



UEPB

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA

CAMPUS V

CENTRO DE CIÊNCIAS BIOLÓGICAS E SOCIAIS APLICADAS

DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS

CURSO DE GRADUAÇÃO EM RELAÇÕES INTERNACIONAIS

ÍTALO ESTEVÃO DOS SANTOS

CONTRA-HEGEMONIA MUDIÁTICA: O CASO DO CANAL RT EN ESPAÑOL

JOÃO PESSOA

2022

ÍTALO ESTEVÃO DOS SANTOS

CONTRA-HEGEMONIA MUDIÁTICA: O CASO DO CANAL RT EN ESPAÑOL

Trabalho de Conclusão de Curso ou Tese ou Dissertação apresentada ao Programa de Graduação em Relações Internacionais da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título do grau de Bacharel em Relações Internacionais.

Área de concentração: Relações Internacionais

Orientador: Prof. Dr. Filipe Reis Melo

JOÃO PESSOA
2022

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

S237c Santos, Ítalo Estevão dos.
Contra-hegemonia midiática [manuscrito] : o caso do canalRT
en español / Ítalo Estevão dos Santos. - 2022.
55 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações
Internacionais) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de
Ciências Biológicas e Sociais Aplicadas , 2022.

"Orientação : Prof. Dr. Filipe Reis Melo , Coordenação do
Curso de Relações Internacionais - CCBSA."

1. Canal RT. 2. Mídia. 3. Hegemonia. 4. Contra-
hegemonia. I. Título

21. ed. CDD 327.14

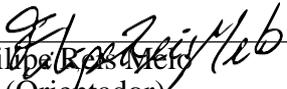
ITALO ESTEVÃO DOS SANTOS

**CONTRA-HEGEMONIA MIDIÁTICA: o caso do canal RT em
Espanhol**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Curso de Relações Internacionais da
Universidade Estadual da Paraíba como
requisito parcial à obtenção do título de
bacharel em Relações Internacionais.

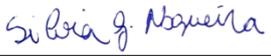
Aprovado em: 21/07/2022.

BANCA EXAMINADORA



Filipe Resende
(Orientador)

Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Silvia Garcia Nogueira

Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Raquel Bezerra Cavalcanti Leal de Melo

Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

AGRADECIMENTOS

Ao estado da Paraíba e à UEPB por terem me acolhido e me formado, enquanto profissional e cidadão.

À minha mãe e meu avô a quem tudo devo.

A todos os funcionários e técnicos do Campus V da UEPB.

A todo o corpo docente do curso de Relações internacionais, em especial ao professor Filipe, por todo o conhecimento e companheirismo compartilhados.

Agradeço profundamente as amizades construídas durante a graduação, em especial, Hortênsia Rocha, Morgana Fernandes, Haulisson, Ana Beatriz e Sibelle Nogueira.

Agradeço também àqueles que participaram da minha trajetória durante os momentos mais importantes, me dando conselhos de como tomar as melhores decisões, Sofia de Luna, Marília Moreira, Maria Carlyani e Mardeson.

RESUMO

O presente trabalho é um desdobramento de uma pesquisa realizada na cota CNPq/PIBIC. O estudo examina o canal RT en Español (Rússia). Como objetivos específicos, tem-se a proposta de compreender a definição e as características de uma comunicação contra-hegemônica. Busca-se também examinar até que ponto o enquadramento utilizado pela RT en Español aponta para um discurso contra-hegemônico. A metodologia desenvolvida na presente escrita encontra-se amparada pelos métodos da pesquisa exploratória, a qual tem a tarefa de preencher as lacunas no que se refere à contra-hegemonia midiática. Realiza-se mediante uma abordagem qualitativa, com uma revisão bibliográfica para um estudo de caso. Ao final, a pesquisa apontou que o canal RT en Español se classifica como um canal contra-hegemônico.

Palavras-Chaves: RT. Mídia. Hegemonia. Contra-hegemonia.

RESUMEN

El presente trabajo es una evolución de una investigación realizada en la cuota CNPq/PIBIC. El estudio investiga el canal RT en Español (Rusia). Como objetivos específicos, se propone a comprender la definición y las características de una comunicación contrahegemónica. También pretende examinar hasta qué punto el marco utilizado por RT en Español apunta a un discurso contrahegemónico. La metodología adoptada está basada en los métodos de la investigación exploratoria, que tiene la finalidad de colmar las lagunas existentes en materia de contrahegemonía mediática. Se lleva a cabo mediante un enfoque cualitativo, con una revisión bibliográfica para un estudio de caso. Al final, la investigación señaló que el canal RT en Español se clasifica como un canal contrahegemónico.

Palabras clave: RT. Medios de comunicación. Hegemonía. Contrahegemonía.

SUMÁRIO

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS	7
2 MÍDIA	9
2.1 Globalização da comunicação	10
2.1 Relações Internacionais: mídia como ator	15
3 MÍDIA HEGEMÔNICA	18
3.1 Hegemonia Comunicacional	19
3.2 As agências Internacionais de Notícias	21
4 MÍDIA CONTRA-HEGEMÔNICA	24
4.1 Contra-hegemonia comunicacional	24
5 RT EN ESPANÓL: ESTUDO DE CASO	29
5.1 Perfil institucional da RT en Español	30
5.2 Enquadramento da RT en Español	33
5.3 Bloqueio ocidental da RT en Español	36
CONSIDERAÇÕES FINAIS	46
REFERÊNCIAS	49

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Nas relações internacionais, perdura uma firme interferência das teorias positivistas que podem ser definidas com base na maneira como se enxerga a produção de conhecimento científico, na qual o fundamento somente é considerado válido se houver comprovação metodológica. Nessa perspectiva, o objetivo das teorias positivistas está centrado, essencialmente, na ideia de que há leis gerais imutáveis, as quais determinam um panorama social de realidade dada. Além disso, essa perspectiva defende também a imprescindibilidade de se manter uma ordem dos fenômenos sociais, visando ao que se compreende por progresso. Essas teorias consideradas *mainstream*, isto é, que têm ocupado uma posição hegemônica durante grande parte da história das Relações Internacionais, afetam as percepções dos acontecimentos. Dessa forma, observa-se que tal condição de influência pode exercer um efeito na maior parte da tomada de decisões dos Estados, tais como na adoção de políticas que visam prosperar a manutenção do *statu quo*, seja em qualquer esfera de atuação, como economia, política e cultura. Ao longo do tempo, essa ingerência do positivismo tem sofrido importantes transformações, em grande parte, em decorrência do crescimento de múltiplos atores relevantes no palco internacional.

Inicialmente, o exercício da política e da economia, bem como suas reverberações no ambiente social, era condicionado a uma lógica que atendesse aos interesses específicos dos Estados soberanos. Entretanto, com o advento da Revolução Tecnológica, do século XX, o panorama da comunicação alterou-se significativamente. Nessa etapa, portanto, foram criadas redes de comunicação internacionais, nas quais se possibilitou o início de conglomerados globais da mídia. Assim, esses atores internacionais possuem o poder de interferir na estrutura do sistema internacional, sejam eles de natureza econômica, política ou social.

O campo empresarial da comunicação, resultado do advento da Revolução Tecnológica, está concentrado num número pequeno de empresas hegemônicas. Nesse sentido, cita-se a análise feita pelo docente e intelectual norte-americano Robert W. McChesney: “O mercado global de mídia gira em torno de cinco a oito conglomerados” (DE MORAES, p. 1, 2000). De acordo com Robert W. McChesney (1966) apud De Moraes (2000): “com uma ou duas dúzias de empresas consideravelmente grandes ocupando os segmentos regionais e tendo acordos operacionais com um ou mais gigantes”. Constata-se, com isso, que tal padrão de concentração multinacionalizada impõe-se como paradigma, conformando a indústria da comunicação aos

campos mais dinâmicos do capitalismo global, sob factual hegemonia dos EUA, como sede de produção e de distribuição de conteúdos (DE MORAES, 2000). Ainda segundo De Moraes (2000, p. 4): “[...] as disparidades tecnológicas e os frágeis mecanismos de regulação dos fluxos internacionais de dados e imagens favorecem as corporações norte-americanas.”.

Nesse contexto, faz-se notório que tais empresas hegemônicas articulam-se sobremaneira a fim de atender aos interesses dos seus países-sede. Nesse caso, a estrutura da propriedade midiática influi, continuamente, no acesso da livre movimentação de notícias e informações no mundo, de modo que esse cenário de dominação ocasiona a perda da pluralidade e da multiplicidade das notícias. Evidencia-se, assim, que a conjuntura de concentração dos meios de comunicação é acentuada por sua uniformidade, em sentidos ideológicos, e pela assimetria nas condições financeiras, tecnológicas e de acesso à audiência entre os veículos.

Nesse sentido, torna-se fundamental examinar o empenho exercido por determinadas entidades com o fito de dar uma nova orientação aos processos comunicativos. Como pergunta norteadora busca-se responder em que medida o canal “RT en Español” estabelece um exercício midiático contra-hegemônico. Esse trabalho procura ressaltar o papel da mídia contra-hegemônica, que tem executado um serviço midiático com narrativas antagônicas ao ocidental predominante. Além disso, este trabalho fundamenta-se em reiterar elementos explicativos e elucidativos do caráter central que a mídia dentro do ambiente das relações internacionais proporciona.

Deve-se salientar que o presente estudo faz parte de um desdobramento do trabalho desenvolvido enquanto bolsista CNPQ/PIBIC, na modalidade iniciação científica (IC). A escolha por centralizar a elaboração do estudo no canal RT en Español, sucedeu-se pelo fato de o veículo se apresentar em suas plataformas como uma fonte de notícia contra-hegemônica, em relação aos canais de notícia ocidentais, e, assim, surgiu o interesse de examinar se realmente existe a presença de uma estrutura midiática a partir de um prisma antagônico ao hegemônico.

A RT en Español declara-se como produtora de um jornalismo alternativo ao ocidental, cobrindo temas ignorados pelos meios de comunicação de massa *mainstream*, oferecendo uma narrativa contra-hegemônica. Mas o que é entendido como contra-hegemônico? Esta pesquisa tem como objetivo geral observar as características e as peculiaridades do canal RT en Español, no intuito de confirmar a hipótese de que a rede midiática RT en Español possui um exercício comunicacional contra-hegemônico.

Como objetivos específicos, tem-se a proposta de compreender a definição e as características de uma comunicação contra-hegemônica, bem como de examinar até que ponto o enquadramento utilizado pela RT en Español aponta para um discurso contra-hegemônico. Nesse caso, o presente trabalho busca identificar as ferramentas e estratégias utilizadas pela RT en Español que possam constituir uma prática midiática contra-hegemônica.

A metodologia aplicada nesta escrita nutre-se de uma consulta realizada por meios livros, sites, artigos, monografias e documentos com o intento de formular um estudo de caso, o qual possa servir também enquanto uma ferramenta de pesquisa capaz de explicar fenômenos particulares. Nessa perspectiva, é válido destacar que o processo metodológico apresenta o objetivo de reunir as informações e os dados sobre a economia política da comunicação, os novos atores internacionais, além da interação entre a mídia e as relações internacionais que serviram de base para a construção da investigação proposta. O recorte temporal encontra-se inserido entre setembro de 2020 a junho de 2022. Recorte pertencente ao período de vigência do Programa de Iniciação Científica.

No segundo capítulo, faz-se uma discussão do conceito de mídia, de globalização da comunicação e de mídia como um ator das relações internacionais. Nesta segunda seção, o interesse é sinalizar aos leitores a respeito dos princípios epistêmico-metodológicos adotados. No terceiro capítulo, abrangem-se as bases teóricas referenciais do conceito de mídia hegemônica e algumas considerações sobre as agências globais de comunicação. No quarto capítulo, apresentam-se direcionamentos para o que se pode entender como mídia contra-hegemônica. Realizam-se aqui também paralelos de interseccionalidade com o conceito de hegemonia, pois, para entender um, há a necessidade investigativa acerca do outro. No quinto capítulo, busca-se fazer uma apresentação institucional do canal RT en Español, de forma detalhada, abrangendo suas histórias e seus conteúdos. Procura-se também descrever as estratégias empregadas pela RT en Español por uma comunicação contra-hegemônica. Ainda nesse capítulo, destaca-se o bloqueio por parte das corporações e de governos ocidentais enfrentados pela RT en Español.

2 MÍDIA

Em Platão, especificamente no livro A República, aborda-se a Alegoria da Caverna. Na metáfora presente no livro VII da obra, Platão descreve uma caverna em que homens se

encontram aprisionados. Esses homens são condicionados a viver com as pernas e os pescoços de uma maneira que a única opção do campo de visão é a parede oposta à abertura da caverna, pela qual transpassa a luz de uma fogueira acesa em seu exterior. Esses homens são condicionados a viver unicamente às sombras, que projetam uma realidade como sendo a única verdade. Esse cenário de confinamento impulsiona uma estrutura configurada a partir de um dimensionamento unilateral. Tal alegoria carregada de símbolos perpassou por séculos, chegando aos nossos dias com algumas ressignificações.

Ao utilizar componentes inseridos na metáfora, pode-se compreender que aquele que se localiza, hoje, em frente às redes de comunicação midiática, e que, posteriormente, consente facilmente as informações transmitidas como verdade plena e integral, situa-se acorrentado na caverna. Apesar de não se encontrar aprisionada, literalmente, a sociedade atual é persuadida e inspirada pelas circunstâncias que a circunscreve, em grande parte pelos vultosos grupos midiáticos hegemônicos. Faz-se nítido, portanto, que essa condição de controle dos meios de comunicação configura uma realidade que nem sempre abarca uma multipluralidade.

O presente capítulo apresenta os subsídios teóricos adotados que forneceram suporte à pesquisa desenvolvida, dispendo como contexto norteador a relação entre sociedade e comunicação midiática. Na primeira seção, observam-se breves considerações sobre a evolução dos meios de comunicação midiática e o processo da globalização da comunicação. São apresentadas nessa etapa discussões sobre o conceito de mídia dentro do panorama das sociedades ao longo de suas fases. Na segunda seção, compõem-se algumas considerações sobre mídia como ator das Relações Internacionais.

2.1 Globalização da comunicação

Para entender a atuação participativa da mídia no dia a dia da sociedade, torna-se indispensável compreender o desenvolvimento que a mídia experimentou no decorrer do tempo. Não vamos aqui nos apoiar num estudo aprofundado sobre a história da globalização da comunicação, mas sim evidenciar pontos-chave desse desenvolvimento.

A priori, deve-se esclarecer que iniciar um debate sobre o contexto da globalização da comunicação sem inserir um endereçamento epistemológico é um movimento arriscado. A partir disso, deve-se deixar claro que a globalização parte de conceitos que desencadearam inúmeras discussões, que não há um consenso quanto aos seus significados e efeitos. Com base

nisso, o trabalho apoia-se na percepção de que a globalização representa uma “[...] mudança ou transformação na escala da organização social que liga comunidades distantes e amplia o alcance das relações de poder nas grandes regiões e continentes do mundo” (HELD; MCGREW, 2001).

Thompson (2011), em seu livro *A mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia*, descreve minuciosamente essa evolução da globalização comunicacional. *A priori*, deve-se constatar o desenvolvimento da imprensa no século XV. De acordo com Thompson (2011, p. 137), “Com o desenvolvimento da imprensa [na Europa - nota nossa] no século XV, livros, panfletos e outros impressos circulavam bem além de seus locais de produção, frequentemente atravessando as fronteiras dos Estados nacionais emergentes.” Segundo Thompson (2011), a criação por Gutenberg ecoou transformações na política, na sociedade e na cultura da Idade Moderna na Europa. No Oriente, as técnicas de impressão surgiram 400 anos antes.

De acordo com Melo (2003), a imprensa retrata um momento importante da cultura alfabética, isto é, a transição da tradição oral para a escrita que caracteriza um dos itens do término da pré-história (MELO, 2003). Diferentemente de Thompson (2011), Melo (2003) salienta que a imprensa tem sua abertura no Oriente, quando “chineses, japoneses e coreanos não apenas realizavam impressões tabulares desde o século VII, mas chegaram até a possuir tipos móveis, por volta do século XI” (MELO, 2003 p. 33). Ainda segundo Melo (2003), existe uma propensão na maior parte dos intelectuais e escritores em reduzir o valor do Oriente no surgimento da imprensa.

Dentro desse contexto de possibilidade do surgimento de novas tecnologias, destacam-se as principais consequências da Revolução Industrial no século XVIII no espaço europeu. Dessa forma, pode-se constatar alterações profundas nos sistemas sociais que proporcionaram um processo gradual de avanço comunicativo. De acordo com Castells (1999), dentro da Segunda Revolução Industrial, apresenta-se o desenvolvimento da eletricidade, assim como o início das tecnologias de comunicação. Essas ações influenciam os caminhos que sucederam o panorama do processo comunicativo midiático, de recepção ou de compartilhamento de ideias, mensagens e notícias em todo o globo.

Thompson (2011) revela que um marco importante para a configuração dessa rede de comunicação global foi o avanço do sistema de cabos submarinos pelas potências imperiais europeias, nesse caso, o desenvolvimento do telégrafo. A rápida relação comunicativa global começava a se estabelecer como uma verdade. Elaborou-se por Samuel Morse, em 1843, a

primeira linha de telégrafo entre Washington e Baltimore nos Estados Unidos, com subsídio do congresso estadunidense. De acordo com Thompson (2011), Estados Unidos e Europa estabeleciam entre si uma conexão jamais imaginada.

Outro ponto a se considerar é o estabelecimento de agências internacionais de notícias a partir de 1835. De acordo com Thompson:

A importância de agências de notícias neste contexto era tripla. Primeiro, as agências tinham como objetivo a sistemática coleta e disseminação de notícias e outras informações [...] Segundo, depois de um período inicial de rivalidade competitiva, as maiores agências de notícias finalmente concordaram em dividir o mundo em esferas de operação mutuamente exclusivas, criando assim um ordenamento multilateral de redes de comunicação que eram efetivamente globais em alcance. Terceiro, as agências de notícias trabalhavam estreitamente ligadas à imprensa, fornecendo aos jornais histórias, extratos e informações que poderiam ser impressas e difundidas para uma enorme audiência (THOMPSON, 2011, p. 139).

Outro desenvolvimento que desempenhou um significativo papel na globalização da comunicação advém do final do século XIX: as ondas eletromagnéticas. O uso das ondas eletromagnéticas para interesse comunicativo ampliou expressivamente a capacidade de disseminar informações através de amplos distanciamentos de forma flexível e eficiente, dispensando a utilização dos cabos fixos na terra ou no mar (THOMPSON, 2011).

Nesse contexto, o desenvolvimento de tecnologias aptas para a difusão de mensagens por ondas eletromagnéticas, como o rádio, unido com a ascensão das organizações nacionais e internacionais de gestão do espaço das ondas eletromagnéticas, estimularam a evolução da globalização da comunicação. Ainda mais com o lançamento dos primeiros satélites de comunicação em 1960 (THOMPSON, 2011).

Briggs e Burke (2006) sustentam o entendimento de que a transformação decisiva, tanto social quanto tecnológica, que permitiu maior estímulo ao cenário atual, foi observada fundamentalmente em meados do século XX. Se outrora o desenvolvimento dos meios de comunicação se organizava de modo demorado e gradativo, a última metade do século XX foi marcada por grandes impulsos no que se refere a modificações nos meios de comunicação. Destacam-se a invenção das primeiras televisões, o aperfeiçoamento da máquina de computador e a produção dos celulares. Ademais, pode-se mencionar alterações expressivas na maneira que a comunicação acontece entre as pessoas.

Apesar disso, o avanço e a ampliação dos meios de comunicação traduziram, paradoxalmente, sua centralização, resultando no domínio de poucos, em detrimento de muitos, dentro das estruturas comunicacionais. Esse funcionamento reflete um exercício

comunicacional de homogeneidade ideológica que garante a manutenção do *statu quo*. Sob esse prisma, observa-se que tal ação é verificada mundialmente a partir da segunda metade do século XX. Essa concentração das comunicações pode ser entendida como particularidade do mundo globalizado (BRIGGS; BURKE, 2006). De acordo com Gramsci (1916), “o jornal burguês (qualquer que seja sua cor) é um instrumento de luta movido por interesses que estão em contraste com os seus” (GRAMSCI, 2005, s./ p.). E reitera que:

Tudo o que se publica é constantemente influenciado por uma ideia: servir a classe dominante, o que se traduz sem dúvida num fato: combater a classe trabalhadora. [...] Todos os dias, [...] os jornais burgueses apresentam os fatos, mesmo os mais simples, de modo a favorecer a classe burguesa e a política burguesa, com prejuízo da política e da classe operária. [...] E não falemos daqueles casos em que o jornal burguês ou cala, ou deturpa, ou falsifica para enganar, iludir e manter na ignorância o público trabalhador (GRAMSCI , 2005, s./ p.).

Além disso, compreende-se que a Internet executa hoje em dia análoga influência na forma como o mundo social se estabelece quando surgiu a energia elétrica no século XVIII, durante a era industrial (GARGIONI, 2019). Nesse contexto, nessa nova etapa contemporânea, o digital é assentado como o pedestal da tecnologia da pós-modernidade, movimentando a economia global simultaneamente às atividades sociais, políticas e culturais (MCLUHAN, 1969; CASTELLS, 2001).

Para Boyd-Barrett e Rantanen (1998), o mais significativo ao examinar a globalização é perceber a sua importância no que se refere à participação das agências de notícias. Nota-se que elas são não apenas favorecidas pela globalização técnico-econômica, mas sim agentes desse processo.

As agências de notícias estiveram entre as primeiras organizações a operar, não apenas globalmente, mas a operar globalmente na produção e distribuição de “consciência”, por meio da mercantilização da informação, de maneira que tiveram implicações muito significativas para nossa compreensão ou apreciação do tempo e do espaço (...). Parte disso tem a ver com o vínculo territorial dos ‘Estados-nação’ e a dialética no próprio cerne da modernidade entre formação nacional e formação global (BOYDBARRETT; RANTANEN, 1998, p.5).

Latour (2012) indica que a tecnologia seja analisada como uma entidade híbrida e heterogênea, dentro de uma perspectiva constituinte quanto constituidora de agentes sociais, independentemente de sua posição (i) materiais: (in) animadas, (não) corpóreas e/ou (não) humanas. Dessa forma, a tecnologia traz, em seu instrumento basilar, movimentos de funcionalidade entre seres humanos e não-humanos estabelecendo como resultado a fantasia de unidade e transparência das tecnologias, e a chance de desassociá-las dos contextos históricos

e processos socioculturais. De acordo com Buzato, em entrevista apresentada a Mayrink e Baptista:

Qualquer tecnologia é um tecido orgânico de princípios científicos, soluções técnicas e forças sociais e políticas, ou seja, elas não são, como muitos querem, algo externo às relações entre grupos sociais, às ideologias e aos conflitos sociais, mas surgem justamente nessa rede de relações (MAYRINK E BAPTISTA, 2017, p. 241).

O empreendimento de atribuir uma nova configuração dentro do panorama midiático corrobora o entendimento de que a mídia é como uma agência de comunicação, pois modifica a sociedade e a cultura. Paralelamente, encontra-se em interação com as práticas do sistema econômico, assim como as práticas simbólicas. Em relação às inúmeras práticas simbólicas do mundo social, a compreensão da função midiática torna-se imprescindível para expor características a respeito da massificação do indivíduo e da maneira como as interações sociais são estruturadas. De acordo com o Dicionário Priberam, sobre mídia, entende-se:

1- Todo o suporte de difusão de informação (rádio, televisão, imprensa, publicação na Internet, videograma, satélite de comunicação, etc.) que constitui ao mesmo tempo um meio de expressão e um intermediário na transmissão de uma mensagem. 2 - Conjunto dos meios de comunicação social (PRIBERAM on-line, 2008-2013).

Briggs (2007) expressa que os setores da comunicabilidade adquirem maneiras de compreender o mundo a partir de múltiplas ideologias. Determinadas projeções podem ser naturalizadas, à medida em que outras são rejeitadas, silenciadas e ocultas. De acordo com o autor, isso se explica pelo fato de que, ao conservar e fortalecer ideais de objetividade e de neutralidade do discurso midiático, os meios midiáticos configuram e fortalecem assimetrias e desigualdades.

Esse contexto midiático pode ser compreendido pelo quadro de concentração dos meios comunicacionais globais (ABREU, 2018). Essa conjuntura acarreta um domínio social de poucos sobre muitos. Desse modo, Kellner (2001) reitera que abordar a mídia demanda elucidar tanto as formas de dominação ideológica quanto as formas de instrumentalização de agência, a partir da produção e da consolidação de identidades, assim como por meio de resistência.

Pode-se citar ainda que, de acordo com Kellner (2001), a cultura da mídia controla o som e a imagem e comanda também os movimentos informacionais numa lógica de pedagogia cultural: estabelecem condutas, práticas, hábitos, costumes, ideias, sensações, sentimentos, medos e ameaças. A esse respeito, Kellner afirma que:

A cultura da mídia também fornece o material com que muitas pessoas constroem o seu senso de classe, de etnia e raça, de nacionalidade, de sexualidade, de “nós” e “eles”. Ajuda a modelar a visão prevalecente de mundo e os valores mais profundos: define o que é

considerado bom, mau, positivo ou negativo, moral ou imoral. As narrativas e as imagens veiculadas pela mídia fornecem os símbolos, os mitos e os recursos que ajudam a constituir uma cultura comum para a maioria dos indivíduos em muitas regiões do mundo de hoje (KELLNER, 2001, p. 09).

Nesta etapa, torna-se importante ressaltar a definição de enquadramento. A sua definição engloba a necessidade de incluir o quadro histórico social em que o *corpus* de investigação e estudo está inserido. Em concordância com Carragee e Roefs (2004), a intenção da análise do enquadramento é evidenciar que ele deve estar em conexão com causas políticas e sociais que o envolvem. Essa situação se faz primordial porque é o ponto de origem indispensável para se aplicar o conceito de enquadramento, seja qual for o assunto midiático estudado. Segundo Park (2003) apud Leal (2007):

As pessoas apenas enxergam o mundo através de uma moldura de uma janela. Se a moldura da janela é muito pequena, as pessoas enxergarão uma pequena parte do mundo. Se a janela na parede é voltada para o oeste, as pessoas apenas enxergarão o oeste. Em outras palavras, a mídia pode mostrar apenas uma pequena parte do mundo a partir de um particular ponto de vista (PARK, 2003, p.145, apud LEAL, 2007, p. 1 tradução livre).

Em vista disso, Fontes (2017) constata que a mídia adquire cada vez mais espaço como ator político, operando influência e coerção, bem como atuando como um *Watch Dog*¹ ou quarto poder. A partir do enquadramento de seus noticiários, a mídia produz registros e reportagens que imprimem no indivíduo, seja em esfera doméstica ou internacional, a construção de um imaginário que, em muitos aspectos, chega a não assentar com a realidade. Abre-se, dessa maneira, uma arena de estudos sobre mídia na área de Relações Internacionais.

2.1 Relações Internacionais: mídia como ator

Por ser um campo de estudo interdisciplinar, as Relações Internacionais (RI) acabam abrangendo dentro das suas análises conceitos múltiplos. Por isso, permite-se descobrir estudos mais aprofundados sobre determinado assunto, ao mesmo tempo em que outros ainda permanecem inéditos.

¹ Houve um tempo em que, no Ocidente, a imprensa era vista como demagoga, fanática, ou simplesmente feita por escritores de terceira categoria. Durante o século XIX, no ano de 1828, ainda sob o impacto da Revolução Francesa, a expressão “Quarto Poder” era associada aos états (o termo francês para estado) às classes sociais da época (nobreza, clero, burgueses e o povo). No entanto, a partir de um novo enquadramento associado à democracia, com o princípio de poder controlando o poder, a imprensa seria o quarto poder em relação aos outros três: o poder executivo, legislativo e o judiciário. Neste cenário descrito é que a imprensa, o jornalismo em si necessitou de uma legitimidade para tranquilizar os receios e, ao mesmo tempo, justificar o seu crescente lugar na sociedade dando cobertura a um negócio rentável (TRAQUINA, 2005, p.45-47).

Os estudos e análises sobre a mídia como ator internacional são poucos. Muitas vezes, segue-se a lógica do positivismo metodológico, que consente a exclusão de outros atores pouco convencionais (MARINUCCI, 2008). Esse trabalho se compromete, enquanto epistemologia combativa ao processo excludente, a reexaminar o conceito tradicional de ator internacional, como convencionalmente exposto pelas RI. Sustenta-se aqui que a mídia é um agente com papel ativo, participante e operante no Sistema Internacional. Segundo Nogueira,

Os papéis desempenhados pela mídia e pela opinião pública nas Relações Internacionais vêm ganhando destaque no campo da Comunicação Internacional, particularmente no que se refere à sua influência em formulações de políticas externas, ao construir um ambiente social em que tais políticas são formuladas e empreendidas. Assim, os discursos midiáticos, políticos, diplomáticos, empresariais, militares e acadêmicos são essenciais na construção de representações coletivas internas e externas sobre um Estado, e a identidade nacional a ele relacionado (NOGUEIRA, 2012, p. 118).

A partir disso, torna-se fundamental esclarecer o entendimento de ator internacional, especificamente, compreender que lugar a mídia ocupa dentro dessa esfera. Em Oliveira (2010), em sua tese de doutorado “A mídia como ator emergente das Relações Internacionais: seu protagonismo no uso de soft power frente aos desafios das mudanças climáticas”, discorre-se detalhadamente algumas contribuições do pesquisador Antonio Papisca sobre atores emergentes. De acordo com Papisca

(In OLIVEIRA, 2010), um ator pode ser determinado com base em sua natureza ou em sua capacidade e habilidade para executar posições na esfera internacional. Desse modo, há atores com *status* adquirido (em decorrência da capacidade) e *status* atribuído (por exemplo, de natureza jurídica). Neste último caso, compreende-se o Estado como ator tradicional. Por outro lado, os atores de *status* adquirido podem ser entendidos como aqueles que obtêm tal posição e são capazes, até mesmo, de potencializar, ampliar e elaborar uma política externa particular e dissemelhante dos Estados em que se localizam. Devido a isso, obtêm o *status* de ator e podem apresentar um exercício prático de interação com outros agentes internacionais.

Gilboa (2009) salienta que, nas últimas décadas, os Estados experimentaram reduções em seu poder de influência dentro das notícias transmitidas. Por outro lado, atores não-estatais transformaram-se em integrantes presentes, exercendo papéis importantes em temas internacionais, nomeado aquilo que Nye (1990) indicou como *soft power*. De acordo com o autor, “*soft power* é a capacidade de atingir os resultados desejados nos assuntos internacionais através da atração, em vez da coerção. Ele funciona convencendo os outros para seguir ou

concordar com as normas e instituições que produzem o comportamento desejado” (CIRINO, 2019; NYE; OWENS, 1996, p.21)² .

Nye (1990), contudo, estabelece a mídia como um instrumento de *soft power* dos governos, não levando em consideração a habilidade de autonomia dos meios de comunicação no ato de envolver questões de interesse internacional e, por conseguinte, nos efeitos atingidos. Essa é uma perspectiva que tem sido reconsiderada e reexaminada no campo de pesquisa das Relações Internacionais, a partir do exercício da mídia em matérias diplomáticas nas quais ela se insere com uma atribuição significativa na intervenção de conflitos, praticando ações, em algumas ocasiões, como conciliadora, intermediária, situando-se como um protagonista no uso do *soft power* (CIRINO, 2019).

A atuação da mídia no palco internacional é complexa e plurifacetada, uma vez que este ator age mutuamente com os outros, induz e sugestiona esses agentes e a própria ordem onde estão envolvidos. Além disso, partindo do pressuposto construtivista, de que as imagens constroem o mundo, na política internacional, conclusões imprecisas se convertem, algumas vezes, em deliberações realizadas com apoio dessas imagens. Nesse contexto, situações de distorções e imprecisões de imagens sobre líderes e tomadores de decisão carregam a responsabilidade quase que integral nas tomadas de decisões (MONTANINI, 2018; OLIVEIRA, 2012; LI; CHITTY, 2009).

E. Cohen (1963), em seu livro *Press and Foreign Policy*, faz considerações sobre o que seria a agenda. Nesse caso, mesmo que a mídia não seja apta a determinar e estabelecer como as pessoas se situam em relação aos diferentes temas, ela é fundamental para definir sobre quais temas os indivíduos se posicionam. Dessa forma, a mídia move as concepções e ideias do pensamento presente sobre política externa em grande medida por retratar o cenário da política e propor caminhos para a administração desse espaço, ou seja, fabricar o que ele chama de mapas:

Para a maior parte dos que veem a política externa, o mapa do mundo realmente efetivo - isso é, o mapa operacional do mundo - é desenhado pelo repórter e pelo editor, não pelo cartógrafo. (...) A imprensa (...) pode em boa parte do tempo não ser bem-sucedida em dizer às pessoas o que pensar, mas é incrivelmente bem sucedida em dizer aos leitores sobre o que pensar (COHEN, 1963 apud. NAVEH, 2002, p. 7).

² No original: “*Soft power is the ability to achieve desired outcomes in international affairs through attraction rather than coercion. It works by convincing others to follow, or getting them to agree to, norms and institutions that produce the desired behavior*” (NYE; OWENS, 1996 p.21).

Dessa maneira, para além de uma janela para o mundo, a mídia age de modo a ser um tradutor dele, produzindo significados. Até então, essa configuração denota os estudos investigativos, considerados tradicionais, de mídia e política externa até recentemente. Posteriormente, entretanto, as pesquisas deslocaram-se a argumentar que a mídia não apenas induz sobre o que a sociedade pensa, mas como ela pensa (JESUS, 2015).

De acordo com César Bolaño (2022), um aspecto essencial para compreender a configuração estrutural da atualidade nacional e internacional é através do processo comunicativo, nesse caso, entender como as informações estão sendo noticiadas. Ele expõe que, numa situação de guerra, o controle da informação, a propaganda e a vigilância marcam presença de maneira mais radical e mais brusca em relação ao funcionamento, digamos, habitual, do sistema. Em suas palavras,

Um estudo da cobertura da intervenção russa na Ucrânia, articulando a produção e distribuição de conteúdo informativo, desde as grandes agências de notícias até a sua replicação nas redes sociais, passando pela ação da mídia hegemônica e pelas ações de censura das plataformas digitais, nos diferentes países, mostrará, como em inúmeros outros casos, o elevado grau de integração do sistema global de cultura em benefício do imperialismo na construção do consenso. É claro que em ambos os lados do conflito, os sistemas de comunicação vinculados subordinam-se a interesses superiores, políticos e militares, mas é flagrante a superioridade do sistema integrado do imperialismo, que abrange as grandes agências de notícias, as plataformas digitais norte-americanas e toda a mídia hegemônica mundial, amplamente capilarizada (BOLAÑO, 2022, p. 3).

Nessa direção, as notícias podem ser entendidas como produtos de especialidade atestada, introduzidos em circunstâncias momentâneas e passageiras que se interseccionam com o poder hegemônico. Contribuem a partir disso para a consolidação e a manutenção de um sentido moral e intelectual, entretanto, como técnica social com capacidade de, também, em situações específicas, realizarem um contrapoder (SOUZA, 2021). Nesse contexto, a mídia expressa a marca de ator nas relações sociais, assim como nas relações internacionais. Justifica-se pela sua habilidade de não ser meramente uma ligação comunicacional rotineira, mas sim um elemento integrante dinâmico, participante e expressivamente eficiente dos acordos políticos, sociais, culturais e econômicos.

3 MÍDIA HEGEMÔNICA

Quando narrativas emitidas pelas mídias retratam uma natureza de uniformidade em seus enquadramentos de correspondência homogênea, definido pela falta de contexto e alicerces por uma perspectiva plural, dificulta-se a diversidade de informações. Esse panorama

de padronização faz com que o receptor possua unicamente uma perspectiva restrita que esse discurso disponibiliza.

Assim sendo, este capítulo se fundamenta em definir o que é hegemonia e mídia hegemônica. Nesse caso, empenha-se em compreender como se dá o cedimento de uma mídia hegemônica e como a mídia molda o consenso de uma sociedade. Abrem-se breves discussões sobre as agências internacionais de notícias, com intuito de mostrar seus papéis e suas funções em suas dimensões atuais no contexto global.

3.1 Hegemonia Comunicacional

De acordo com Coutinho (2014), umas das maneiras de compreender o que seria hegemonia se dá através da capacidade de um grupo social em desempenhar seu poder intelectual, moral e cultural em relação ao corpo social. Percebendo a hegemonia como sentido político e cultural, para Coutinho e Teixeira (2003), ela convém com a aquisição de consenso para uma esfera de princípios, de regras morais, de regulamento comportamental. A obtenção da hegemonia se organiza pelo consenso, que não funciona só em relação à arena política, mas também à forma de pensar e às direções ideológicas. Para Antonio Gramsci³ (2011):

O critério metodológico sobre o qual se deve basear a análise é o seguinte: a supremacia de um grupo social se manifesta de dois modos, como “domínio” e como “direção intelectual e moral”. Um grupo social domina os grupos adversários, que visa a “liquidar” ou submeter inclusive com a força armada, e dirige os grupos afins e aliados. Um grupo social pode e, aliás, deve ser dirigente já antes de conquistar o poder governamental (esta é uma das condições principais para a própria conquista do poder); depois, quando exerce o poder e mesmo se o mantém fortemente nas mãos, torna-se dominante, mas deve continuar a ser também “dirigente” (GRAMSCI, 2011, p. 290).

A hegemonia - direção intelectual e moral - vai ser praticada, portanto, pelo grupo social dominante em detrimento dos grupos aliados do bloco histórico, mas na perspectiva de representar a toda a sociedade. Por esse motivo, para aqueles que não aceitam, ativa ou passivamente, resta o "domínio" e a subordinação, nesse caso pela força armada (NEGRÃO, 2005). Para Gramsci (2007), o espaço da hegemonia pertence à sociedade civil, enquanto o do domínio pertence à sociedade política ou ao Estado, pois:

[...] podem-se fixar dois grandes “planos” superestruturais: o que pode ser chamado de “sociedade civil” (isto é, o conjunto de organismos designados vulgarmente como “privados”) e o da “sociedade política ou Estado”, planos que correspondem, respectivamente, à função de “hegemonia” que o grupo dominante exerce em toda a sociedade e àquela de “domínio direto” ou de comando, que se expressa no Estado e no

³ Antonio Gramsci, sem dúvida, foi o teórico marxista que mais insistiu sobre o conceito de hegemonia. [...] Em todas as análises realizadas por Gramsci, encontro a presença de uma linha principal que as guia, presente em todos os Cadernos. Essa constante me parece ser o problema da hegemonia [...] (GRUPPI, 1978:1 e 66).

governo “jurídico”. Estas funções são precisamente organizativas e conectivas. Os intelectuais são os “prepostos” do grupo dominante para o exercício das funções subalternas da hegemonia social e do governo político, isto é: 1) do consenso “espontâneo” dado pelas grandes massas da população à orientação impressa pelo grupo fundamental dominante à vida social, consenso que nasce “historicamente” do prestígio (e, portanto, da confiança) obtido pelo grupo dominante por causa de sua posição e de sua função no mundo da produção; 2) do aparelho de coerção estatal que assegura “legalmente” a disciplina dos grupos que não “consentem”, nem ativa nem passivamente, mas que é constituído para toda a sociedade na previsão dos momentos de crise no comando e na direção, nos quais desaparece o consenso espontâneo (GRAMSCI, 2007, p. 20-21).

Nesse viés, segundo Bravo e Oliveira (2009), a sociedade civil forma o ambiente em que a classe dominante desempenha sua hegemonia por intermédio dos “aparelhos privados”, concomitantemente ao fato de que os demais grupos sociais resistem e batalham para que seus projetos contra-hegemônicos se façam universais e rasguem com a dominação política, econômica e ideológica. De acordo com Moraes (2010):

Criados na intensificação das reivindicações sociais, estes aparelhos congregam a imprensa, os partidos políticos, os sindicatos, as associações, os movimentos sociais, as escolas e a Igreja. São os agentes da hegemonia, os portadores materiais das ideologias que buscam consolidar apoios na sociedade civil, seja para manter a dominação, seja para contrariar seus pressupostos (MORAES, 2010, p.59).

Dessa forma, neste lugar onde as variadas perspectivas de mundo (ideologias), pleiteiam entre si uma maior atuação sobre as múltiplas categorias da sociedade, a função realizada pelos órgãos de cultura, como, por exemplo, o jornal⁴, faz-se de essencial relevância (BRAVO; OLIVEIRA, 2009). Em outro momento, Gramsci (2005) ressalta que:

Mas o pior reside nisto: em vez de pedir dinheiro à classe burguesa para subvencionar a obra de defesa exposta em seu favor, o jornal burguês consegue fazer-se pagar pela própria classe trabalhadora que ele combate sempre. E a classe trabalhadora paga, pontualmente, generosamente. Centenas de milhares de operários contribuem regularmente todos os dias com seu dinheiro para o jornal burguês, aumentando a sua potência. Por quê? Se perguntarem ao primeiro operário que encontrarem no elétrico ou na rua, com a folha burguesa desdobrada à sua frente, ouvirão esta resposta: É porque tenho necessidade de saber o que há de novo. E não lhe passa sequer pela cabeça que as notícias e os ingredientes com as quais são cozinhadas podem ser expostos com uma arte que dirija o seu pensamento e influa no seu espírito em determinado sentido. E, no entanto, ele sabe que tal jornal é conservador, que outro é interesseiro, que o terceiro, o quarto e quinto estão ligados a grupos políticos que têm interesses diametralmente opostos aos seus. Todos os dias, pois, sucede a este mesmo operário a possibilidade de poder constatar pessoalmente que os jornais burgueses apresentam os fatos, mesmo os mais simples, de modo a favorecer a classe burguesa e a política burguesa com prejuízo da política e da classe operária. Rebenta uma greve? Para o jornal burguês os operários nunca têm razão. Há manifestação? Os manifestantes, apenas porque são operários, são sempre tumultuosos, facciosos, malfeitores (GRAMSCI, 2005, s./p.).

⁴ Para Gramsci, a imprensa seria uma “organização material voltada para manter, defender e desenvolver a ‘frente’ teórica e ideológica”. Por exercer tal papel, constituiria na “parte mais dinâmica” da estrutura ideológica de uma classe (GRAMSCI, 2006b, p.78).

Para Dennis de Oliveira (2012), a colaboração do pensamento de Gramsci para o debate da comunicação e das mídias é que ele abandona concepções liberais de que o jornalismo é algo isento de parcialidade. Para elucidar esse assunto, Oliveira (2012) emprega referências de pensadores que não utilizam uma perspectiva “apartidária”, pois “os intelectuais não são uma classe à parte da luta política e da luta social. Eles constroem conhecimento em articulação com a luta de classes. É isso o que Gramsci chama de “intelectual orgânico”. Desse modo, na obra gramsciana mostra-se que a classe trabalhadora necessita desenvolver seus intelectuais orgânicos, da mesma forma que os possui a classe dominante, pois são esses indivíduos que operam no campo de disputa de hegemonia.

Deslocando esses conceitos para o campo internacional, as fortes agências de comunicação midiática, de pertencimento estadunidense e europeu podem desempenhar este papel de conservação e de estabilidade no que se refere ao consenso do discurso, ao fornecer ao espectador/leitor uma perspectiva unilateral focada na parte do globo ocidental⁵. Apesar disso, fontes de notícias patrocinadas por governos são capazes de retratar uma narrativa contra hegemônica como meio de sua tática de se contrapor a uma potência considerada hegemônica no sistema internacional (DE ROCCHI, 2017).

3.2 As agências Internacionais de Notícias

De acordo com Cottle (2009), a comunicação internacional fornecida pela mídia mantém-se localizada, essencialmente, pelo grupo das agências⁶ europeias e estadunidense. Associated Press (AP), Thomson Reuters (Reuters TV), France Presse (AFP) e EFE controlam entre 70% e 90% das notícias distribuídas nos veículos de comunicação do mundo (BOYD-BARRETT; RANTANEN, 1998). Nesse caso, as agências seguem o equivalente à “mídia da mídia” (NEVEU, 2006, p. 62). De Moraes (2012) afirma que:

⁵ O conceito de “mundo livre” e o de Ocidente, na visão de Huntington, são derivados diretamente da forma como os EUA pensaram e dividiram o mundo desde o período da guerra fria. O Ocidente é definido por Huntington unicamente pela visão dos EUA, que inclui uma Europa pouco mediterrânica e muito concentrada nas costas do Mar do Norte e adjacências; a América do Norte (ou seja, EUA e Canadá), Austrália, Nova Zelândia e África do Sul, todas regiões colonizadas por ingleses e holandeses, mas necessariamente anglófonas (FALCÃO, 2006, p. 3).

⁶ As agências de notícias globais são organizações cuja razão de ser continua sendo coletar e vender notícias pelo mundo para o uso da mídia varejista (principalmente jornais, emissoras e seus websites, bem como portais, sites e agregadores que se utilizam de agências) e organizações não midiáticas, incluindo instituições financeiras como corretoras de mercadorias, bancos, governos e indivíduos (BOYD-BARRETT, 2009, p. 57 tradução livre).

As largamente hegemônicas APTN e Reuters TV, que são os braços audiovisuais das fortemente estruturadas Associated Press e Reuters, dominam também o mercado global de distribuição de reportagens para as emissoras de televisão. Ambas disponibilizam imagens vistas por mais de um bilhão de pessoas no globo e produzem mais de dois milhões e meio de manchetes mundiais (DE MORAIS, 2012, p.87).

Esperidião (2011) constata que a grande parcela das notícias das agências tem relações diretas ou indiretas com os Estados Unidos e os países que integram a Europa Ocidental, o que comprova a maneira de disseminação global de notícias, com perspectivas que possuem como parâmetros contornos e medidas culturais do Primeiro Mundo. Confirmação clara de uma postura localizada nos donos dos sistemas de poder em seus variados aspectos. De Moraes (2012) expõe a organização do noticiário e descreve que:

Ao mesmo tempo em que influenciam os rumos da cobertura, as agências acabam transformando a profusão de notícias numa espécie de prateleira invisível, na qual cada reportagem é encaixada em um tema. Tomadas por essa perspectiva, as emissoras passam a estabelecer os diferentes enfoques que serão retratados nos telejornais e organizam quais abordagens devem ser priorizadas a partir de imagens disponibilizadas pelas agências, com ou sem a participação de seus próprios correspondentes (De MORAIS, 2012, p.100).

De acordo com De Moraes (2012), essas agências se encontram beneficiadas pela privatização dos satélites, que desmantelou o último obstáculo basilar para noticiar o planeta em duração de 24 horas por dia. As políticas neoliberais de desregulamentação de domínios midiáticos proporcionaram o que Oliver Boyd-Barrett e T. Rantanen (1998) conceituam como a “uma nova colonização” (hoje, do espaço). Essas alterações coagidas pela globalização provocaram uma propagação epidêmica de um conjunto contínuo e ilimitado de canais por assinatura ou por cabos que necessitam abastecer seu espaço no dia com assuntos noticiosos diversificados, em grande medida internacionais. Ainda de acordo com De Moraes (2000), no que se refere à concentração midiática:

Ressaltemos que o predomínio exacerbado dos oligopólios de mídia e entretenimento foi estimulado tanto pelas desregulamentações como pela deliberada omissão dos poderes públicos em seu papel regulador e fiscalizador. A conglomeração deita raízes na América Latina e no Brasil, onde a ação das corporações transnacionais se intensifica, de olho no potencial mercadológico de uma região com 480 milhões de consumidores. As corporações consolidam suas influências no solo latino-americano, explorando o vácuo aberto pelas desregulamentações e por deficiências crônicas observadas na maioria dos países do continente: inexistência de políticas públicas de comunicação; controles ineficazes sobre os fluxos de programações vindos do exterior; fragilidade dos sistemas fiscais e alfandegários diante do trânsito de conteúdos por satélites e redes eletrônicas; aberrantes desequilíbrios nas balanças comerciais com os EUA, sobretudo em relação ao audiovisual. Metade da receita da indústria cinematográfica norte-americana provém do exterior, o que representa salto expressivo, pois, em 1980, as praças internacionais contribuía com 30% (DE MORAES, 2000, s.p).

Abreu (2018), em sua tese de doutorado intitulada *Agências de Notícias do Sul Global: jornalismo, Estado e Circulação da informação nas periferias do sistema-mundo*, afirma que a

comunicação desempenha uma função única na reprodução desses “jogos simbólicos” desigual na estrutura global, e, dentro dela, é fundamental o cargo giratório exercido pelas agências de notícias. Consta-se esse fator desde a proliferação global da rede de distribuição das agências europeias, ainda no século XIX, por meio da expansão do telégrafo, por via terrestre e por cabos submarinos.

Para além de um século anteriormente da internet e da digitalização das comunicações, as agências Havas (antecedente da Agence France-Presse, a AFP), Wolff (prussiana-alemã, vigente de 1849 a 1934) e, sobretudo, Reuters (atualmente, a maior agência global) venderam notícias para jornais, bancos, indústrias, embaixadas, ministérios e outros órgãos de Estado em tal quantidade e velocidade que começaram a ser classificadas como reais instituições imperiais (ABREU, 2018). De acordo com Honoré de Balzac:

Compreendem, agora, a pobre uniformidade das notícias do estrangeiro em todos os jornais? Cada um tinge de branco, verde, encarnado ou azul a notícia que lhe envia o Sr. Havas [...] Neste domínio, há apenas um jornal, feito por ele, a fonte em que bebem todos os jornais (HONORÉ DE BALZAC, 1840, apud LUSA, 2007, p.21).

Os enormes gabinetes de notícias (as três europeias citadas - AFP, Reuters e EFE, logo acrescidas da estadunidense Associated Press) transformaram-se propulsores da globalização ainda na época monopolista e imperialista do capitalismo. A organização de fluxo de notícias que dispuseram, exprimindo os domínios coloniais (periferia) às metrópoles (centro), em movimento centrípeto mais que centrífugo, suportou as duas guerras mundiais do século XX e aproximou da Guerra Fria praticamente sem contestação (ABREU, 2018).

Abreu (2018) reitera considerações sobre a questão da colonialidade. Afirma que as marcas da colonialidade são observadas na comunicação e no jornalismo em vários momentos. De acordo com ele, “[..] na seleção de origem geográfica de fatos a serem noticiados, na legitimação de certas fontes em detrimentos de outras, e no enquadramento de temas em função dos conhecimentos prévios dos jornalistas e não da vivência dos personagens afetados.”

Em pensamento consoante, Sonia Aguiar Lopes (2010) afirma que a condição de subalternidade⁷ que certas sociedades e grupos populacionais se encontram não foi transformada, apesar do avanço das tecnologias digitais da comunicação. Nesse contexto, falar sobre subalternidade é identificar que, de alguma maneira, em determinada situação, acontece

⁷ Antonio Gramsci, personagem da corrente neomarxista, foi proponente a criar a expressão “subalterno” como sinônimo de marginalizado, provavelmente como uma mudança ao termo “proletariado” (CHEMMENCHERI, 2015).

uma relação em que algo - ou alguém - é superior e o outro é inferior e que esta relação se fundamenta na desigualdade. Nesse caso, essa condição foi movida para o ambiente das redes digitais através das enormes corporações de informação. Destaca-se Google, Apple, Facebook, Microsoft, todos localizados nos centros sistêmicos, que aferem e assumem táticas diferentes de manutenção das posições do poder hegemônico.

Apenas posteriormente ao movimento de descolonização, com as independências das antigas colônias europeias da Ásia (posterior pós-guerra, anos 1940 e 1950), na África (ao término dos anos 1950 a meados dos anos 1970), no Caribe anglófono e neerlandês (anos 1960, 1970 e 1980), na Oceania (anos 1980 e 1990) e na Eurásia (anos 1990, com o diluir da União Soviética e as demais federações socialistas) é que se arremessaram recentes Estados soberanos no panorama mundial e criaram-se buscas por liberdade e independência informativa que questionaram a norma dominante das Quatro Grandes agências de notícias⁸, as *Big Four*, nesse caso, duas europeias e duas estadunidenses: Reuters, AFP, Associated Press e UPI⁹. Esta última, reduzida fortemente desde o final da Guerra Fria, na configuração internacional de comunicação (ABREU, 2018).

4 MÍDIA CONTRA-HEGEMÔNICA

A contra-hegemonia se mostra como uma oposição ou uma resistência incessante à interpretação de mundo fundamentada por uma fixa hegemonia. Este capítulo se sustenta pelo interesse em esclarecer o conceito de mídia contra-hegemônica. Busca-se mostrar como a mídia contra-hegemônica contesta as estruturas ideológicas dominantes, bem como visa evidenciar a importância em examinar o empenho de dar uma nova orientação aos processos comunicativos.

4.1 Contra-hegemonia Comunicacional

Lopes (2010) afirma que a aparente negatividade reducionista da palavra contra-hegemonia deve ser rejeitada. A autora expressa que, no campo de uma disputa econômica e sociopolítica, a contra-hegemonia se encontra vinculada à luta que usa condutas propositivas pela produção de uma nova hegemonia. Distanciam-se, nesse entendimento, das direções

⁸ Pontua-se dados contraditórios acerca da fatia de mercados das agências de notícias.

⁹ José Ángel Castro Savoie expõe em sua tese de doutorado intitulada “As agências de imprensa transnacionais no final do século XX (2002)”, que atualmente precisam ser nomeadas de *big three* ou três grandes agências, porque a UPI estava em processo de desaparecimento.

culturais tradicionais. Busca-se aproximação com outra direção cultural, que as classes subalternas almejam e podem conceber, como alternativa, a soma dessas classes, e consecutivamente, a toda a sociedade.

Lopes (2010) expressa algumas considerações sobre o panorama de produção e estabelecimento de uma nova hegemonia que se instaura, em suas palavras “[...] o contexto de disputa pela hegemonia, na sociedade [...] objetiva a construção e socialização de uma práxis sociopolítica, no interior dos “aparelhos privados de hegemonia” presentes na sociedade civil [...]”. Em sua perspectiva, uma comunicação contra-hegemônica se define pelo comprometimento de emancipação e transformação social. Segundo a autora:

As condições de manutenção da hegemonia, na sociedade, por parte da burguesia, particularmente naquilo que diz respeito ao campo da comunicação, manifestam-se de várias formas: através da propriedade dos meios de produção (os meios de comunicação propriamente ditos) marcada, nos dias de hoje, pela consolidação de grandes conglomerados midiáticos; por meio da unilateralidade nos processos de produção comunicativa midiática com a transmissão de ideias e valores que visam reforçar, universalizar e naturalizar os interesses das classes dominantes; e da criminalização das organizações políticas das classes subalternas e a consequente desqualificação de suas práticas comunicativas (LOPES, 2010, p. 331).

Em pensamento consoante, Guimarães (2015) expressa considerações significativas não apenas sobre uma mudança na consciência da sociedade, mas uma alteração prática de transformação emancipatória que reverbere uma construção de uma nova concepção de mundo dentro da sociedade.

[...] a construção da contra-hegemonia pressupõe, em primeiro lugar, um esforço de superação das ideias dominantes que, ao se universalizarem ideologicamente, fazem com que o consenso em torno da dominação atinja também (e principalmente) as classes trabalhadoras. Mas, também como já foi sinalizado, é preciso que, uma vez abaladas as bases do consenso estabelecido, exista algo para ser colocado em seu lugar. Ou melhor, para sermos mais precisos: é necessário que o processo de desconstrução desse consenso seja, ele próprio, parte da construção de uma nova concepção de mundo, coerente com as necessidades dos trabalhadores. E esta, por sua vez, para que seja orgânica e não apenas uma expressão de fé, só se constrói como parte da experiência concreta (embora não espontânea) – de vida, de exploração e luta – desses trabalhadores (GUIMARÃES, 2015, p. 233).

Como visto na seção anterior **3.1 Hegemonia Comunicacional**, Gramsci é considerado o expoente do conceito de hegemonia. Por outro lado, debater o conceito de contra-hegemonia é uma atividade que talvez demande até maiores esforços. Isso porque a propagação do conceito de contra-hegemonia direcionou muitos intelectuais a perderem de ótica onde o conceito teve sua origem, o qual passou a ser atribuído a Gramsci. Ainda segundo Dore (2018), “Este foi amplamente difundido, em diversas áreas do conhecimento, e associado ao pensamento de Gramsci como se resultasse de sua própria produção” (DORE, 2018, p. 244).

É dessa maneira que Nadeau (2004) reflete o que Gramsci apresentaria como definição de “contra-hegemonia” de modo a fortalecer a compreensão de que há perspectivas e caminhos para a vida social dessemelhante daquela que prevalece uma estrutura de dominação, apesar do extenso e desafiador processo. É no mesmo alinhamento de atribuição da definição de contra-hegemonia a Gramsci que se localiza a obra de Burke (2005). De acordo com Burke (2005), a ideia de que a classe trabalhadora auxiliaria a desenvolver a contra-hegemonia que minaria as relações sociais presentes foi um subsídio teórico de Gramsci ao desdobramento da filosofia que interliga teoria e prática.

Em contrapartida, Raymond Williams (2009), expoente na Inglaterra na arena teórica de estudos culturais, julgou o conceito de hegemonia e aquilo que poderia ser contra-hegemonia de Gramsci insuficientes, criando, de acordo com ele, definitivamente o conceito de contra-hegemonia (DORE, 2018). De acordo com Williams (2009),

Asimismo, es continuamente resistida, limitada, alterada, desafiada por presiones que de ningún modo le son propias. Por tanto debemos agregar al concepto de hegemonía los conceptos de contrahegemonía y hegemonía alternativa, que son elementos reales y persistentes de la práctica (WILLIAMS, 2000, p. 134).

Nesse sentido, de acordo com Dore (2018), a ideia de “contra-hegemonia” foi produzida efetivamente por Raymond Williams visto que, do ponto de vista teórico, questionava-se a metáfora marxiana sobre estrutura e superestrutura, interpretada como determinação da primeira sobre a segunda, pois, nessa perspectiva, a cultura não passava de “reflexo” da organização econômica. Dore (2018) explicita o entendimento de contra-hegemonia na visão de Williams, e afirma que:

O que seria, então, a “contra-hegemonia?” Seriam experiências, significados e valores que não fazem parte da cultura dominante efetiva; formas alternativas e opositoras que variam historicamente nas circunstâncias reais; práticas humanas que ocorrem “fora” ou em “oposição” ao modo dominante; formas de cultura alternativa ou opositora residuais, abrangendo experiências, significados e valores que não se expressam nos termos da cultura dominante, embora sejam praticados como resíduos culturais e sociais de formações sociais anteriores; formas de cultura emergente, englobando novos valores, significados, sentidos; novas práticas e experiências que são continuamente criadas (DORE, 2018, p. 254).

De acordo com Raquel Paiva (2008), entender o significado da expressão não é tão simples. É permitida a compreensão de que a contra-hegemonia corresponderia à alteração ou ao reposicionamento de forças, como visto inicialmente por Lopes (2010) e Guimarães (2015). Entretanto, para Paiva (2008), algo contra hegemônico, na realidade, não objetiva ser uma simples troca da classe dominante. Para a autora, é na compreensão de que a expressão “contra” estabelece-se pela contestação – e não por “um mero revezamento de forças contraditórias” –

que localiza o entendimento daquilo que cataloga ideologicamente a definição de contra-hegemonia.

A radicalidade do que pode se configurar como contra-hegemonia talvez resida no fato de não se desejar nunca o lugar de sujeito hegemônico, no fato de a contra-hegemonia se orientar por uma razão fundamental que se configure de modo contrário e oposto à hegemonia (PAIVA, 2008, p. 165).

Segundo Paiva (2008), a principal função de uma movimentação contra hegemônica é o de propiciar outras maneiras de pensamentos, cujo interesse se relaciona com a de emancipar consciências. Por outro lado, se os alicerces são dissonantes dessas, a atividade é o que a autora denomina de pró-hegemônica. “Trata-se de um mero procedimento substitutivo, com aparências popularescas de postura contra-hegemônica, mas que se entende melhor como consolidação da hegemonia de Estado ou como uma pró-hegemonia” (PAIVA, 2008, p. 164). Paiva também afirma que

a palavra contra-hegemonia guarda peso semântico suficiente para significar e marcar uma época, quando se considera o amplo espectro contemporâneo de seu uso, assim como de todos os seus sinônimos e afins [...] a ideia implicada em contra-hegemonia, difundida a partir da publicação dos textos gramscianos no pós-guerra, solicita uma compreensão e uma inserção bastante fortes no cotidiano da nossa época (PAIVA, 2008, p.163).

Nesse sentido, portanto contra-hegemonia traduziria apenas o apoderamento, fingido e oportunista de um vácuo, proporcionado pela própria hegemonia à oposição (PAIVA, 2008). Em nada ou pouco se distinguiria do lugar hegemônico: na verdade seria seu antagonista como uma imagem no espelho em reflexo. Mais do que isso, a contra-hegemonia exprime um lugar ao mesmo tempo fora e contra ou, enunciado de outra maneira, a fronteiras que evita dogmatismos e essencialização, transferindo percursos praticáveis para a proposição de opções ao discurso e à prática hegemônica (MALERBA, 2014). Ainda Paiva (2008) oferece uma interessante reflexão sobre esse tema:

A radicalidade do que pode se configurar como contra-hegemonia talvez resida no fato de *não se desejar nunca o lugar de sujeito hegemônico*, no fato de a contra-hegemonia se orientar por uma razão fundamental que se configure de modo contrário e oposto à hegemonia. É uma contraposição que pode vir acompanhada de uma reflexão contundente sobre o status quo, e que, necessariamente, vem harmonizada com o *desejo de recusa da situação dominante* (PAIVA, 2008, p. 165 grifos meus).

Apesar da dificuldade em atribuir a um intelectual o conceito originário de contra-hegemonia, embora também possam possuir significados diferentes e que coexistem a partir dos escritos de autores que elaboraram pensamentos sobre o assunto, pode-se ter como ponto de concordância o interesse a princípio em contestar as estruturas ideológicas dominantes pela não representação dentro das estruturas midiáticas tradicionais. Segabinazzi (2019) afirma que

“[...] considera-se que essas narrativas midiáticas são uma resposta a uma hegemonia dada, e também uma afirmação de identidades marginais ou culturas não representadas na grande mídia” (SEGABINAZZI, 2019, p.126).

Dentro do ambiente comunicacional, diversos debates teóricos no que se refere a um exercício comunicativo dos setores subalternos são encontrados na arena da Economia Política da Comunicação. Conforme já elucidado, o contra-hegemônico se encontra além da crítica questionadora do sistema, na realidade, pode ser vinculado à superação da dominação vigente do sistema social. Não obstante, neste trabalho, não se procura confirmar se houve simplesmente o declínio do hegemônico, **hipótese que não se sustenta, ao verificarmos os embates que permanecem acontecendo e os obstáculos que a RT em Español possui para disputar as representações comunicacionais desenvolvidas sobre ela.** Seu sentido contra-hegemônico é revelado *“Pero no en el sentido de oferta opuesta o impugnadora de los grandes medios – como tantas veces se ha empleado el término – sino en razón de su intencionalidad y potencialidad para modificar un orden monopolizado por pocas voces”* (MATA, 1998, p. 04).

Tendo em vista os limites desta pesquisa, a posse da definição de contra-hegemonia corresponde àquela apresentada por Paiva (2008): “É uma contraposição que pode vir acompanhada de ações e atuações no cotidiano, que pode e deve vir acompanhada sobre uma reflexão contundente sobre o *statu quo*, e que, necessariamente, vem harmonizada com o desejo de recusa da situação dominante” (PAIVA, 2008, p. 165). Atenta-se, nesta perspectiva, ao desenvolvimento, aos propósitos e à possibilidade de mudança, em seu sentido estratégico. Em dissonância à autora, entretanto, não se pode rejeitar integralmente que o que atualmente é contra-hegemônico possa vir a assentar um lugar de hegemonia. Nesse caso, abandonar essa premissa poderá fortalecer a manutenção da estrutura de assimetria dentro do ambiente da comunicação, ocasionando um panorama de conformismo e submissão.

Destaca-se também que um conjunto de teorias sucedeu e pleiteou a predominância no campo de estudos da comunicação internacional ao longo do tempo, não só para esclarecer e elucidar tais assimetrias, como também para sugerir formas de corrigi-las. Segundo Mattelart (1994): “Tal relação de dependência e assimetria passou a ser denunciada pelos estudos de comunicação internacionais realizados nos países subdesenvolvidos [...] As agências transnacionais foram o “alvo principal” destes estudos” (MATTELART, 1994, p. 212-213).

A pesquisa crítica sobre agências de notícias conquistou o auge entre as décadas de 1960 e 1980, concomitantemente às discussões sobre os desequilíbrios na comunicação

internacional, iniciado pela ação em interesse de uma Nova Ordem Mundial pela Informação e Comunicação (NOMIC) conduzida pelo Movimento dos Países Não-Alinhados¹⁰. Entretanto, no final dos anos 70, a campanha foi movida para o campo da UNESCO, a qual iluminou a Comissão Internacional para Estudos dos Problemas da Comunicação, 1977-1980. O documento identificou a fundo disparidades quantitativas e qualitativas e responsabilizou as agências transnacionais de notícias como causadoras dessa estrutura hegemônica (ABREU, 2018).

5 RT EN ESPAÑOL: ESTUDO DE CASO

Neste capítulo, busca-se, em última instância, executar a tarefa de examinar o caso do canal RT en Español. Na primeira seção será apresentado o perfil institucional da RT en Español. Aqui, o interesse também é cumprir a atividade de apresentar o primeiro objetivo deste trabalho, que é o de observar as características e as peculiaridades do canal RT en Español no intuito de averiguar a hipótese de que a rede midiática RT en Español possui um exercício comunicacional contra-hegemônico.

Na segunda seção, busca-se fazer conexões entre os princípios epistemológicos anteriormente expostos e o perfil da RT en Español, para traçar até que ponto o enquadramento apresentado pela RT en Español se direciona para uma narrativa contra-hegemônica. Nesse caso, também interessa identificar, caso possua, as ferramentas e estratégias manuseadas pela RT en Español que possam constituir um desenvolvimento midiático contra-hegemônico.

Por fim, na última seção, destaca-se o bloqueio enfrentado pela RT en Español em 2022, impostos pelos Estados Unidos e pela União Europeia. Esse embargo envolve empresas como a Google, o TikTok, a Microsoft, o Twitter, assim como também a gigante das redes sociais: Meta, dona do Facebook, Instagram e WhatsApp. Esses meios adotaram medidas restritivas e até mesmo suspenderam o canal russo RT em todas as suas plataformas. Mostra-se aqui uma das táticas do canal RT en Español em driblar a suspensão. Apresentam-se também breves análises de dois vídeos do programa ¡Ahí les Va!, do canal RT en Español.

¹⁰ [...] Movimento dos Países Não-Alinhado, bloco nascido no contexto geopolítico bipolar da Guerra Fria para representar justamente esses países recém emancipados (ABREU, 2018, p. 27).

5.1 Perfil Institucional da RT en Español

No perfil institucional da RT en Español, há uma descrição breve sobre “Quem Somos”. Essa página apresenta a missão, a visão e os valores da rede de notícias. De acordo com a descrição, a “RT En Español es el primer canal de televisión ruso en idioma castellano con señal de alcance mundial”. Inicialmente, como parte do conglomerado de mídia, em TV-Novosti, a “Russia Today” – assim chamado em 2005 –, estreou como canal internacional russo de notícias, patrocinado pelo orçamento do Estado.

No primeiro ano da RT, em 2005, o Kremlin aplicou não mais que US\$ 30 milhões para administrar o canal, o que traduziu certa dificuldade para a RT disputar com gigantes da mídia internacional, como a CNN e a Al Jazeera, esta segunda financiada pelo Catar (LOFFE, 2010). O canal RT iniciou com apenas 500 funcionários, contendo 200 jornalistas russos e estrangeiros, em sua sede em Moscou (ALPERT, 2014 apud ELSWAH, 2020).

Em 2011, os investimentos se transformaram, e o Estado russo determinou uma aplicação de capital de mais de US \$ 300 milhões para operar RT e empregou mais de 1.000 pessoas em 22 escritórios ao redor do mundo (ALPERT, 2014 apud ELSWAH, 2020; RUTLAND; KAZANTSEV, 2016). Anos depois, em 2013, o presidente Putin assinou um decreto desautorizando quaisquer cortes orçamentários para a mídia estatal, incluindo a RT. De acordo com Alpert (2014) apud Elswah (2020), o orçamento de 2017 para o canal foi de US\$ 400 milhões.

Em uma apuração, em 2017, da Intelligence Community Assessment (ICA), foi exposto que o Kremlin investia US\$ 190 milhões por ano na distribuição do canal em hotéis e via satélite e por transmissão a cabo em todo o mundo (ICA, 2017). O projeto principal era o de se desempenhar como um canal de informações da Rússia para o mundo durante 24 horas por dia. A iniciativa se deu com uma transmissão unicamente em inglês. Posteriormente foi se transformando em multilíngue: em 2007, árabe; em 2009, espanhol. Logo depois, começou a transmitir matérias locais para os Estados Unidos (EUA) e Reino Unido. Somente em 2014 passou a transmitir conteúdo em russo.

Em 2010, o Russia Today passou por um *rebranding*, com finalidade de buscar se reposicionar no mercado e na percepção do consumidor. Agenciado por uma empresa de marketing ocidental, passou a se chamar “RT”, com um slogan imperativo: “questione mais” (question more). O interesse está atrelado à ideia de fornecer informações e de cobrir questões

ignoradas por outros meios de comunicação do *'mainstream'*. Conforme Margarita Simonyan, editora chefe, essa escolha salientava mais universalização do canal, com propósito de aproximar um número maior de telespectadores (YABLOKOV, 2015), em referência ao nome do canal escrito por extenso.

A RT en Español foi lançada em 2009, tendo como objetivo ampliar-se para o público falante de língua espanhola. Com sede do canal em Moscou, a versão tem sua própria programação e jornalistas, mas também fornece ao seu público as informações traduzidas selecionadas de RT em inglês. Suas operações estão localizadas em Los Angeles, Buenos Aires, Miami e Havana (RT EN ESPAÑOL, 2022).

Em 2013, a RT marcou um bilhão de visitas na plataforma do YouTube, tornando-se, assim, o primeiro canal de notícias de televisão de sucesso na história (NOVOZHILOVA, 2017). Ainda em 2013, o canal foi premiado no Festival Internacional de Televisión y Cine de Nueva York pelo programa Diálogos con Julian Assange, que foi ao ar na RT en Español e nas versões de RT em inglês e árabe. Além disso, em 2014, durante o Concurso Nacional e Internacional de Jornalismo, um dos concursos de jornalismo mais importantes e populares da América Latina, a RT en Español esteve presente. Sua participação contou com mais uma premiação: a RT eleita como o melhor sistema de informação, assim como a melhor plataforma multimídia, por decisão unânime dos membros do denominado Club de Periodista de México.

Em 2015, a RT converteu-se em transmidiática, isso significa dizer que ela começou a transmitir seu conteúdo em plataformas digitais, como o Twitter, Facebook e YouTube, nesse caso, também nos idiomas alemão e francês. Em esforço para adquirir uma elevada quantidade de espectadores, a RT investiu, no decorrer dos anos, em várias tecnologias de difusão – cabo, satélite e internet. Dessa maneira, um comércio muito explorado pelo grupo de mídia é a rede hoteleira. Em 2012, em um diálogo para a ComNews, o diretor-geral da RT News, Alexey Nikolov, anunciou que o canal estava sendo exibido em pelo menos 2 milhões de quartos de hotel e afirmou que a maior parte de seu público era composto por viajantes (COMNEWS, 2012).

A organização jornalística da RT News apresenta a estética de veículos ocidentais consagrados, como a BBC e a CNN. Entretanto, em sua linha editorial, a empresa tem objetivo de desmanchar a interpretação ocidental dos fatos globais e defender uma ótica russa contra-hegemônica: o mundo sob os olhos da Rússia. Devido a esse fator, e também por ser uma TV Pública parcialmente financiada pelo governo, alguns críticos têm argumentado que a RT News

seria meramente um canal de propaganda governamental do governo russo. Não somente isso, alguns afirmam ser um instrumento russo com finalidade de promover instabilidade em democracias ocidentais.

Para os críticos, a RT e a Sputnik são simplesmente instrumentos de uma sofisticada máquina de propaganda, criada pelo Kremlin para promover sua política externa, defender sua agressão na Ucrânia e minar a confiança na democracia, na Otan (aliança militar ocidental) e no mundo como o conhecemos (ERLANGER, 2017).

A RT News possuía, até fevereiro de 2022, uma rede de canais no YouTube: RT, RT America, RT Documentary, RT Sport, RT UK, RT Chinese, RT America, RT Arabic, RT France, RT En Español, SoapBox, Watching The Hawks RT, Redacted Tonight, Worlds ApaRT, Going Underground on RT, RT на русском. O canal “sede”, RT, no YouTube, em 2020, somava com pouco mais de 4,03 milhões de inscritos e conta com mais de 3 bilhões de visualizações, com cerca de 40 mil vídeos postados¹¹. O grupo conquistava cada vez mais espaço na América Latina com o canal “RT En Español”. No portal, na página “Quiénes somos”, lê-se

Según una investigación de la compañía internacional Ipsos, dieciocho millones de personas ven RT cada semana en diez países de América Latina. Entre los motivos principales del creciente interés que suscita RT en la audiencia, los participantes de la encuesta refieren el deseo de recibir noticias con "una perspectiva diferente sobre los acontecimientos mundiales (RT EN ESPAÑOL, 2022).

Em sua página principal no YouTube, o canal exibia diversos vídeos compilados em diferentes temas. Entre programas da RT em Español no YouTube, destaca-se: Conversando con Correa; El Gran Peregrinaje Americano; El Zoom de RT; La Lista de Erick; RT Reporta; Un Día Con, ¡Ahí les Va!, Cartas Sobre la Mesa, Detrás de la Noticia, Documentales de RT, Entrevista en RT, Keiser Report.¹²

Diante da descrição do perfil institucional da RT em Español, a hipótese de que a rede midiática RT em Español possui um exercício comunicacional contra-hegemônico intersecciona com o que se encontra disponível no portal oficial da RT “princípio de estabelecer uma nova maneira de engajar a audiência para questionar mais, em destacar assuntos não cobertos pela mídia tradicional, trazendo uma perspectiva alternativa sobre os temas atuais, sob a miríade russa acerca dos grandes eventos mundiais”. Nesse caso, fica nítido que a RT não obscurece

¹¹ Dados retirados da página do canal no Youtube em 04 de novembro de 2022 por Igor De Arecippo Chagas, inseridos no Trabalho de Conclusão de Curso intitulado: Os canais RT En Espanol e CGTN En Español no YouTube: A Cobertura do Coronavírus. Disponível em: <http://dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/handle/123456789/23997>. Acesso em: 27 maio 2022.

¹² Sobre detalhamento dos programas da RT En Español na plataforma do Youtube, veja também De Arecippo Chagas (2021).

em suas bases o seu projeto de ser uma alternativa em um mundo que possui como parâmetro perspectivas essencialmente ocidentais.

5.2 Enquadramento da RT En Español

Entman (1993), autor que apresenta considerações importantes a respeito do enquadramento, argumenta que a premissa desse conceito deve ser estudada com o entendimento de hegemonia midiática. O autor reitera de forma determinada que enquadrar é “selecionar alguns aspectos da realidade percebida e torná-los mais salientes em um texto comunicativo, de modo a promover uma definição de problema particular, interpretação causal, avaliação moral e/ou recomendação de tratamento para o item descrito.” Além disso, Entman (2004) indica as interferências das elites na elaboração de estratégias de comunicação que se promovem por meio da relevância de relações linguísticas e cognitivas, vozes discursivas convenientes às suas políticas e preferências.

Inúmeros pesquisadores confirmam a relevância do conceito de enquadramento. Pode-se citar Scheufele (1999), que reitera que “a mídia constrói a realidade social através do enquadramento de imagens da realidade de uma maneira previsível e padronizada”. Alguns adotam uma perspectiva de que o enquadramento noticioso sistematiza cotidianamente a realidade, sendo assim, este apenas parte de uma parcela da realidade concreta, uma característica essencial da notícia (TOUCHMAN, 1978 apud SCHEUFELE, 1999).

Diante da importância do enquadramento noticioso e com intuito de contrapor-se ao enquadramento noticioso ocidental, no início dos anos 2000, a Rússia criou a rede RT como uma oposição ao Ocidente. Até então, as posições dominantes da CNN, BBC, Euronews e Sky News no noticiário internacional foram percebidas pela Rússia como imperialismo cultural, ao propagar a interpretação ocidental dos assuntos atuais. Nesse caso, na Rússia, acontecia uma insatisfação entre a narrativa da “hegemonia ocidental” ou “neocolonialismo”. Esses dois elementos levaram à decisão de lançar uma emissora internacional 24 horas. (KUZNETSOVA, 2018).

Após a Guerra Russo-Georgiana, em agosto de 2008, o canal revisou sua estratégia de marketing e colocou uma empresa americana de relações públicas, McCann. O efeito desse acordo foi duplo: por um lado, o canal foi renomeado de Russia Today para RT; por outro lado, revisitou significativamente suas táticas de escolha de notícias. A explicação da alteração do

nome da rede para uma abreviatura foi para fugir e afastar-se da possível percepção dos telespectadores em perceber a rede como estritamente russa, objetivando, nesse sentido, ser identificada como um jornal independente (KUZNETSOVA, 2018). Como Vladimir Putin afirma em diálogo com o conselho editorial da RT:

Gostaria de enfatizar, é muito importante: nunca fomos guiados pela premissa de que este {RT} seria um serviço de informação ou um canal que se engajaria na apologética da política russa. Queríamos dar ao palco da mídia {global} um canal de notícias absolutamente independente (PUTIN, 2013, apud KUZNETSOVA, 2018, tradução livre).

Entretanto, de acordo com Kuznetsova (2018), diferentemente da BBC e da Al-Jazeera, que, apesar das suas relações financeiras com os governos britânicos e do Catar, respectivamente, ambas conseguiram estabelecer as redes como exemplos globais de jornalismo independente, a RT, até hoje, é majoritariamente identificada pelos grandes meios ocidentais como "propaganda russa". Essa contradição pode ser justificada pelo elevado índice de incoerências entre as afirmações do Kremlin, as reivindicações dos editores da RT e a produção jornalística do canal (KUZNETSOVA, 2018). Em exemplo, a afirmações de Putin, anteriormente acima, indica o anseio do Kremlin de legitimar sua dominância na esfera discursiva global.

Diante desse panorama, a McCann deu à RT seu slogan "Question More", que leva o público a criar um olhar crítico sobre o Ocidente, assim como também sobre a denominada grande mídia e procurar veículos informacionais contra-hegemônicos de notícias (KUZNETSOVA, 2018). Desse modo, o canal foi gerado para desequilibrar o império dominante das emissoras ocidentais, objetivando divergir suas estratégias estabelecidas de definição de agenda. O que os fundadores da RT condenaram dentro da dinâmica de mídia ocidental é que elas são altamente consistentes, nesse caso, umas com as outras e as escolhas de notícias são altamente previsíveis e imagináveis (KUZNETSOVA, 2018).

A seleção da BBC e da CNN de focar suas transmissões para certos eventos, enquanto descarta outras histórias que são igualmente relevantes para a comunidade global é interessante (KUZNETSOVA, 2018).

Quando a CNN e a BBC veem um drone da OTAN cair na Líbia, e essa história é manchete seu boletim durante todo o dia, nós {RT} vemos que 13 pessoas de uma família morreram no mesmo dia na Líbia, seis dos quais eram crianças. Não podemos competir com a BBC e a CNN no chão. De qualquer forma, eles terão mais escritórios de correspondentes estrangeiros lá, e suas câmeras serão mais caras. Por que o público escolheria nos assistir {RT} com nossos estúdios menores e câmeras mais baratas? Somente no caso de mostrarmos a eles algo que a CNN nunca vai mostrar (KUZNETSOVA, 2018, apud SIMONYAN, 2012, tradução livre).

Dessa maneira, a RT se orienta em privilegiar os assuntos que não se enquadram na agenda do *mainstream* da mídia “liberal”. A esse tema, a RT afirma que se localiza pela perspectiva normativa da diversidade e multiplicidade de opiniões e pelo empenho para propiciar uma ótica anti-hegemônica dos assuntos mundiais (KUZNETSOVA, 2018). De acordo ainda com Kuznetsova:

As histórias na agenda da RT são, portanto, críticos das políticas externa e doméstica dos EUA, eles cobrem diferentes ângulos dos conflitos no Oriente Médio, e prestam atenção especial aos temas de crise, violência, problemas sociais e ambientais dos países ocidentais. Além disso, RT contrapõe explicitamente a preocupação com a objetividade que é dominante na cultura anglo-saxônica da comunidade jornalística. O conselho editorial da RT nega inequivocamente esta norma ética quando chega a realizar um trabalho jornalístico alegando que “a objetividade não existe” no mundo real e, portanto, os repórteres que se esforçam por isso estão simplesmente se iludindo, se não comprometendo a qualidade do seu trabalho (Simonyan, 2012). Uma boa rede de notícias 24 horas, em entendimento da RT, não deve tentar apresentar um relato equilibrado baseado na lógica de objetividade, mas devem ser transparentes em seus pontos de vista políticos. Dentro desta política, o Kremlin nunca suprimiu as fontes de financiamento do RT (KUZNETSOVA, 2018, p. 104, tradução livre).

Em 2021, em artigo apresentado ao FoMerco¹³ como desdobramento da pesquisa realizada na cota CNPq/PIBIC 2019-2020, sob a orientação do professor Dr. Filipe Reis Melo, foi realizada uma análise acerca da cobertura do programa ¡Ahí les Va!, pertencente ao canal RT en Español, acerca da posse do presidente Joe Biden em janeiro de 2021. A pesquisa apontou que existe uma narrativa padrão que se repete durante os vídeos analisados na qual se observa um enquadramento crítico e questionador sobre as eleições (DOS SANTOS, 2021).

O programa ¡Ahí les Va!, então apresentado pela jornalista Inna Afinogenova, faz uso de figuras de linguagens (comparações, metáforas, aliterações etc.). Esses recursos permitem que as informações sejam conduzidas de uma maneira cômica, diferente de um noticiário tradicional ou de artigo de jornal. A apresentadora critica de modo bem humorado a cobertura super entusiasmada de alguns meios informativos tradicionais que celebraram a democracia dos EUA de forma exagerada. Pode-se constatar aqui o potencial que a notícia RT en Español detém de modificar a forma que as informações transitam dentro das mídias da América Latina, principalmente no YouTube (DOS SANTOS, 2021).

A apresentadora mostra como vários meios mostraram a posse de Biden como uma mudança radical em relação à administração Trump. E lembra que nenhum desses meios fez referência ao histórico político de Biden que não se coaduna com a mensagem de histórico giro na Casa Branca. Em seguida, algumas decisões da política externa dos EUA que foram apoiadas por Biden são mostradas, inclusive com fragmentos de entrevista de Biden apoiando o

¹³ O Fórum Universitário Mercosul (FoMerco) é uma rede de pesquisadores de distintas nacionalidades que, em seus vinte e um anos de existência, reúnem-se a cada dois anos com o propósito de discutir e analisar as implicações, as trajetórias, os problemas e os avanços relativos ao processo de integração latino-americana (FOMERCO, 2022).

bombardeio da Iugoslávia. Lembrou também que como vice-presidente de Obama, Biden aprovou as intervenções em Síria e em Líbia (DOS SANTOS, 2021).

Dentro ainda desse panorama, De Arecippo Chagas (2021), em "Os canais RT En Español e CGTN En Español no YouTube: a Cobertura do Coronavírus", afirma que, a partir da análise dos vídeos pelos programas do canal RT, que ele realizou, é possível apreender o constante tom crítico com o qual o canal RT en Español se refere à gestão da pandemia de saúde nos continentes europeu, e, principalmente no americano, enfatizando, em grande medida, a atuação do governo de Donald Trump. De acordo com ele:

[...] grande parte dos vídeos do canal no período se empenham em rebater as críticas ocidentais, enquanto que expõem as falhas dos países europeus e estadunidenses na gestão da crise de saúde. Essa narrativa se faz presente desde a seleção de pautas dos programas, como também na escolha dos diversos convidados e entrevistados, em sua grande maioria profissionais com contato direto com a realidade retratada pelo programa e que reiteram as críticas feitas pelo canal, havendo poucos pontos de discordância, de maneira geral (DE ARECIPPO CHAGAS, 2021, p.36).

Ainda de acordo com Simonyan (2013) apud Kuznetsova (2018), a RT tem uma audiência que se mostra “cansada do *mainstream*”, os chamados “esquerdistas” e outros “combatentes do sistema”. Segundo Paiva (2018), a mídia contra-hegemônica busca uma contraposição que pode vir acompanhada de reflexão sobre o *statu quo*, e que, obrigatoriamente, vem associada à recusa de dominação. A RT en Español se classifica, nesse sentido, como um canal contra-hegemônico. Atenta-se, nesta lógica, ao desenvolvimento, aos objetivos e à possibilidade de transformação, em seu sentido estratégico.

Em 27 de fevereiro de 2022, a presidente da Comissão Europeia, Ursula Von Der Leyen, denominou a mídia russa, como a RT e a agência Sputnik, de "máquina de mídia do Kremlin" que apenas mostrava "informações prejudiciais" para "semear divisão" no Ocidente. De acordo com a RT (2022), “A alta diplomacia também levantou a ideia de bloquear os canais nos estados membros do bloco, embora não tenha especificado se a medida afetará apenas as transmissões televisivas.” Posteriormente, as declarações de políticos ocidentais desenvolveram um conjunto de ações das redes sociais, que passaram a restringir o acesso à mídia russa em suas plataformas (RT EN ESPAÑOL, 2022).

5.3 Bloqueio ocidental da RT En Español

Como narrado, a comunicação sempre foi uma forma essencial de conexão entre as pessoas. A limitação dessa informação, principalmente na esfera midiática internacional, traz consigo interesses ideológicos, políticos e até mesmo econômicos. A proibição efetiva dos meios informacionais RT e Sputnik na União Europeia se iniciou a partir de 2 de março de

2022. De acordo com a decisão, torna-se proibido "transmitir [...] qualquer conteúdo" dos meios de comunicação patrocinados pelo estado russo RT e Sputnik.¹⁴

A Comissão Europeia aponta para a “propaganda massiva e desinformação” que esses meios oferecem para o ataque russo à Ucrânia e para uma “ameaça significativa e direta à ordem e segurança públicas da União”. O Conselho salienta que “para justificar e apoiar a sua agressão contra a Ucrânia, a Federação Russa tem realizado ações de propaganda contínuas e concertadas dirigidas à sociedade civil da União e dos países vizinhos, distorcendo e manipulando gravemente os factos [...] o controle permanente direto ou indireto da liderança da Federação Russa”. Tendo em conta a “gravidade da situação”, o Conselho e a Comissão consideram as medidas compatíveis com a liberdade de expressão consagrada no art. 11 da Carta dos Direitos Fundamentais (CFR). Eles “devem ser mantidos até que a agressão contra a Ucrânia termine e até que a Federação Russa e seus meios de comunicação associados deixem de realizar ações de propaganda contra a União e seus Estados-Membros.

O bloqueio de transmissão da RT pode ser juridicamente interpretado como resposta ao estabelecimento de proibição de propaganda de guerra decretada sob a lei internacional e europeia. A proibição de propaganda de guerra, nesse caso, está consagrada no art. 20 do Pacto Internacional sobre Direitos Civis e Políticos (PIDCP)¹⁵, e no art. 2 da Convenção Internacional sobre o Uso da Radiodifusão na Causa da Paz¹⁶ (BAADE, 2022). É possível destacar que existe uma parcialidade quando o assunto é cumprimento da lei PIDCP, já que a grande maioria meios de comunicação ocidental parecem não obedecer.

A maior parte dos Estados ratificaram o PIDCP também constitui direito internacional consuetudinário e, como tal, está associada à União Europeia (BAADE, 2022). Tendo em vista a ratificação do PIDCP por todos os Estados membros da UE (com poucas ressalvas), a proibição igualmente pode ser entendida como uma norma geral do direito da UE. Amparar, aprovar e auxiliar uma guerra de agressão é, nesse caso, proibido pelo direito internacional e europeu (BAADE, 2022).

No caso em questão, a configuração ocidental de narrativa estabelecida de invasão russa no território ucraniano representa a supracitada agressão. Esse cenário foi confirmado não apenas por comentaristas na academia, majoritariamente, europeia e estadunidense, mas também pela Assembleia Geral da ONU, que votou de forma esmagadora para condenar a Rússia numa resolução da União pela Paz. Nessa situação, a propaganda de guerra pode ser

¹⁴ (Art. 2f. Regulamento (UE) n.º 833/2014, alterado em 1 de março de 2022 pelo Regulamento (UE) 2022/350 do Conselho; acompanhado da Decisão (PESC) 2022/351 do Conselho, de 1 de março de 2022, que altera a Decisão 2014/512/PESC; com base no artigo 215.º do TFUE e no art. 29 TEU respectivamente).

¹⁵ Disponível em: <https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/international-covenant-civil-and-political-rights>. Acesso em 14 jun. 2022

¹⁶ Disponível em: <https://academic.oup.com/ejil/article/29/4/1357/5320172?login=false>. Acesso em: 14 junho 2022.

trazida por meio de informações falsas ou enganosas, mas isso não é constitutivo da proibição (BAADE, 2022).

Baade (2022) expõe alguns cuidados que se deve ter na discussão do bloqueio com base no pressuposto da PIDCP. De acordo com Baade (2022): “[...] o conceito simples de “propaganda” compreende declarações que são, sem dúvida, protegidas pela liberdade de expressão e não poderiam ser legalmente regulamentadas por conta própria, do que uma desinformação “falsa””. Nesse sentido, declarações enganosas, no entanto, não utilizam informações falsas. De acordo ainda com Baade (2022):

Eles enquadram e apresentam informações que são, estritamente falando, verdadeiras de modo a tornar seus destinatários propensos a tirar conclusões falsas delas. [...] O problema de regular a desinformação enganosa é que selecionar quais informações verdadeiras relatar, e como enquadrá-las, não é apenas o cerne da liberdade da mídia, mas também um julgamento normativo – uma opinião (BAADE, 2022, p.3).

Na perspectiva de Juan Ramón Rallo (2022), outro ponto da norma que se evidencia como problemático é a adoção de medidas de guerra sem declaração formal de uma guerra. Nesse caso, como ordenamento, tem-se o exemplo da censura dos meios de comunicação russos RT e Sputnik. Essa ação, de acordo com Rallo (2022), contraditoriamente, adota-se um cenário de guerra sem efetivamente ter se concretizado.

Outro ponto conflituoso da medida de bloqueio dos canais, de acordo com Rallo (2022) é que se os governos europeus adotam o direito de censurar os meios comunicação quando estes meios expressam opiniões que os mesmos governos consideram propagandísticas e perigosas para seus interesses ou para os interesses gerais da sociedade, abre-se margem para arbitrariedade de censuras. Nesse caso, pode-se ter um exercício governamental de abusos e com atitudes caprichosas e injustificadas (RALLO, 2022).

Em 1 de março de 2022, o Google anunciou através de um comunicado que bloqueia naquele instante os canais RT e Sputnik no YouTube em toda a Europa.

Devido à guerra em andamento na Ucrânia, estamos bloqueando canais do YouTube conectados a RT e Sputnik em toda a Europa, com efeito imediato. Levará tempo para que nossos sistemas estejam totalmente prontos. Nossas equipes continuam monitorando a situação 24 horas por dia para tomar medidas rápidas (GOOGLE, 2022).

Posteriormente a decisão do Google, a RT estimulou seu público a deslocar para a plataforma de vídeo de "liberdade de expressão" Odysee.¹⁷ Em sua conta do Twitter, a Odysee afirmou que a empresa recebeu solicitação para apagar o canal RT, mas se recusou.

Fomos solicitados a remover o RT do Odysee. Não nos importamos com política, e ser uma plataforma significa que temos que ser uma plataforma. Seja CNN, Fox, RT, etc. Tudo tem seu lugar no Odysee (ODYSSE, 2022).

Vale ressaltar que o YouTube já havia banido a monetização de inúmeros canais russos, incluindo o RT. Alegando "circunstâncias extraordinárias", o YouTube afirmou que "pausou a capacidade de monetização de vários canais" na rede social. O Google informou em seguida que proibiu os meios de comunicação financiados pelo Estado russo de usar sua tecnologia de anúncios para conceber lucro em seus próprios sites e aplicativos.

Simultaneamente, o porta-voz do TikTok disse ao site de notícias NPR que igualmente tomará a mesma atitude de conter o alcance do RT e do Sputnik em território europeu. Enquanto isso, a empresa de *streaming* Roku garantiu que apagará o aplicativo do canal RT de sua loja *on-line* para a UE, expõe à Reuters, referindo-se a fontes familiarizadas com o tema (REUTERS, 2022). Concomitantemente, a Microsoft informou em 28 de fevereiro de 2022 que removeu os aplicativos RT e Sputnik de sua loja de aplicativos e que tem intuito de restringir seus sites nos resultados de pesquisa do Bing. Além disso, a Microsoft proibiu todos os anúncios de sua rede de publicidade para os referidos canais russos.

Também estamos focados como empresa na proteção contra campanhas de desinformação patrocinadas pelo Estado, que há muito são comuns em tempos de guerra. Os últimos dias viram a guerra cinética acompanhada de uma batalha bem orquestrada em andamento no ecossistema da informação, onde a munição é a desinformação, minando a verdade e semeando a discórdia e a desconfiança. Isso requer esforços decisivos em todo o setor de tecnologia – tanto individualmente por empresas quanto em parceria com outros – bem como com governos, academia e sociedade civil (MICROSOFT, 2022).

Ainda de acordo com a Microsoft (2022), o canal não passa de propaganda russa:

Estamos nos movendo rapidamente para tomar novas medidas para reduzir a exposição da propaganda estatal russa, bem como para garantir que nossas próprias plataformas não financiem inadvertidamente essas operações. De acordo com a recente decisão da UE, a plataforma Microsoft Start (incluindo MSN.com) não exibirá nenhum conteúdo RT e Sputnik patrocinados pelo estado. Estamos removendo os aplicativos de notícias RT de nossa loja de aplicativos do Windows e desclassificando ainda mais os resultados de pesquisa desses sites no Bing para que ele retorne apenas links RT e Sputnik quando um usuário claramente

¹⁷ Disponível em:

https://twitter.com/RT_com/status/1498581935186186242?s=20&t=7rjRU9dxQaKzZ3P_OrJM8g . Acesso em 29 maio 2022.

pretender navegar para essas páginas. Por fim, estamos banindo todos os anúncios do RT e Sputnik em nossa rede de anúncios e não colocaremos nenhum anúncio de nossa rede nesses sites (MICROSOFT, 2022).

Em contrapartida, o presidente sérvio Aleksandar Vucic denunciou esse largo aumento de pressão contra o RT. "Alguns querem colocar todos que não pensam o mesmo nos campos; eles baniram toda a mídia que falasse diferente", afirmou o presidente, citado pela mídia local. "Quando eles falam sobre liberdade de imprensa, eles pensam que essa liberdade de mídia é apenas para eles, para eles existirem", acrescentou Vucic.¹⁸

Por outro lado, Freddy Nãñez, vice-presidente do Setor de Comunicação, Cultura e Turismo da Venezuela, similarmente acusou de maneira pontual a decisão de alguns Estados de restringir o acesso de alguns meios de comunicação russos. Em suas palavras no Twitter:

Nazareth, Alfred (@LUCHAALMADA). ¿Y la libertad de prensa y de expresión? Otro de los grandes mitos que Occidente deja caer en pleno siglo XXI. Toda nuestra solidaridad con los trabajadores y trabajadoras de @ActualidadRT y @SputnikMindo. La censura de la U.E entorpece pero no logrará callar la verdad. 27 de Fevereiro de 2022, 8:13 PM. Twitter.

Nesse panorama de denúncia, a presidente do canal TeleSur, Patricia Villegas Marin, divulgou uma nota "cheia de respeito e admiração por todos os trabalhadores do RT". A jornalista colombiana disse que, com sua decisão, a União Europeia está buscando silenciar vozes "em nome da 'democracia'" e completou também afirmando que seu meio de comunicação já passou por esse desafio algumas vezes "em momentos decisivos para a América Latina e o Caribe". "Ao desligar o sinal da distribuição tradicional, eles não vão silenciá-lo, ele vai se multiplicar na internet sobre a liberdade", encerrou (RT EN ESPAÑOL, 2022).

A chefe do grupo RT, Margarita Simonián, teceu algumas considerações sobre a decisão da UE, "[...] há anos que fala sobre a liberdade de expressão e a importância de ter diferentes pontos de vista sobre a informação", demonstrando profundo descontentamento. Em relação ao bloqueio da transmissão de canais de RT em território europeu, afirmou "resposta às ações da Rússia na Ucrânia para defender a população russófona". Em suas palavras:

Que relação temos com a decisão do presidente de realizar essa operação? Não sei. Está claro que, independentemente de emitirmos ou não, a operação continuará. Está claro que foi apenas um pretexto, há muito que queriam fechar-nos, mas isso seria mau aos olhos dos seus próprios cidadãos, pois isso contraria a liberdade de expressão ", assegurou, acrescentando que a Europa usou "este pretexto para nos levar, que não gostaram nós, fora do ar, com nosso enorme público. "Foi assim que eles nos tiraram do caminho", reiterou. "No entanto, encontraremos uma maneira de nos conectar com nosso público, mesmo sem uma transmissão direta. E os povos da Europa agora podem ver o valor das declarações de seus líderes sobre a liberdade de expressão (LUCHAALMADA, 2022).

¹⁸ Disponível em: <https://www.srbijadanas.com/vesti/info/predsednik-srbija-aleksandar-vucic-sputnjik-rt-cenzura-mediji-2022-03-01>. Acesso em: 29 maio 2022.

Diante do embate existencial na plataforma virtual, em fevereiro de 2022, com a rotina forçada, em última instância, por um bloqueio de sua conta, o canal RT en Español resolveu formular uma tática para contornar a perseguição virtual. Dessa maneira, o canal RT no YouTube abriu uma conta à margem da principal, na qual seria apresentado o conteúdo de seu programa de grande público (mais de um milhão de inscritos no momento que foi cancelado pelo YouTube): ¡Ahí Les Va!. Ademais, é fundamental salientar que a conta principal do programa está suspensa do YouTube. Desse modo, não é permitido gerar *uploads* de vídeos há quase quatro meses (dados observados em 01 de junho de 2022). Entretanto, foi criada uma nova conta intitulada “ALV”. O primeiro vídeo desse novo canal data de 6 de abril de 2022. No campo de descrição do canal ALV no YouTube, encontra-se: “Esperemos que no lo censure YouTube.”

No dia 15 de abril de 2022, o apresentador e jornalista Mirko Casare, no vídeo titulado “AHÍ LES VA | ¡Más bloqueo, por favor! Deutsche Welle (DW) y su obsesión con los medios rusos”, já no canal ALV, faz pontuações fundamentais para entender a batalha existencial enfrentada por RT. Aqui, cruzam-se argumentos anteriormente expostos das características de uma comunicação hegemônica com a busca pelo consenso e a dificuldade em existir e resistir nesse cenário.

A priori, o apresentador expõe diversas manchetes de mídias tradicionais sobre RT. Destacam-se títulos como “La UE combate la máquina de propaganda del Kremlin”, do El País, em 10 de novembro de 2017, assim como “Miles de contenidos, siete idiomas y 300 plataformas: cómo funciona la campaña de desinformación vinculada a Rusia que siembra discordia desde hace seis años”, da Infobae datada em 01 de julho de 2020, igualmente, “¿Crees que la propaganda rusa no es eficaz? Deberías ver estos ‘memes’”, de El Confidencial, em 02 de janeiro de 2020. Ainda em lógica similar, “Cómo la maquinaria de injerencia rusa pasó de desestabilizar Europa a Iberoamérica”, de ABC, em 24 de novembro de 2019. O apresentador busca mostrar a construção do enquadramento midiático manuseado taticamente pelos meios midiáticos vinculados ao Ocidente com a tentativa de desacreditar o canal RT.

De maneira irônica, o apresentador expõe, em contraste às manchetes, que a mídia russa não considera vender o modelo russo de governo para o mundo. Na realidade, de acordo com Mirko Casare, a mídia russa quer que a voz da Rússia seja ouvida em assuntos de interesses mundiais. Em suas palavras: “[...] igual que Deutsche Welle buscan que se escuche la de Alemania y France24 de la Francia”. Além disso, discorre ainda que os meios de comunicação russos elaboram uma cobertura de vídeos com temas pouco abordados ou até mesmo não

abordados pelos meios hegemônicos. Questiona-se retoricamente, utilizando da ironia, qual sentido levaria em se atrair público fazendo exatamente o mesmo que os outros canais tradicionais?

No dia 04 maio de 2022, o apresentador e jornalista, Mirko Casare, no vídeo titulado “AHÍ LES VA | El País: cinco años de obsesión con “los medios rusos” (y los que faltan)” desse novo canal intitulado ALV, elabora algumas argumentações contra-hegemônicas ao consenso estabelecidos pelos meios de comunicação tradicionais no que se refere ao bloqueio. Nesse vídeo, o apresentador afirma críticas sobre a Deutsche Welle e El País - ambos com uma longa história - nas palavras do apresentador: “obsessiva-compulsiva” em relação à mídia russa. Em seguida, mostra-se uma entrevista da rede El País sobre o assunto. De acordo com o entrevistado da rede El País: “Es normal y habitual que YouTube y otras plataformas digitales vayan actualizando sus contenidos conforma ocurran nuevos hechos”. Com tom irônico, Casare do canal ALV, contrariando o entrevistado da rede El País, questiona retoricamente se é comum a maior plataforma de vídeos do mundo bloquear completamente todos os canais pertencentes a uma das mídias mais vistas em espanhol.

Ainda nesse vídeo, o apresentador utiliza-se de figuras de linguagens, como ironia e sarcasmo, para afirmar críticas sobre os meios de informações ocidentais. De acordo com Mirko Casare, é costume encontrar análises da mídia russa sobre outros veículos tradicionais. Entretanto, o que ocorre é a existência de um enquadramento em grande medida a colocar a RT como propaganda russa, projeto de desinformação, braço midiático do kremlin, cinema de inverdade. Há na realidade uma grande capacidade de utilizarem-se adjetivos desqualificadores quando se refere à mídia russa. Revela-se, de acordo com o apresentador, uma tendência unilateral maliciosa.

Em argumento linear, ainda no vídeo do dia 04 maio de 2022, o apresentador expõe considerações importantes sobre o bloqueio de transmissão da RT, que pode ser juridicamente interpretada como resposta ao estabelecimento de proibição de propaganda de guerra, estabelecida sob a lei internacional e europeia. De acordo com ele, em vários momentos em que se [mostram vídeos, manchetes, jornais da rede hegemônica], há a construção argumentativa de restrições ao canal RT, como justificativa de propaganda de guerra, o que contraditoriamente não acontece quando a propaganda é realizada por alguns meios hegemônicos ocidentais e que acarreta benefícios em seus países ou aliados. Cita-se nesse momento do vídeo a coluna do El País: “La victoria, al alcance de Kiev - Para ganar hacen falta determinación - Ucrania la tiene toda - y armas - Ucrania no tiene y depende de las que le

manden los aliados-¹⁹ Em discurso sarcástico, o apresentador afirma que El País não é o veículo ideal para explorar o que é ou o que não é propaganda de guerra.

Destaca-se que o bloqueio do RT por parte dos conglomerados hegemônicos ocidentais é um elemento que reforça que o canal RT tem um enquadramento contra-hegemônico. Se assim não fosse, RT não incomodaria a mídia hegemônica ocidental. Pode-se constatar que o canal RT en Español opõe-se à mídia hegemônica com uma ação comunicativa que reverbera em respostas concretas ao movimento de contra-hegemonia por parte dos veículos midiáticos hegemônicos ocidentais. Nesse caso, o anseio pela consolidação de um espaço de fala capaz de influenciar o mundo não é um acontecimento neutro e imparcial. A Rússia marca o interesse, como todos os Estados, de projetar seus pontos de vista sobre a sociedade e exercer seu poder por intermédio dos meios de comunicação.

De acordo com Bolaño (2022), as peculiaridades dessa indústria em especial têm sido analisadas profundamente pela economia política da comunicação e da cultura, que deve obter significativo valor no campo da comunicação neste período em que outra guerra, desencadeada, está sendo desenvolvida em nível global: a guerra da propaganda. Abre-se, nesse sentido, todo um cenário longínquo de estudos que necessitaria entusiasmar os conhecimentos nessa área, o qual se tem estabelecido, desde a constituição das suas diferentes escolas nacionais, como espaço do pensamento marxista. Bolaño (2022) considera urgentemente linhas de pesquisa na área neste instante:

Num plano mais concreto, a análise da guerra especificamente, no campo da EPC, deve esclarecer como, nessas condições, a lógica estatal da propaganda adquire preponderância no sistema de comunicação, deixando em segundo plano aquela, econômica, da publicidade que, não obstante, permanece determinante, em última instância, na perspectiva de conjunto do capital monopolista. No caso em tela, é preciso considerar a existência, ao lado do sistema imperialista global, de um bloco opositor, ainda que também capitalista e organizado até aqui como parte constitutiva do sistema global de cultura. Essa polarização, evidentemente, em tempos de conflito bélico, torna a propaganda, instrumento de guerra de ambos os lados, embora a hegemonia, também nesse aspecto, seja do bloco imperialista (BOLAÑO, 2022, p. 11).

Ainda em sua análise, Bolaño (2022) afirma considerações importantes sobre o bloqueio da RT por parte das empresas consideradas sistêmicas na esfera comunicacional:

Assim, por exemplo, a mobilização unitária do imperialismo contra a Rússia, inclui a ação decisiva do capital monopolista de empresas como Apple, Sony, Disney, Netflix, Microsoft, ou das plataformas Google e Youtube, que aderiram ao programa unificado de censura, que passa pela proibição da RT e da Sputnik em todo o território europeu. O ataque concertado à liberdade de expressão e ao direito à informação e à comunicação só encontra justificativa na necessidade de impedir a divulgação de visões alternativas dos fatos, para além daquela

¹⁹ Disponível em: <https://elpais.com/opinion/2022-04-28/la-victoria-al-alcance-de-kiiev.html>. Acesso em: 01 jul. 2022.

única divulgada pelo conjunto da mídia corporativa, um caso eloquente, mas em hipótese alguma inédito, de controle da informação, visando a manipulação da opinião pública. Da sua parte, a Federação Russa acabou por bloquear o Facebook e restringir o Twitter em seu território, num movimento reativo que não esconde a assimetria de poder comunicacional entre as duas posições (BOLAÑO, 2022, p. 11).

Bolaño (2022) afirma que “A realização de análises comparativas da cobertura do conflito por parte dos diferentes meios de comunicação de massa de ambos os lados é, assim, necessária, incorporando ferramentas de outras disciplinas”. Na mesma linha de raciocínio, ele também expõe um exemplo do jornalista espanhol Pablo González, que atua nesse terreno “[...] preso na Polônia quando cobria o movimento dos refugiados da Ucrânia, fronteira de onde provinham fortes denúncias de racismo e tratamento violento contra trabalhadores e estudantes africanos e indianos por parte de autoridades ucranianas.” O silêncio da mídia hegemônica ocidental sobre este episódio é digno de ser noticiado, já que, se o jornalista espanhol tivesse sido preso na Rússia, talvez, a quantidade de reportagens seria expressiva.

Nesse sentido, a checagem das informações é essencial, pois as denominadas *fake news* - disseminação de mentiras com fins estratégicos, que ganham evidente notoriedade numa situação de guerra como a atual - são atualmente, de acordo com Bolaño (2022), uma ferramenta largamente manuseada na esfera da política, que conquista importante valor como tática de guerra psicológica. Assim, segundo Bolaño (2022):

Análises comparativas entre a cobertura desta guerra e de outras – Iraque, Líbia, Iugoslávia, Afeganistão, Yemen – por parte dos meios hegemônicos também poderão ajudar a entender as vinculações entre eles e o funcionamento da máquina de propaganda do imperialismo, seu *modus operandi*, que inclui, a denúncia de uma ofensa aos direitos humanos, antes do ataque, seguida da criação de um clima favorável à intervenção, com a criação de uma imagem negativa da liderança que se vai atacar etc. O caso do Iraque é certamente o mais conhecido, mas trata-se de um padrão que deve ser estudado com cuidado e da forma mais objetiva. Afirmar que o controle da informação, a desinformação e a mentira sempre fizeram parte das guerras e que os dois lados em confronto sempre se valem desse tipo de estratégia, não tem nenhuma utilidade. É preciso conhecer os mecanismos concretos, caso a caso, padrões de funcionamento e assimetrias constitutivas da estrutura de poder na quais estão inseridas (BOLAÑO, 2022, p. 11).

Nas fronteiras do capitalismo monopolista, principalmente na sua fase atual, de acordo com Bolaño (2022), a comunicação social exerce uma função imprescindível para a validação dos movimentos de cada um dos agentes que dispõem de poder econômico. Levando em conta o progresso e a evolução histórica das estruturas de comunicação social, a esfera acadêmica da comunicação, do seu lugar, percorreu e se alargou à sombra das guerras quentes e frias que definiram o desdobramento capitalista ao durante o século XX.

O tronco hegemônico da epistemologia da comunicação, dadas as suas vinculações históricas com as estruturas de poder econômico e político internacional, não é capaz de revelar as contradições daquela complexa estrutura. A (crítica da) economia política da comunicação e

da cultura tem, ao contrário, a capacidade de fazê-lo de forma cabal, na medida da sua herança marxiana, mas isso exige entender que não se trata de mero exercício teórico de construção de modelos mais ou menos sofisticados, como alhures, mas de reflexão fundada na realidade, visando transformá-la radicalmente, o que só será possível, dadas as condições objetivas mais que maduras prevaletentes, sob o impulso de uma classe trabalhadora organizada e consciente do seu papel histórico (BOLANÓ, 2022, p. 14).

Em um panorama de guerra, cada parte envolvida procurará disponibilizar aos meios as “melhores histórias.” Na perspectiva de Aldé (2003), o Estado procurará limitar e orientar os enquadramentos disponíveis sobre uma guerra, que permanentemente possuirá o “outro lado”, dada a própria lógica do antagonismo. De acordo com ela, a cobertura jornalística de um conflito internacional inclina-se a acompanhar o grau de consenso nacional e mundial em torno do que se entende por legitimidade da guerra.

O fechamento de enquadramentos, numa guerra, pode levar no limite à adoção restrita da versão oficial, reduzindo a possibilidade dos cidadãos de elaborarem suas opiniões a partir da comparação entre diferentes aspectos e perspectivas sobre o conflito. A reação da imprensa e dos intelectuais dos Estados Unidos e do mundo ao ataque e derrubada das torres gêmeas, em setembro de 2001, ilustra bem a tendência, num conflito, da identificação do “nosso lado”: uma nação sob ataque encontra rapidamente uma unidade simbólica que lhe permite organizar a reação. Qualquer versão alternativa, neste momento, tende a ser facilmente descartada como anti-patriótica (ALDÉ, 2003).

Nesse sentido, por se tratar de um assunto de estudo sob contínua atualização, o presente estudo não esgota o tema. A propensão é a intensificação da relevância de plataformas como o YouTube na difusão global de notícias. Dessa maneira, debates sobre hegemonia e contra-hegemonia entram também nas discussões e assumem um caráter internacional. Assim como a discussão da proibição dos canais de comunicação com enquadramentos que contrariem a lógica da manutenção do *statu quo*.

Existem, por certo, várias outras óticas que podem ser observadas no plano da Economia Política da Comunicação e das Relações Internacionais que possuem muito valor em suas observações e análises. Porém, o objetivo central deste trabalho foi o interesse de observar as características e as peculiaridades do canal RT en Español, no intuito de confirmar a hipótese de que a rede midiática RT en Español possui um exercício comunicacional contra-hegemônico. Inserem-se nesse debate assuntos como liberdade de imprensa e direito à informação. A RT en Español pode ser compreendida como um elemento elucidativo desse diálogo. Isso se justifica pela atividade repetitiva de enquadramentos contra-hegemônicos e seus efeitos práticos, como o seu próprio bloqueio por parte dos países ocidentais, em fevereiro de 2022.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O referido estudo expôs diferentes aspectos indispensáveis para verificar como a mídia molda o consenso de uma sociedade. Os enquadramentos apresentados no âmbito midiático podem induzir, de modo direto, a maneira como os indivíduos compreendem essa informação. A mídia hegemônica, e também a contra-hegemônica, influem diretamente na interpretação dos indivíduos e no fomento do senso comum na construção de arquétipos, estereótipos e preconceitos. Isso ocorre através da construção da mensagem realizada pelo veículo de notícia, de forma a levar direcionamentos com objetivo de edificar uma possibilidade unilateral de interpretação. Os princípios de uma comunicação midiática contra-hegemônica são configurados como forma de marcar o empenho de contestar as estruturas ideológicas dominantes, enfraquecê-las e submetê-las com uma visão dissonante da hegemonia, como explicado.

No segundo capítulo, fez-se uma discussão do conceito de mídia, da globalização da comunicação e da mídia como ator das relações internacionais. Neste capítulo, detalhou-se que o desenvolvimento e a expansão dos meios de comunicação demonstram, contraditoriamente, sua concentração e propriedade de poucos em detrimento de muitos, dentro das organizações comunicacionais. Esse comportamento espelha uma ação comunicacional de conformidade e semelhança ideológica que assegura a conservação do *statu quo*. Há também um esclarecimento de mídia como ator das relações internacionais. Admite-se que a mídia tem capacidade de não ser unicamente uma comunicabilidade rotineira, mas sim um componente constituinte com ingredientes fundamentais de dinamismo. Fica claro, no decorrer da seção, como a mídia se constitui enquanto um elemento eficiente, que influi em acordos políticos, sociais, culturais e econômicos.

No terceiro capítulo, busca-se conceituar o entendimento do que é hegemonia e mídia hegemônica. Esclarece-se a hegemonia como direção intelectual e moral, que vai ser realizada pelo corpo social dominador. Apontam-se também nesse capítulo o papel das agências internacionais de notícias, responsáveis por grande parte das notícias internacionais divulgados no mundo. Nesse capítulo também há um diálogo sobre a questão da colonialidade. Pode-se afirmar que as cicatrizes da colonialidade são notadas na comunicação e no jornalismo em diversas ocasiões.

O quarto capítulo elucida e ilustra o conceito de mídia contra-hegemônica. Como visto, discutir o conceito de contra-hegemonia é uma ação que talvez demande maior grau de atenção

se comparado com o de hegemonia. Nesta pesquisa, a definição de contra-hegemonia corresponde àquela apresentada por Paiva (2008): “É uma contraposição que pode vir acompanhada de ações e atuações no cotidiano, que pode e deve vir acompanhada de uma reflexão contundente acerca do *statu quo*, e que, necessariamente, vem harmonizada com o desejo de recusa da situação dominante” (PAIVA, 2008, p. 165).

No quinto capítulo, procura-se examinar efetivamente as características e as peculiaridades do canal RT en Español, com intenção de ratificar a hipótese de que a rede midiática RT en Español possui uma ação comunicativa contra-hegemônica. Faz-se uma breve análise de dois vídeos do programa ¡Ahí les Va!. Os capítulos anteriores - terceiro e quarto - atuam como subsídios epistemológicos que corroboram a confirmação da hipótese. Parte-se da premissa de que, para entender o que é contra-hegemonia, é mais elucidativo, *a priori*, entender o que é hegemonia, compreendendo que o processo contra-hegemônico é uma configuração dialética e que ele não existe se não houver uma hegemonia. Para elaborar uma narrativa antagônica e contra-hegemônica, tem que haver um discurso hegemônico para ser desconstruído. Assim, a relação entre RT en Español e a mídia tradicional é dialógica e interdependente. Neste aspecto, foram traçadas considerações fundamentais, abordando conceitos imprescindíveis para analisar até que ponto o enquadramento apresentado pela RT en Español se direciona para uma narrativa contra-hegemônica.

O estudo expõe que o canal RT en Español se guia pela intenção de temas que não se enquadram na agenda do *mainstream* da mídia “ocidental liberal”. A esse assunto, a RT en Español declara-se pelo prisma normativo da variedade, pluralidade e multiplicidade de opiniões. Pode-se notar o empenho de proporcionar uma lente anti-hegemônica dos assuntos mundiais (KUZNETSOVA, 2018). Outro ponto é que o canal RT en Español contribui para ações de resistência às narrativas hegemônicas (mostradas pela mídia tradicional). Para seus colaboradores, o objetivo do canal RT é exibir narrativas dos excluídos e invisibilizados pela mídia hegemônica.

O estudo realizado constata que o canal RT en Español é classificado como uma mídia contra-hegemônica. O canal apresenta uma narrativa e ação prática de não alinhamento à ideologia hegemônica. Nesse sentido, o discurso construído pela mídia RT en Español, encontra-se nesse ordenamento. Observa-se uma posição crítica, questionadora e problematizadora das notícias vinculadas aos canais da parte hemisférica ocidental. O canal RT en Español edifica uma narrativa jornalística que também abrange um serviço de retrato significativo de si mesmo e do modo como observa o mundo, os outros e os eventos que são

pautados. Nesse caso, uma cobertura midiática que influi na forma como a Rússia processa os acontecimentos.

Os entendimentos de subordinação e sujeição dentro do ambiente comunicacional e de contra-hegemonia midiática revelam-se fundamentais para compreender o comportamento da RT en Español e os seus desdobramentos. O canal RT funciona numa lógica de resistência. Nesse ponto, vale a pena destacar o caráter reativo dos veículos midiáticos hegemônicos ocidentais, que, insatisfeitos com os enquadramentos contra-hegemônicos do canal RT en Español, decidiram, em fevereiro de 2022, bloquear o canal RT. Concomitantemente ao pensamento de Garcione (2019), conclui-se que a análise feita até aqui não deixa de estar permeada pelas percepções ideológicas do autor da pesquisa.

REFERÊNCIAS

ABREU, P. L. A. **Agências de Notícias do Sul Global: jornalismo, Estado e circulação da informação nas periferias do sistema-mundo**. 2018. Tese. (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

ALV. **AHÍ LES VA El País: cinco años de obsesión con “los medios rusos” (y los que faltan)**. ALV, 2022. 1 vídeo (9 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=pJQ0pCB9ryY>. Acesso 03 jul. 2022.

ALV. **AHÍ LES VA ¡Más bloqueo, por favor! Deutsche Welle (DW) y su obsesión con los medios rusos**. ALV, 2022. 1 vídeo (12 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=GgqVAlfOips>. Acesso 03 jul. 2022.

BRAVO, G. P.; OLIVEIRA, T. S. O partido midiático: imprensa e construção da hegemonia no pensamento de Antonio Gramsci. **Seminário Internacional Teoria Política do Socialismo**, São Paulo, 2009.

BOLAÑO, C. O conflito de Donbas: imperialismo e guerra de informação. Desafios à economia política da comunicação e da cultura. **Conselho Latino Americano de Ciências Sociais**, Buenos Aires, 2022.

BOND, S. Facebook and TikTok block Russian state media in Europe. **NPR**, Washington, 1970, 28 fev. 2022. Disponível em: <https://www.npr.org/2022/02/28/1083633239/facebook-and-tiktok-block-russian-state-media-in-europe>. Acesso em: 29 maio 2022.

BOYD-BARRETT, O. Media imperialism reformulated. In: THUSSU, D. K. (org). **Electronic empires: global media and local resistance**. London: Arnold, 1998. p. 157-174.

BOYD-BARRETT, O; RANTANEN, T. News agencies as news sources: a reevaluation. In: PATERSON, C.; SRENBERNY, A. (org). **International news in the twenty-first century**. Eastleigh: John Libbey, 2004. p. 31-46.

BRIGGS, A. BURKE, P. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet**. 2.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

BRIGGS, C. L. **Anthropology, interviewing, and communicability in contemporary society**. *Current Anthropology*, vol. 48, n. 4, p. 551-561, 2007.

BUZATO, M. E. K. Cultura digital e apropriação ascendente: apontamentos para uma educação 2.0. **Educação em Revista**, Belo Horizonte, v. 26, n. 03, p. 283-304, 2010.

CARRAGEE, K. M.; ROEFS, W. The neglect of power in recent framing research. **Journal of communication**, v. 54, n. 2, p. 214-233, 2004.

CASTELLS, M. **A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHEMMEMCHERI, S. R. Subaltern struggles and the global media in Koodankulam and Kashmir. South Asia: **Journal of South Asian Studies**, v. 38, p. 187-199, 2015.

CHMIELEWSSK, D. Roku is removing RT from the Roku Channel Store in Europe - source. **REUTERS**, Londres, 01 mar. 2022. Disponível em: <https://www.reuters.com/business/media-telecom/roku-is-removing-rt-roku-channel-store-europe-source-2022-03-01/>. Acesso em: 29 maio 2022.

COHEN, B. C. **The press and foreign policy**. Princeton: Princeton University Press, 1963.

COMNEWS. Outra TV. **COMNEWS**, Moscou, 19 set. 2012. Disponível em: <https://www.comnews.ru/content/67949>. Acesso em: 27 maio 2022.

COTTLE, S. **Global crisis reporting: journalism in the global age**. Berkshire: Open University Press, 2009.

COUTINHO, C. N.; TEIXEIRA, A. P. **Ler Gramsci, entender a realidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

COUTINHO, E. G. **A comunicação do oprimido e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Mórula, 2014.

DAVE, P. Google blocks RT, other Russian channels from earning ad dollars. **REUTERS**, Londres, 26 fev. 2022. Disponível em: <https://www.reuters.com/article/ukraine-crisis-youtube-idCAKBN2KV0XR>. Acesso em: 29 maio 2022.

DE MORAIS SQUIRRA, S. C.; ESPERIDIÃO, M. A hegemonia norte-americana nas agências internacionais de notícias audiovisuais: Evidências na cobertura jornalística da catástrofe do Haiti. **Comunicação & Sociedade**, São Paulo, 2012, v. 34, n. 1, p. 83-108.

DE ROCCHI, D. Sputnik news e o Discurso Contrahegemônico Russo. **Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, Rio Grande do Sul, 2017.

DORE, R.; DE SOUZA, H. G. Gramsci nunca mencionou o conceito de contra-hegemonia. **Caderno de Pesquisa**, Minas Gerais, 2018.

DOS SANTOS, I. E. A cobertura do programa; Ahí les Va! acerca da posse do presidente Joe Biden em janeiro de 2021. **Fórum Universitário Mercosul**, João Pessoa, 2022.

ELSWAH, M.; HOWARD, P. N. "Anything that causes chaos": The organizational behavior of Russia Today (RT). **Journal of Communication**, v. 70, n. 5, p. 623-645, 2020.

ENTMAN, R. Framing: Toward a clarification of a fractured paradigm. **Journal of Communication**, [S. l.], v. 43, n. 3, p. 51-58, 1993.

ERLANGER, S. Russia's RT Network: Is It More BBC or KGB?. **The New York Times**, 8 mar. 2017. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2017/03/08/world/europe/russias-rt-network-is-it-more-bbc-or-kgb.html>. Acesso em 25 jun. 2022.

ESPERIDIÃO, M. **Gigantes do telejornalismo mundial: mutações editoriais e tecnológicas das agências internacionais de notícias**. 2011. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2011.

EUROPE, Google. **Due to the ongoing war in Ukraine, we're blocking YouTube channels connected to RT and Sputnik across Europe, effective immediately. It'll take time for our systems to fully ramp up. Our teams continue to monitor the situation around the clock to take swift action.** Bruxelas, 01 mar. 2022. Twitter: googleeurope. Disponível em: <https://twitter.com/googleeurope/status/1498572529409179648>. Acesso em: 29 de maio de 2022.

FONTES, P. A interdisciplinaridade nos estudos das Relações Internacionais: a contribuição da Comunicação Social aos estudos sobre mídia e política externa. **Monções: Revista de Relações Internacionais da UFGD**, v. 6, n. 12, p. 443-468, 2017.

GARGIONI, A. A. P. **A performatização de identidades por vlogueiros indígenas no youtube.** 2019. Tese. (Doutorado em Linguística) - Programa de Pós-Graduação em Linguística Aplicada, UNICAMP, São Paulo, 2019.

GILBOA, Eytan. Media and conflict resolution: a framework for analysis. **Marq. L. Rev.**, v. 93, p. 87, 2009.

GUIMARÃES, C. C. **Jornalismo e luta de classes: desvendando a ideologia do modelo informativo na busca da contra-hegemonia.** Tese apresentada à Escola de Serviço Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <http://www.capes.gov.br/images/stories/download/pct/2016/Mencoes-Honrosas/Ser-vico-Social-Catia-Correa-Guimaraes.PDF>. Acesso em: 01 mai. 2012.

GRAMSCI, A. Os jornais e os operários. **Marxists Internet Archive**, p. 1961-1981, 2005. Disponível em: <http://www.marxists.org/portugues/gramsci/1916/mes/jornais.htm>. Acesso em: 01 jun. 2022.

GRAMSCI, A. **Cadernos do cárcere: Maquiavel, notas sobre o estado e a política.** 4. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007.

GRAMSCI, A. Hegemonia, Guerra de Movimento, Guerra de Posição. In: COUTINHO, C. N. (org.). **O Leitor de Gramsci: escritos escolhidos 1916-1935.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

GRUPPI, L. **O conceito de hegemonia em Gramsci.** Rio de Janeiro: Graal, 1978.

HELD, D.; MCGREW, A. **Prós e contras da globalização.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

ICA. "Assessing Russian Activities and Intentions in Recent US Elections": The Analytic Process and Cyber Incident Attribution. **Intelligence Community Assessment.** 06 jan. 2017. Disponível em: https://www.dni.gov/files/documents/ICA_2017_01.pdf. Acesso em: 15 jun. 2022.

IOFFE, J. What is Russia Today? The Kremlin's propaganda outlet has an identity crisis. **Columbia Journalism**, Nova York, 01 out. 2010. Disponível em: www.cjr.org/feature/what_is_russia_today.ph. Acesso em: 01 jun. 2022.

JESUS, D. S. V. O mundo na primeira página: mídia, política externa e diplomacia. **Comunicação & Sociedade**, São Paulo, v. 37, n. 2, p. 131 - 157, 2015.

JUAN RAMÓN RALLO. **Por qué no deberíamos censurar a RT y Sputnik**. RALLO: JUAN RAMÓN, 2022. 1 vídeo (15 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gdESDcGqCGY>. Acesso 03 jul. 2022.

LEAL, P. M. V. Jornalismo político brasileiro e a análise do enquadramento noticioso. **Revista Compolítica**, Rio de Janeiro, 2007.

KELLNER, D. **A cultura da mídia**. São Paulo: EDUSC, 2001.

KIVIKURU, U. From State Socialism to Deregulation. *In*: BOYD-BARRETT, O.; RANTANEN, T. (org.). **The Globalization of News**. Londres: SAGE, 1998. p.137-153.

KRANZBERG, M. Technology and History: "Kranzberg's Laws". **Technology and Culture**, 27(3), p. 544-560, 1986.

KRASNER, S. D. "Compromising Westphalia". *In*: HELD, D. (org.). **International security** 2000.

KUZNETSOVA, E. **Framing and counter-framing in world politics: the case study of Russian International Broadcasting, RT**. 2018. Tese. (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação. University of London. Londres, 2018.

LATOOUR, B. **Reagregando o Social: uma introdução à Teoria do Ator-Rede**. Salvador: Edufba, 2012.

LI, X.; CHITTY, N. Reframing national image: A methodological framework. **Conflict & Communication**, v. 8, n. 2, 2009.

LOPES, S. A. Colonialidades da comunicação. *In*: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. **Enciclopédia Intercom de Comunicação**. São Paulo, 2010. p. 228-229.

MALERBA, J. P. Catarse E Contra-Hegemonia: Contribuições Teóricas Gramscianas Para A Comunicação Comunitária - Catharsis and Counter-Hegemony: Contributions Theoretical Gramscian for Community Communication - . **Razón y Palabra**, v. 18, n. 186, p. 138-155, 2014.

MARINUCCI, R. B. Relações Internacionais e mídia. **Universitas: Relações Internacionais**, Brasília, v.6, no.1, 2008: 43-52. Disponível em: <http://www.publicacoesacademicas.uniceub.br/index.php/relacoesinternacionais/article/view/File>>. Acesso em: 01 jun. 2022.

MATTELART, A. **Comunicação-mundo: História das ideias e das estratégias**. Petrópolis: Vozes, 1994.

MAYRINK, M.F.; BAPTISTA, L. M.T.R. Entrevista a Vani Moreira Kenski. **Caracol**, São Paulo, n. 13, jan./jun. 2017. Entrevista. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/caracol/article/view/123433>. Acesso em: 01 abril 2022.

MELO, J. M. **História social da imprensa: fatores sociais que retardaram a implantação da imprensa no Brasil**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

MONTANINI, M. M. A mídia como ator internacional: os casos do Jogo da Paz 2004 e da Copa do Mundo 2014. **Revista de Iniciação Científica em Relações Internacionais**, v. 5, n. 10, p. 1-19, 2018.

MORAES, D. A hegemonia das corporações de mídia no capitalismo global. Niterói: Universidade Federal Fluminense. 2000. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/moraes-denis-hegemonia.html> . Acesso em: 01 jun. 2022.

MORAES, D. Comunicação, Hegemonia e Contra-Hegemonia: a contribuição teórica de Gramsci. In: **Revista Debates**, Porto Alegre, 2010, v.4, n.1, p.54-77.

NAVEH, C. The Role of the Media in Foreign Policy Decision-Making: A Theoretical Framework. **Conflict & Communication Online**, v. 1, n. 2, 2002, p. 1 - 13. Disponível em: <https://universityofleeds.github.io/philtaylorpapers/pmt/exhibits/801/naveh.pdf>. Acesso em: 24 abril 2022.

NAZARETH, Alfred. **¿Y la libertad de prensa y de expresión? Otro de los grandes mitos que Occidente deja caer en pleno siglo XXI. Toda nuestra solidaridad con los trabajadores y trabajadoras de @ActualidadRT y @SputnikMindo. La censura de la U.E entorpece pero no logrará callar la verdad.** Caracas, 27, fev. 2022. Twitter: @Luchaalma. Disponível em: https://twitter.com/luchaalmada/status/1498073734418247681?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwterm%5E1498073734418247681%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Factualidad.rt.com%2Factualidad%2F421775-libertad-prensa-expresion. Acesso em: 29 maio 2022.

NEGRÃO, J. J. O. **O jornalismo e a construção da hegemonia.** 2005. Tese. (Doutorado em Ciências Sociais) - Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais. Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2005.

NEVEU, É. **Sociologia do jornalismo.** São Paulo: Loyola, 2006.

NOGUEIRA, S. Reflexões sobre o papel da mídia na construção do nationess: os casos da Telesur e da Al-Jazeera. **Carta Internacional**, v. 7, n. 2, p. 127-148, 2012.

NYE, J. Soft Power. **Foreign Policy**, n.80, Twentieth Anniversary. Autumn, 1990, p.153–171.

NYE, J.; OWENS, W. A. America's Information Edge. **Foreign Affairs**, p.20-36, 1996. Disponível em: <https://www.foreignaffairs.com/articles/united-states/1996-03-01/americas-information-edge>. Acesso em: 22 abril. 2022.

OLIVEIRA, D. O jornalismo alternativo na contemporaneidade. **Revista Alterjor**; São Paulo, v. 1, n. 1, p. 5-9, 2012.

OLIVEIRA, R. S. **A mídia como ator emergente das relações internacionais: seu protagonismo no uso do soft power frente aos desafios das mudanças climáticas.** 2010. Tese. (Doutorado em Direito) - Programa de Pós-Graduação em Direito. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2010.

ORLIKOWSKI, W. Using technology and constituting structures: a practice lens for studying technology in organizations. **Organization Science**, v. 11, n. 4, p. 404-428, 2000.

PAIVA, R. Contra-mídia-hegemônica. In: COUTINHO, E. G. (Org.). **Comunicação e contra-hegemonia**: Processos culturais e comunicacionais de contestação, pressão e resistência, Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.

RT EN ESPAÑOL . Quieren meter en campamentos a todos los que no piensan igual": los puntos clave de la inédita campaña contra RT. **Actualidad En Español**, Moscou, 01 mar. 2022. Disponível em: <https://actualidad.rt.com/actualidad/422008-puntos-clave-campana-inedita-rt>. Acesso em: 29 de maio de 2022

RT EN ESPAÑOL. Quienes Somos. **Actualidad En Español**, Moscou, 03 jul. 2022. Disponível em: https://actualidad.rt.com/acerca/quienes_somos. Acesso: 27 maio 2022.

RT EN ESPAÑOL."¿Y la libertad de prensa y de expresión?": periodistas se solidarizan con RT y Sputnik tras la propuesta de la UE de prohibir su emisión. **Actualidad En Español**, Moscou, 28 fev. 2022. Disponível em: <https://actualidad.rt.com/actualidad/421775-libertad-prensa-expresion>. Acesso 30 maio 2022.

SASSEN, S. **Perdiendo el control? La soberania en la era de la globalización**. Barcelona: Edicions Bellaterra, 2001.

SCHEUFELE, D.A. Framing as a theory of media effects. **Journal of Communication**, New York, v. 49, n. 1, p. 103-122, mar. 1999.

SEGABINAZZI, T; MAZZARINO, J. M. Narrativas Midiáticas Contra-Hegemônicas: Midiativismo e Jornalismo Independente como condição de Visibilidade. **NARRATIVAS MIDIÁTICAS**, 2019 v. 96820, p. 98.

SMITH, B. Digital technology and the war in Ukraine. **MICROSOFT**, 28 fev. 2022. Disponível em: <https://blogs.microsoft.com/on-the-issues/2022/02/28/ukraine-russia-digital-war-cyberattacks>. Acesso em 14 jun. 2022.

SOUZA, R. B. R. Jornalismo, hegemonia e produção de sentido: a maquinaria informacional em estudo. **Comunicação & Informação**, Goiás, v. 24, 2021. DOI: 10.5216/ci.v24.65930. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/ci/article/view/65930>. Acesso em: 24 abr. 2022.

TEAM, OUDYSEE. **We've been asked to remove RT from Odysee. We don't care about politics, and being a platform means we have to be a platform. Whether it's CNN, Fox, RT, etc. It all has its place on Odysee.** Twitter: @Oudyseeteam. 28 fev. 2022. Disponível em: <https://twitter.com/OdyseeTeam/status/1498353815736573952>. Acesso em: 29 maio 2022.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**. Petrópolis: vozes, 1998.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade. uma teoria social da mídia**. Rio de Janeiro: Vozes, 2011.

TRAQUINA, N. **Porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2005.

EUROPE, Google. **Due to the ongoing war in Ukraine, we're blocking YouTube channels connected to RT and Sputnik across Europe, effective immediately. It'll take time for our systems to fully ramp up. Our teams continue to monitor the situation around the clock to take swift action.** 01 mar. 2022. Twitter: @googleeurope. Disponível em: <https://twitter.com/googleeurope/status/1498572529409179648>. Acesso em: 21 maio 2022.

YABLOKOV, I. Conspiracy theories as a Russian public diplomacy tool: The case of Russia Today (RT). *Politics*, v. 35, n. 3-4, p. 301-315, 2015.

WILLIAMS, R. **“Hegemonía”, en *Marxismo y Literatura***. Buenos Aires: Manantial, 1997.