africanas. O mesmo acontece com o indígena, com o habitante da periferia. O mundo que vale e que deve existir é o dos brancos, dos machos, dos ricos, dos que moram nos bairros; não nas favelas.

Sou de Fortaleza. Nasci e me criei na Favela do Lagamar, que, segundo os jornais da cidade, é “terra de bandidos” e prostitutas. O bairro nasceu a partir de uma ocupação, em plena ditadura militar. E sempre fui “educado” a renegar minhas origens.

É comum os jornais expressarem uma clara postura de criminalização dos moradores de favelas e outros bairros de periferia. Há casos emblemáticos no caso da Rocinha, no Rio, por exemplo, localizada no espaço mais valorizado da cidade. Os ricos reivindicam o “direito de ir e vir” dos moradores da “cidade” - território no qual não se inclui a favela - e questionam o direito de existência da comunidade popular no local em que se constituiu há mais de 70 anos. Para o professor e sociólogo carioca Luiz Eduardo Soares, é preciso superar alguns pressupostos que sustentam os olhares dirigidos às favelas pela maioria da população e, portanto, por boa parte das autoridades públicas. Os parâmetros tradicionalmente utilizados na definição e na relação com as comunidades populares e seus moradores estão centrados em referências de outros setores sociais, em particular os setores médios. Com isso, vai se constituindo em relação àqueles territórios o que o professor Luiz Eduardo Soares chama de “discurso da ausência”. Esse “discurso da ausência” chega às escolas por meio da mídia.

Em artigo publicado no site da ONG Observatório de Favelas, o professor analisa a forma como se constrói esse “discurso da ausência”. Nele, a favela é definida pelo que não

teria: “favela é aquele lugar que não tem acesso a serviços básicos, asfalto, escolas, postos de saúde, creches, educação, não tem regras, não tem leis, não tem cidadania!”, diz o senso comum.

Porque se acredita que todo morador da favela é um criminoso em potencial? A afirmação desse “discurso da ausência” em relação aos espaços populares revela uma representação, muito comum, de que a favela não seria constituinte da cidade. Existe o bairro, local típico para as vivências legais e formais e existe a favela como a não-cidade, como espaço onde não ocorreria o efetivo exercício da cidadania. A partir desse pressuposto, é elaborada uma nova série de discursos.

O principal deles é o “criminalizante”, segundo o qual todo morador da favela é um criminoso em potencial. Assim, tornou-se comum inferir que qualquer jovem das favelas estaria em atividades criminosas se não estivesse em um movimento de cultura, de educação ou atividades similares. Como se não buscassem, através de suas próprias iniciativas, outras formas de inserir-se no mercado de trabalho e como se a única rede social da favela fosse a constituída pelo tráfico. Ora, as crianças, os adolescentes e os jovens das favelas têm um contato maior com o tráfico de drogas que os moradores dos bairros, em geral. Mas quando se depreende que, em função disso, eles são potencialmente criminosos o que se revela é uma visão economicista, reducionista e preconceituosa em relação a eles. Basta considerar o universo total da população das comunidades populares e o ínfimo percentual de participação nas atividades do tráfico de drogas para se reconhecer o limite desse juízo. Na verdade, esses raciocínios sustentam, muitas vezes, a produção de formulações e intervenções públicas limitadas e sem consistência. Um exemplo é o lugar-comum chamado “resgate da cidadania”. Ora, na formulação está implícita a idéia que a pessoa assim identificada já foi cidadã e não é mais ou, ainda, não é cidadã. O raciocínio, entretanto, deveria ser invertido: exatamente pelo fato de ser cidadã é que ela deve ter os seus direitos preservados e as suas obrigações coletivas exigidas. A partir do momento que ela nasce e ingressa no sistema social deve ser reconhecida em seus direitos à saúde, segurança, educação, trabalho, enfim, humanidade.

### **O poder das palavras**

As palavras e as imagens podem ajudar a construir, a elevar a auto-estima. Como é bom ouvir da pessoa amada: “Eu te amo”. A palavra pode alimentar esperanças e sonhos, podem denunciar situações de desrespeito dos mais variados tipos. Mas também, quando utilizadas de

forma irresponsável, funcionam como armas. As palavras podem ferir. Podem matar. Podem levar ao suicídio.

O povo guarani kaiowá é exemplo elocuente disso. A depressão causada pela falta de terra e de condições reais de vida leva o povo ao suicídio, visto por eles como uma doença. Na visão religiosa kaiowá, o mal afeta a palavra, uma das três almas que o indígena possui. Quando ataca, a pessoa não consegue mais falar, fica “amarela”, deprimida. Prova disso, no dizer deles, é que a maioria dos suicidas prefere a morte por enforcamento, que aniquila a voz antes de tudo. Interessante que nessa mesma região atua o Projeto Educom.rádio centro-oeste, para que esses mesmos indígenas tenham a rádio como ferramenta para a sua sobrevivência. O Educom, rádio é um projeto do Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo, desenvolvido em mais de 400 escolas de São Paulo.

Pois bem, cresci escondendo minhas origens, cresci me escondendo. Isso é um crime o que estão fazendo com nossas crianças, nossos jovens e adolescentes. Que tenham vergonha de suas origens locais e históricas. Que fiquem na invisibilidade. Que permaneçam nas senzalas.

Afinal, que tipo de material didático o MEC ou secretarias de educação acabam comprando das editoras e fornecendo às escolas para resolver essa equação? Essas considerações são levadas em conta? Essas publicações realmente respeitam os direitos humanos? Ou mais: educam aos direitos humanos?

Vamos a outro exemplo: um estudo aprofundado sobre a representação do negro na literatura infantil e juvenil indicou um universo ainda problemático das relações étnico-raciais. De um lado, os raros livros que trazem personagens negras ainda são escritos por brancos e repetem preconceitos. De outro, estudantes afirmam a existência do racismo no Brasil. O estudo foi feito pela pesquisadora Andréia Lisboa. Em sua pesquisa de mestrado realizada na Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo (USP), Andréia lançou um olhar sobre um tema que ainda é tabu na escola. Por meio de leituras, desenhos, questionários e discussões, alunos de 5ª a 8ª séries de um colégio público na zona oeste de São Paulo indicaram um cenário contraditório. Apesar de a preferência por padrões estéticos brancos não ter impedido uma recepção favorável às obras que enfocam o negro, a consciência racial esteve presente apenas no discurso racional dos estudantes. Andréia comprovou que a mídia exerce grande influência sobre os adolescentes. Quando questionados quais eram seus artistas e heróis preferidos, a maioria dos alunos apontou ícones brancos.

É um problema de democracia. O mercado não investe nem publica autores negros que tratem da questão racial, como não há espaço para eles em cargos de alto escalão.

Andréia esmiuçou as características estéticas e temáticas de grande parte da produção editorial brasileira. Segundo a pesquisadora, os livros também não apresentam diversidade de traços nos personagens negros. A Cinderela, é totalmente diferente de Alice no País das Maravilhas. Em contrapartida, o negro é resumido com lenço no cabelo, enorme boca vermelha e nariz achatado.

### **Anúncio publicitário**

Hoje fala-se muito em responsabilidade social das empresas. Virou moda. E as empresas de comunicação continuam sendo irresponsáveis, colocam no lixo o código de ética que muitas delas mesmas elaboraram.

Vejamos um exemplo recente. Em junho do ano passado, circulou em revistas e na internet a campanha publicitária “Loverobots”, criada pela agência W/Brasil para a empresa de calçados Grendene S.A por meio da marca “Melissa”. A campanha mostra uma boneca loira deitada no chão e três robôs caracterizados como negros prestando serviços. Na foto, um dos bonecos de cor negra é mostrado calçando o sapato da boneca branca enquanto outro serve como um móvel de apoio ao braço da mesma.

De forma descarada, a campanha afirma que os negros continuarão escravos dos brancos até mesmo em uma época futura, quando os humanos seriam substituídos por máquinas.

Essa é mais uma violação que ganha espaço nos veículos de comunicação. São centenas de anúncios impressos, *outdoors*, matérias jornalísticas e outros instrumentos comunicacionais que ferem a nossa auto-estima e ridicularizam nossa contribuição estética, ética, filosófica, cultural, social, política e econômica. Não duvido que em alguma sala de aula, ou mesmo um livro didático, utilize esta mensagem publicitária para quando for tratar sobre comunicação.

Apesar da enxurrada de mensagens eletrônicas e protestos enviados ao Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária (CONAR), o órgão não mandou retirar o anúncio.

“Anúncio de revista de sandália da Grendene em que uma boneca loira é servida por três robôs negros foi motivo de queixas de consumidores de São Paulo, Brasília e Rio Grande do Sul, para quem o anúncio apresentaria exemplo de discriminação racial. A defesa alegou que houve entendimento distorcido por parte dos consumidores, uma vez as campanhas de suas sandálias sempre envolvem sensualidade, ainda que sutil. A peça apenas explora uma fantasia sexual, os robôs representando "escravos do amor", sem nenhuma

conotação preconceituosa. O Conselho concordou com os argumentos da defesa, deliberando pelo arquivamento da representação por unanimidade.”

### **Brasil multicultural**

A Constituição de 1988 é clara e incisiva quando trata da identidade nacional, reconhecendo o Brasil como pluriétnico e multicultural. Um país de todos. Mas não é isso o que se vê, o que lê ou o que se ouve nos grandes meios de comunicação, dominados pela mesma elite herdeira dos senhores de engenho.

A diplomacia é branca, a universidade é branca. A mídia brasileira é branca. E é também descaradamente racista, ao não contemplar um Brasil negro e indígena. Mente pelo que diz em relação às questões étnico-raciais e mente pelo que cala. Esconde as verdadeiras origens do povo brasileiro ou mesmo dificulta a seus leitores/ouvintes/telespectadores uma informação ética e profissionalmente responsável acerca do outro lado do Brasil chamado África, por exemplo.

### **Questão indígena**

No caso dos indígenas, o Conselho indigenista missionário (Cimi), que existe há mais de 30 anos, vez por outra também faz análise de mídia. Eles dizem que há muito sensacionalismo e superficialidade na cobertura jornalística.

Isso devido a basicamente 3 fatores: o primeiro deles vem da dificuldade de acesso ao local da informação, problema que a imprensa, como fenômeno essencialmente urbano que é, ainda não superou. As terras indígenas situam-se em muitos casos em lugares de difícil acesso. Muito do que ocorre - inclusive com povos sem contato, mas nem por isso a salvo de agressões de invasores de terras -, permanece fora do alcance da imprensa, como se simplesmente não houvesse acontecido.

Outro fator tem sido a conjuntura predominantemente anti-indígena naquelas localidades mais próximas aos povos indígenas. Decorrente de históricos conflitos pela posse da terra associados a antigos preconceitos étnico-raciais, impera via de regra um clima de animosidade explícita ou latente para com a população indígena local, alimentado sobretudo pelas forças políticas e econômicas de interesse direto ou indireto nas terras indígenas e suas riquezas naturais.



O terceiro fator, que concorre para um tratamento precário e enfoque distorcido dado pela imprensa às ocorrências envolvendo indígenas, é a reprodução de visões preconceituosas e estereotipadas a seu respeito. Uma delas, e a mais visível a partir das manchetes divulgadas, consiste no “índio genérico”, ou seja, aquele considerado a partir de determinadas características raciais e elementos culturais, porém desvinculadamente de um grupo sócio-cultural e lingüístico específico. Em decorrência, tem-se uma idéia de “homogeneidade” indígena, que além de pobre é completamente falsa.

Apesar das perseguições, as populações indígenas são detentoras de uma rica diversidade sócio-cultural. Dados oficiais falam em 170 diferentes línguas maternas, faladas pela maioria dos cerca de 215 povos que se localizam por todo o território nacional.

Outro dos estereótipos reproduzidos é proveniente da tendência e mesmo da expectativa de se considerar como “índios” os portadores de determinadas características físicas (cabelos lisos e negros, olhos oblíquos, tez morena, maçãs do rosto salientes). Esta idéia de “índio”, que vem do uso do critério biológico-racial, passou mais recentemente a se mostrar impróprio ou inadequado quanto às populações indígenas no País. Assim, por exemplo, no Nordeste e Sudeste grande parte dos indivíduos pertencentes a comunidades e povos indígenas não apresentam mais aquelas características originárias.

No caso da mídia impressa, pelo menos publicação de uma foto está condicionado ao fato se o personagem tem “cara de índio”. Sem o preenchimento de tal “requisito”, o registro fotográfico pode não ser feito ou a notícia simplesmente não ser publicada. Ou pode ainda a publicação ser feita, mas sem qualquer referência à identidade indígena do envolvido.

Além disso, há ainda as velhas visões que colocam a imagem indígena oscilando ente o “bom selvagem”, e o “bárbaro cruel”, ambas divorciadas da realidade e com iguais potenciais destrutivos. Exemplos. o conflito envolvendo os cinto-larga e os garimpeiros, em Rondônia, ou o caso da ocupação da Aracruz Celulose pelos indígenas Pataxó.

### **Democratização da mídia**

No Brasil, poucas famílias falam, 175 milhões de pessoas escutam. Poucas famílias têm o controle dos meios de comunicação impressos, televisivos, radiofônicos e digitais, enquanto 175 milhões de pessoas apenas recebem essas informações e, na maioria das vezes, sem questioná-las.

Muitas pessoas cansaram de só escutar, de não se verem representadas, de não verem seus direitos defendidos e atendidos, de serem uma grande massa manobrada. Muitos grupos cansaram de perder sua cultura, sua identidade, suas raízes e começaram a se movimentar, a se

organizar, a lutar pelos seus direitos. Criaram formas de comunicação alternativas: rádios comunitárias, TVs comunitárias, blogs, sites, jornais e revistas com enfoques diferentes ao dado pela mídia grande.

É claro que essa real democracia dos meios incomoda e incomodou. Nos últimos dois anos, mais de 7 mil rádios comunitárias foram fechadas e seus comunicadores presos.

Existe uma hegemonia de negros nas rádios comunitárias porque a maioria delas está concentrada nas periferias. É preciso repudiar a perseguição às rádios comunitárias. Essa perseguição é uma discriminação contra o afro-brasileiro, porque ele é quem participa hegemonicamente.

Este debate que estamos travando aqui deveria ganhar as salas de aula, desde o ensino infantil, fundamental e médio. De modo a ajudar os jovens e adolescentes a olharem, verem e ouvirem mídia com consciência crítica, desconstruindo as armadilhas da linguagem. Depois, ser tratado nas faculdades de jornalismo.

### **Saída existe**

Para um bom entendimento e mesmo solução da equação mídia-educação-direitos humanos, precisamos mudar nossas fontes. É preciso reforçar a rede de mídia alternativa, que busca mostrar um outro lado, a partir de uma cobertura diversificada e plural, sem racismo, sem banalização do sexo e da violência, sem glorificação dos valores do capitalismo, da opressão, do consumismo, com notícias contextualizadas.

As mídias alternativas abrangem conteúdos políticos que valorizam o respeito aos direitos humanos, a cooperação, o interesse público, a cidadania e temas contemporâneos como as relações sociedade e natureza, as questões de gênero, os conflitos étnicos.

É preciso, pois, reforçar a mídia alternativa e independente. Por mídia independente podemos entender todas as manifestações de mídia que não estão atreladas a nenhum tipo de instituição ou de empresa, ou comprometidas com capitais que podem influenciar sua linha editorial. Seu principal foco de atuação é o jornalismo, e tem como princípio o compromisso com a verdade e com os excluídos sociais.

São muitas as publicações, por exemplo, no caso da mídia impressa e digital que mostram um outro jeito de ver o mundo: a partir dos mais oprimidos e suas expectativas, de suas construções alternativas de poder, de organização e mobilização social. Alguns exemplos: o jornal semanal *Brasil de Fato*, as revistas *Viração*, *Caros Amigos*, *Fórum*, as agências de notícias *Adital*, *Carta Maior* e a página na internet do Centro de Mídia Independente (CMI) e da Ciranda Independente da Informação.

## **Eles se apresentam**

### ***Brasil de Fato***

O Jornal Brasil de Fato foi lançado no Fórum Social Mundial de Porto Alegre, em 25 de janeiro de 2003. Com tiragem de 50 mil exemplares (16 páginas coloridas, tamanho standard), o Brasil de Fato é um jornal semanal, com circulação nacional.

Por entender que, na luta por uma sociedade justa e fraterna, a democratização dos meios de comunicação é fundamental, movimentos sociais como o MST, a Via Campesina, a Consulta Popular e as pastorais sociais criaram o jornal Brasil de Fato — um semanal 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.

Plural e diversificado, o Brasil de Fato reúne jornalistas, articulistas e intelectuais do Brasil e do Mundo, personalidades renomadas como: Ariovaldo Umbelino, Emir Sader, Plínio Arruda Sampaio, Sebastião Salgado, Dom Mauro Morelli, Dom Demétrio Valentini, Dom Tomás Balduino, João Pedro Stedile, Zé Geraldo, Chico César, Leticia Sabatella, Augusto Boal entre outros.

**Página na internet: [www.brasildefato.com.br](http://www.brasildefato.com.br)**

### **Revista Viração**

Voltada para a área de educação e comunicação, a Revista Viração nasceu para unir os jovens e adolescentes de todo o Brasil em torno de alguns princípios, como a defesa dos direitos humanos, a educação à paz e à solidariedade entre os povos, à pluralidade étnica e racial. Sem fins lucrativos, a Vira é um projeto social impresso da organização não-governamental Associação de Apoio a Meninas e Meninos da Região Sé ([www.aacrianca.org.br](http://www.aacrianca.org.br)), que possui um Centro de Defesa da Criança e Adolescente e outros projetos voltados para crianças e adolescentes.

Mais do que uma publicação, a revista possui um grande diferencial: aqui os jovens têm vez e voz. Mais um chavão? Não. Pura realidade. A galera pode opinar, dar sugestões e colaborar com reportagens, artigos e entrevistas. A Vira conta ainda com o Conselho Editorial Jovem (o virajovem), formado por jovens e adolescentes que se encontram uma vez por mês para avaliar a revista, propor pautas e discutir a realidade brasileira e mundial. Há virajovens

em 16 capitais (São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Curitiba, Porto Alegre, Brasília, Goiânia, Salvador, Recife, João Pessoa, Fortaleza, Natal, São Luís, Campo Grande e Manaus).

O projeto conta com o apoio institucional do Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef), da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), o Núcleo de Comunicação e Educação da Escola de Comunicações e Artes (ECA), da Universidade de São Paulo e a Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi).

**Página na internet: [www.revistaviracao.com.br](http://www.revistaviracao.com.br)**

### **Agência Adital**

A Agência Frei Tito de Alencar Lima (Adital) é uma agência de notícias que nasceu para levar a agenda social latino-americana e caribenha à mídia internacional. Quer estimular um jornalismo de cunho ético e social. Quer favorecer a integração e a solidariedade entre os povos. Desvenda para o mundo a dignidade dos que constroem cidadania; dá visibilidade às ações libertadoras que o Deus da Vida faz brotar nos meios populares; faz conhecer o protagonismo dos atores sociais que são nossas fontes de informação e são democratizadores da comunicação.

Ao escolher o nome de Frei Tito de Alencar Lima, morto em 1974, vítima da ditadura militar implantada no Brasil em 1964, fazemos uma homenagem a todas as pessoas que lutam em defesa da vida e da dignidade humana.

A produção de notícias da Adital destina-se aos jornalistas da mídia mundial (escrita, radial, televisiva, on-line) e a todos os setores da sociedade civil no mundo. Hoje, além de uma ampla rede de correspondentes em diferentes países da América Latina e do Caribe, Adital recebe suas informações de pessoas e grupos que constroem cidadania em seus países: são membros do Terceiro Setor; ativistas dos movimentos sociais e de redes de direitos humanos; líderes sindicais, trabalhadores urbanos e camponeses; docentes e discentes de universidades; emigrantes, povos indígenas, negros, com suas comunidades e culturas de resistência; mulheres, crianças, adolescentes e jovens, portadores de necessidades especiais, pessoas da terceira idade e diversidade sexual; grupos eclesiais e agentes de Pastorais Sociais de diferentes igrejas e tradições religiosas.

**Página na internet: [www.adital.org.br](http://www.adital.org.br)**

### **Agência Carta Maior**

A Agência Carta Maior é uma publicação eletrônica multimídia que nasceu por ocasião da primeira edição do Fórum Social Mundial, em janeiro de 2001, em Porto Alegre. A escolha

da data não foi casual. Os princípios editoriais que norteiam nosso trabalho estão afinados, entre outras coisas, com o ideário que anima o movimento internacional que deu origem ao FSM. Nosso compromisso é contribuir para desenvolver um sistema de mídia democrática no Brasil e, de modo mais amplo, trabalhar pela democratização do Estado brasileiro, pelo fortalecimento da integração sul-americana e de todos os movimentos que lutam pela construção de uma globalização solidária.

Especializada em temas como direitos humanos, meio ambiente, política, economia e movimentos sociais, um dos principais focos da Agência, em função mesmo de sua origem, é o processo Fórum Social Mundial. Produzimos uma média de 200 matérias por FSM e cerca de 50 nos fóruns temáticos, regionais e preparatórios. Ao longo destes últimos quatro anos, fomos constituindo aquele que seja possivelmente o maior acervo de vídeo e texto relativo ao processo FSM. A maior parte destes textos está publicada em português, inglês e espanhol.

**Página na internet: [www.agenciartamaior.uol.com.br](http://www.agenciartamaior.uol.com.br)**

### **Revista Caros Amigos**

Caros Amigos é o carro-chefe da Editora Casa Amarela, revista mensal de interesse geral distribuída em todo o país. Lançada em abril de 1997, Caros Amigos traz, em cada edição, uma grande entrevista com personalidade de destaque em determinado campo de atividade, como o econômico, o político, o religioso, o artístico, o esportivo, o filosófico etc., sempre alguém de opinião independente, pronto para criticar o próprio meio em que atua. Outro ponto forte da revista são os colaboradores: Ana Miranda, José Arbex Jr., Frei Betto, Emir Sader, Guilherme Scalzilli, Carlos Castelo Branco, Leo Gilson Ribeiro, Mylton Severiano, Claudius, Guto Lacaz, Adão Iturrugarai, Jorge Arbach, Georges Bourdoukan, Gilberto Felisberto Vasconcellos, Ferréz e muitos outros amigos. Reportagens, um ensaio fotográfico e a opinião dos leitores completam a receita editorial que se firmou e já está no sexto ano de vida. Ainda na área de revistas, a Casa Amarela edita números especiais, temáticos, e reedita suas grandes entrevistas. A editora entrou também no campo dos fascículos, tendo lançado a série Rebeldes Brasileiros, em 2 volumes com 24 edições e uma nova série: História Imediata, criada com o objetivo de aprofundar temas da atualidade. Na área de livros, a editora já conta com 16 títulos no mercado.

**Página na internet: [www.carosamigos.com.br](http://www.carosamigos.com.br)**

### **Revista Fórum**

Fórum - Outro Mundo em Debate é uma publicação da Editora Publisher Brasil. Trata-se de uma revista inspirada no Fórum Social Mundial, movimento iniciado em Porto Alegre em 2001. Não é sua publicação oficial. Os textos da revista são publicados no sítio e as edições passadas estão disponíveis na seção Anteriores.

A página [www.revistaforum.com.br](http://www.revistaforum.com.br) é a versão digital da revista Fórum - outro mundo em debate. O sítio não se restringe aos textos da revista, mas conta com produção de artigos e reportagens por parte de colaboradores e da redação. Periodicamente, a equipe da Fórum separa um artigo ou reportagem para enviar pelo **LadoB**, o boletim eletrônico da revista.

**Página na internet: [www.revistaforum.com.br](http://www.revistaforum.com.br)**

### **Centro de Mídia Independente**

Rede de produtores e produtoras independentes de mídia que busca oferecer ao público informação alternativa e crítica de qualidade que contribua para a construção de uma sociedade livre, igualitária e que respeite o meio ambiente. O CMI Brasil quer dar voz à quem não têm voz constituindo uma alternativa consistente à mídia empresarial que frequentemente distorce fatos e apresenta interpretações de acordo com os interesses das elites econômicas, sociais e culturais. A ênfase da cobertura é sobre os movimentos sociais, particularmente, sobre os movimentos de ação direta (os "novos movimentos") e sobre as políticas às quais se opõem. A estrutura do site na internet permite que qualquer pessoa disponibilize textos, vídeos, sons e imagens tornando-se um meio democrático e descentralizado de difusão de informações.

**Página na internet: [www.midiaindependente.org](http://www.midiaindependente.org)**

### **Ciranda Independente da Informação**

É uma rede de órgãos de imprensa independente de todo o mundo, articulada para realizar a cobertura do Fórum Social Mundial. Desde sua criação em 2001, foi-se tecendo uma rede de veículos alternativos comprometidos com a informação isenta durante os Fóruns. Seu slogan no site é uma declaração de ativismo: "*Para que outro mundo seja possível, é preciso reinventar o jornalismo crítico*".

**Página na internet: [www.ciranda.net](http://www.ciranda.net)**