



## **A possibilidade mediadora do Portal Vermelho a partir da análise das editorias de Economia e Cultura<sup>1</sup>**

Beatrice Vergili da COSTA<sup>2</sup>

Carlos Alberto ZANOTTI<sup>3</sup>

Pontifícia Universidade Católica de Campinas, SP

### **RESUMO**

As novas tecnologias, em especial a Internet, provocam mudanças na indústria de comunicação, afetando diretamente o setor jornalístico. O processo de melhoria na rede mundial de computadores favorece a velocidade da transmissão de dados, reduzindo custos e facilitando a produção da notícia. Assim, agentes sociais que não trabalham diretamente no meio jornalístico têm a possibilidade de criar espaços de divulgação política, social ou comercial com características mediadoras, como é o caso do Portal Vermelho, um site conveniado com o PCdoB. Uma vez que a capacidade de mediação foi fator preponderante para a legitimação da imprensa, discute-se no presente trabalho se tecnoatores estão conseguindo se inserir num cenário em que antes atuava exclusivamente a indústria de comunicação.

**PALAVRAS-CHAVE:** Tecnologias; mediação; Portal Vermelho; tecnoatores.

### **INTRODUÇÃO: ATUAÇÃO, MEDIAÇÃO E AS NOVAS TECNOLOGIAS**

Desde o início da modernidade, com o ambiente fundado pela esfera pública burguesa, uma nova cultura política se desenvolve, a fim de que grupos passem a atuar (e lutar) pela sociedade que desejam. Ao permitir que as pessoas emitam juízo de valor e críticas a respeito da realidade social que enfrentam, o período moderno inaugura a formação de mentalidades com posicionamentos mais ativos e, conseqüentemente, fomenta a união daqueles que partilhavam das mesmas ideias.

A partir desse momento, atuar dentro da vida coletiva tornou-se uma forma consolidada na busca de um projeto de sociedade que atenda aos desejos do maior número de pessoas possível, o que resulta na formação de grupos com interesses

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Intercom Júnior, na Divisão Temática Comunicação Multimídia, do XVII de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 28 a 30 de junho de 2012.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do 5º semestre de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo – da Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas), email: [biaa91@gmail.com](mailto:biaa91@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor e pesquisador da Faculdade de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas), email: [zanotti@sti.com.br](mailto:zanotti@sti.com.br)



comuns (CORTEZ, 2006). Todos os grupos necessitam de um espaço de interação para desenvolver sua capacidade de atuação e, conseqüentemente, atingir os objetivos preestabelecidos. É dentro desses espaços que ocorre o diálogo, a organização de ideias, a exposição de conflitos e o fortalecimento da existência coletiva. Nos dias atuais, a coletividade está organizada em partidos, religiões, sindicatos, ONGs, etc. A partir do momento em que grupos como estes se encontram articulados e fortalecidos internamente, faz-se necessário obter um espaço mais amplo, externo a ele, para defender suas ideias, verdades e ideologias e, conquistando adeptos, fortalecer-se. É neste momento que a mera atuação passa a ser mediação e que o espaço de mediação se estabelece, revalorizando a comunicação que era desprezada em nome de um posicionamento radical em que identidades e ideologias eram bem marcadas e definidas.

Os espaços de mediação emergem de uma necessidade da própria organização social humana e sua presença se intensifica conforme os grupos vão se aproximando do que hoje entendemos por sociedade. Eles estão presentes em praticamente todos os períodos da história humana, sempre de acordo com as tradições e recursos da época, para permitir que existam atores dentro dos grupos humanos. É dentro desse espaço, seja ele correspondente à Ágora grega ou à praça da era moderna, que os atores podem discutir a sociedade e lutar por seus ideais. Aqui, cabe lembrar que o espaço mediador não é neutro ou igualitário e, por isso, há grupos que controlam o espaço por longo tempo (como no caso da mídia) e grupos que ficam excluídos ou acabam ignorados pelo próprio espaço. Para assegurar esse espaço por um longo tempo, os novos atores, ou tecnoatores, precisam desenvolver estratégias de comunicação que satisfaçam suas pretensões políticas sem impedir que os temas de interesse interno cheguem a um público mais amplo e exponham suas ideias à contradição e ao diálogo social.

A comunicação pode ser entendida como princípio fundamental à materialização do conceito de mediação e exerce um enorme poder social. Essa afirmação pode ser comprovada quando levado em conta que censurar e tomar o controle dos meios de comunicação de massa é uma das primeiras ações de governos totalitários, para evitar discursos dissonantes. É através da comunicação (e seus meios) que os grupos sociais podem construir espaços que superem os limites impostos por grupos dominantes. Com o advento da tecnologia, abre-se uma possibilidade de fragmentação do espaço mediador; são muitos os grupos que se propõem a atuar como mediadores da informação – matéria-prima da comunicação – na sociedade (HARVEY, 1992).



Para pensar a mediação e o espaço mediador contemporâneo, é preciso pensar nas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) – em especial na Internet – que romperam com a ideia de espaços mediadores geográficos e instauraram a tecnosfera. O desenvolvimento tecnológico possui estreita relação com o processo de comunicação, pois lhe oferece suportes que permitem novas formas de produção, circulação e recepção de produtos simbólicos. Na tecnosfera, ambiente técnico que abriga o espaço mediador, suporta-se as variações de temperatura, movimento e umidade dos climas terrestres e, assim, ela pode se difundir em todas as regiões do planeta (CORTEZ,2006, p.27).

A Internet tem sua origem nos Estados Unidos a partir de experiências militares realizadas na década de 1960. É nesse mesmo período que há a disseminação do uso civil dos computadores, já existentes desde 1945, quando apenas alguns visionários poderiam prever o movimento de virtualização da informação e da comunicação que afetou profundamente os dados elementares da vida social (LÉVY, 1999). No momento da Guerra Fria, o governo americano necessitava de um dispositivo de comunicação que pudesse resistir a um ataque nuclear soviético e financiou uma equipe de engenheiros e programadores de computador para desenvolver essa tecnologia, hoje chamada Internet, que permitisse a transferência de informações através da rede de computadores - Arpanet (CASTELLS,2003). A partir daí surgem cada vez mais grupos interessados em investir e desenvolver essa nova tecnologia, o que resulta em diversas mudanças ao longo do tempo. Durante a década de 1990, mais uma revolução: a Internet começa a alcançar a população em geral. Tim Bernes-Lee, um engenheiro britânico, desenvolve a World Wide Web, uma plataforma que possibilita a criação de sites com visuais mais sedutores e dinâmicos, resultando num aumento do número de usuários em ritmo acelerado. Hoje são várias as possibilidades de navegadores (browsers) e provedores de websites, que multiplicaram os canais de expressão, ampliando o espaço de produção e circulação através de informações culturais e reconfigurando os circuitos de crítica e mediação (ALMEIDA, 2009).

Levar em conta as transformações que ocorrem na sociedade a partir das inovações tecnológicas implica em reconhecer que a lógica de atuação sofreu mudanças significativas; o comprometimento dos atores sociais foi abalado porque a interação existencial não mais define as ações humanas. Essas novas tecnologias transformaram a identidade dos atores sociais e, conseqüentemente, provocaram mudanças no espaço de mediação. Se até pouco tempo a imprensa colocava-se como único espaço mediador da



sociedade, hoje os blogs, portais e redes sociais desenvolvidos por grupos heterogêneos aparecem para impedir que isso continue ocorrendo. Hoje a sociedade é multimidiática, ou seja, vive em meio à convergência de mídias e representações da realidade. Muitas das relações sociais já ocorrem no ambiente virtual, suportadas pelas TICs, o que resulta em novos sujeitos. Vivendo numa sociedade fragmentada, descontínua e em constante transformação, o “eu” do século XXI assume identidades diferentes a cada momento, sem que nenhuma coerência entre elas seja necessária (HALL, 1998, p.13). Com isso, as diferentes interpretações da realidade são valorizadas, pois possibilitam suprir essa multiplicidade.

A ideia das identidades fragmentadas do sujeito contemporâneo, somada ao advento da Internet, motivou vários grupos a investir num rompimento do espaço de mediação já consolidado – a mídia. Esses atores, fortes ou fracos, apoiam-se nas novas tecnologias para estabelecer a interlocução com as diferentes identidades, de modo que, aparentemente, podem agora expor seus atos e discursos. Em resumo, a fragmentação do sujeito contemporâneo, aliada às novas tecnologias, resultou na possibilidade de fragmentação do espaço mediador da coletividade. A partir de agora, são vários os grupos sociais que podem criar espaços de discussões que lhes interessam e motivam, como ONGs ambientalistas, sindicatos ou partidos políticos, caso estudado no presente trabalho.

A partir de todos os conceitos e teorias aqui discutidos, o objetivo desta pesquisa é identificar aspectos que caracterizem o Portal Vermelho enquanto espaço de mediação, ou seja, perceber as características que fazem do portal um espaço de divulgação e propagação de representações que dialogam com a realidade social. O Portal Vermelho foi eleito o objeto de pesquisa por ser conveniado a um partido político (PCdoB), configurando-se num technoator, condição que perpassa os conceitos de cidadão, consumidor, eleitor e todos aqueles que buscam seus direitos particulares. Através da pesquisa e leitura bibliográfica, os conceitos pertinentes ao desenvolvimento da pesquisa foram estudados e, concomitantemente, a amostragem das editorias de Economia e Cultura foi colhida. Após a leitura e o fichamento das principais obras, deu-se início, através da técnica de observação direta, à análise do conteúdo do site: todas as publicações das semanas de 22 a 28 de agosto de 2011; e de 20 a 26 de novembro de 2011 foram tabeladas, num total de 129 notícias. As seguintes categorias de análise foram constituídas: o número de notícias por dia e editoria; as fontes de informação



utilizadas; a quantidade de informações produzidas pela Redação Vermelho; e os conteúdos reproduzidos de outros portais.

Atualmente, a análise de conteúdo (AC) é um dos métodos mais utilizados em pesquisas empíricas das ciências humanas e sociais. Segundo a definição de Bardin (1979), a metodologia abrange etapas de explicitação, sistematização e expressão do conteúdo de mensagens, as quais são o ponto de partida da AC, pois toda mensagem possui um significado e um sentido. Ou seja, a análise de conteúdo é:

Um conjunto de técnicas de análise de comunicação visando a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção destas mensagens (BARDIN, 2002, p.42).

O berço de seu surgimento foi nos Estados Unidos, há mais de cem anos, quando um instrumento de análise específico dos processos comunicacionais fazia-se necessário. Embora a análise de conteúdo tenha servido a diversos campos do conhecimento humano (como a linguística, a psicologia, a história etc.) seu *status* enquanto método de pesquisa sofreu altos e baixos ao longo de diversos períodos da história. Durante a Segunda Guerra Mundial, por exemplo, ampliaram-se os estudos acerca da análise de conteúdo, objetivando desvendar a propaganda nazista presente na comunicação. Na década de 1970, por sua vez, o método perde importância, pois os pesquisadores marxistas defendiam que sua origem positivista não permitia uma aproximação crítico-ideológica com os meios de comunicação de massa (BARROS e DUARTE, 2008). A partir de 1990, a World Wide Web (www) permite acesso online ao conteúdo jornalístico (comunicação) e o interesse pelas técnicas de análise de conteúdo é renovado e continua sendo amplamente utilizado até os dias de hoje, pois os computadores e a Internet permitem um estudo mais detalhado dos textos, possibilitando melhor mensuração dos mesmos.

Ao longo da história de sua utilização, surgiram discussões sobre as diferenças da análise de conteúdo quando a abordagem quantitativa ou a qualitativa são enfatizadas nas pesquisas, ainda que a maioria dos estudos utilize ambas. Na análise quantitativa, o referencial é a frequência com que surgem certas características do conteúdo, enquanto na análise qualitativa é a presença/ausência de uma característica do conteúdo que é levada em consideração.



O processo de análise de conteúdo divide-se em três fases. A primeira delas é a pré-análise, uma das mais importantes, que consiste num período de programação e organização de documentos, hipóteses e objetivos a serem desenvolvidos na pesquisa, além de estabelecer contato com os textos e mensagens a serem analisados. A segunda consiste na exploração do material levantado, aprofundando o que foi previamente estabelecido na pré-análise. A última fase é a de interpretar os resultados obtidos, quando se permite fazer inferências e descobertas a partir das informações obtidas e sistematizadas (FRANCO, 2005).

Na pesquisa em questão, o período de pré-análise incorporou o levantamento de dados, a pesquisa e leitura bibliográfica e a hipótese de que, sendo o Portal Vermelho conveniado a um partido político, o mesmo estaria sempre representado, de alguma forma, no conteúdo colocado na Internet. A exploração do material e a interpretação passaram pela categorização do objeto de análise, que se preocupou em responder, dentro da definição das seis categorias de Laswell (Quem fala? Para dizer o que? A quem? De que modo? Com qual finalidade? Com que resultados?) a pergunta “quem fala?”, investigando o emissor da mensagem para determinar suas características e perceber se ele interfere diretamente no conteúdo do portal.

## **1. O PORTAL VERMELHO**

O *Vermelho* é um portal de notícias mantido pela Associação *Vermelho* em convênio com o Partido Comunista do Brasil (PCdoB). Foi criado em 2002, data em que também foi lançado o Manifesto Vermelho. Conforme informado no portal, a receita que o financia é inteiramente assegurada por meio de doações. Não há espaço destinado à publicidade dentro de todo o portal; apenas alguns quadros com informações do PCdoB e CTB (Central dos Trabalhadores e Trabalhadoras do Brasil). O Manifesto Vermelho, uma carta aberta aos internautas, é a inspiração para a criação do portal e está dividido em quatro partes: proclamação de compromissos, ponto de vista brasileiro, conteúdo e chamamento ao trabalho militante. Ele conta com um pequeno texto de abertura, que resume a intenção do portal e o motivo de sua existência:

Toda noite tem aurora. E toda aurora tem seus galos, clarinando no escuro o dia por nascer. A ambição do portal *Vermelho* é ser um galo assim na internet. Contribuir para dissipar a treva neoliberal. Trabalhar para que venha logo a alvorada dos



trabalhadores e povos da terra. (MANIFESTO VERMELHO, 2002)

O texto Manifesto Vermelho torna-se fundamental para o objetivo desta pesquisa. Nele estão contidas informações valiosas a respeito do porque e o que pretende o portal estudado. Uma dura crítica ao capitalismo está ali inserida; na visão dos autores, o planeta está imerso na crise e na guerra, ameaçado pelo “livre comércio” e pelo imperialismo norte-americano, que difunde a concentração de riqueza, a crise e o desemprego e o lixo cultural (MANIFESTO VERMELHO, 2002). Eles defendem que a Internet é, ao mesmo tempo, um fiel espelho dessa realidade e uma ferramenta capaz de transformá-la.

A própria Internet é igualmente um cenário de luta por outra realidade, por um mundo novo, um novo Brasil. E um cenário para um público de milhões, que permite a comunicação de massas a preço relativamente desprezível, em tempo real e escala planetária, com texto, som, imagem, movimento, interatividade (MANIFESTO VERMELHO, 2002).

O portal apresenta-se conforme a figura abaixo. Sua página inicial (home) conta com textos curtos, poucas imagens e algumas ferramentas de interação. Está dividido em nove editorias: Estados, Brasil, Mídia, Mundo, América Latina, Cultura, Geral, Movimentos e Economia. Chama a atenção o fato de não existir uma editoria específica para Política, como nos portais jornalísticos da Folha de S. Paulo e do jornal O Estado de S. Paulo. Isso confirma o que é afirmado no Manifesto Vermelho: o nexos da infinidade temática proposta é político, ou seja, todo o conteúdo do site é pautado a partir da política. Outras duas características merecem atenção especial: a cor vermelha e o slogan do portal. A cor é um elemento importante em qualquer processo de comunicação, pois é um componente que interfere e influencia os sentidos humanos. No caso específico da cor vermelha, há ligação direta com vitalidade e intensidade, já que é uma cor quente e sem limites, que age no interior dos indivíduos (KANDINSKY, 2000). O vermelho é utilizado por diversos partidos políticos brasileiros, essencialmente de esquerda, como no caso do próprio PCdoB. Isso pode estar associado à utilização dessa cor pela esquerda revolucionária ao longo da história mundial, que lembrava os desafios a serem enfrentados e simbolizava o sangue vertido em lutas. O segundo aspecto importante é o slogan do portal - “A esquerda bem informada” – que permite



fazer duas inferências: o conteúdo do site é oferecido e deve atender às expectativas de leitores que se identificam com a esquerda e deverá ser suficiente para deixá-los bem informados, o que pressupõe que o portal seja atualizado regularmente e trabalhe com conteúdo informativo que permita ao leitor formar opiniões próprias.



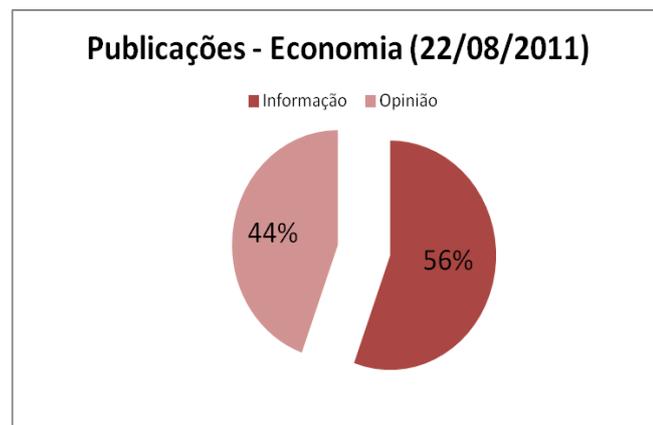
Layout do Portal Vermelho

O portal está estruturado da seguinte forma: José Reinaldo de Carvalho, Secretário de Comunicação do PCdoB, é o editor; o jornalista Umberto Martins é editor-adjunto; a Redação Vermelho é composta por nove jornalistas e a TV Vermelho conta com mais dois jornalistas. Ele é atualizado diariamente por essa equipe e possui editorial, espaço onde divulga abertamente e de forma mais intensa a ideologia que possui, tratando de temas que foram noticiados. O principal aspecto que torna apropriado o estudo do Portal Vermelho, como já dito, é o fato deste ser conveniado ao PCdoB, “O partido do socialismo”. Fundado em 1922, o Partido Comunista do Brasil é um dos mais antigos partidos da esquerda brasileira. Seu símbolo é formado por uma foice e um martelo, que materializam a aliança operário-camponesa na cor amarela, sobre fundo vermelho. Ao longo dos mais de 90 anos de história, o partido já viveu muitos períodos de cisão e reorganização, declarando-se aliado ao Partido dos Trabalhadores (PT) desde a formação de uma frente de esquerda que lançou Luís Inácio Lula da Silva à Presidência da República, em 1989, até os dias de hoje.

## 1.1 Amostragem e análise do conteúdo

Para possibilitar a discussão proposta, as publicações feitas nas editorias de Economia e Cultura durante duas semanas diferentes foram recolhidas, para servirem como amostragem. O conjunto em estudo totalizou 129 notícias. Na primeira semana, de 22 a 28 de agosto de 2011, foram 60 notícias publicadas, sendo 33 na editoria de Economia e 27 em Cultura. O segundo período da análise foi entre 20 e 26 de novembro de 2011, com 43 notícias de Economia e 26 de Cultura. Essas editorias foram escolhidas intencionalmente: Economia, porque é capaz de fornecer uma ampla gama de informações e está diretamente ligada à Política, seja dos próprios governantes ou até mesmo das próprias empresas, por ser um reflexo e agir diretamente na sociedade. E Cultura, por ser uma editoria que fornece um espaço, teoricamente mais livre, de expressão popular, do entendimento da sociedade enquanto tal e das relações humanas que se materializam em diversas formas de apresentação.

A partir daí, iniciou-se o período de análise das características do Portal Vermelho enquanto tecnoator no ciberespaço. De início e conforme era esperado, foi possível perceber que não há preocupação com a isenção perante os fatos; a informação que passa pela opinião de seus redatores está muito presente. Somente no primeiro dia de análise a editoria de Economia apresentou quatro artigos de opinião contra cinco notícias publicadas, o que traz uma proporção entre opinião e informação que não é convencional nos grandes portais de notícia, como ilustra o gráfico abaixo.



Levando-se em conta que o objeto analisado é conveniado com um partido da esquerda brasileira (PCdoB), a presença da ideologia na seleção de conteúdo já era



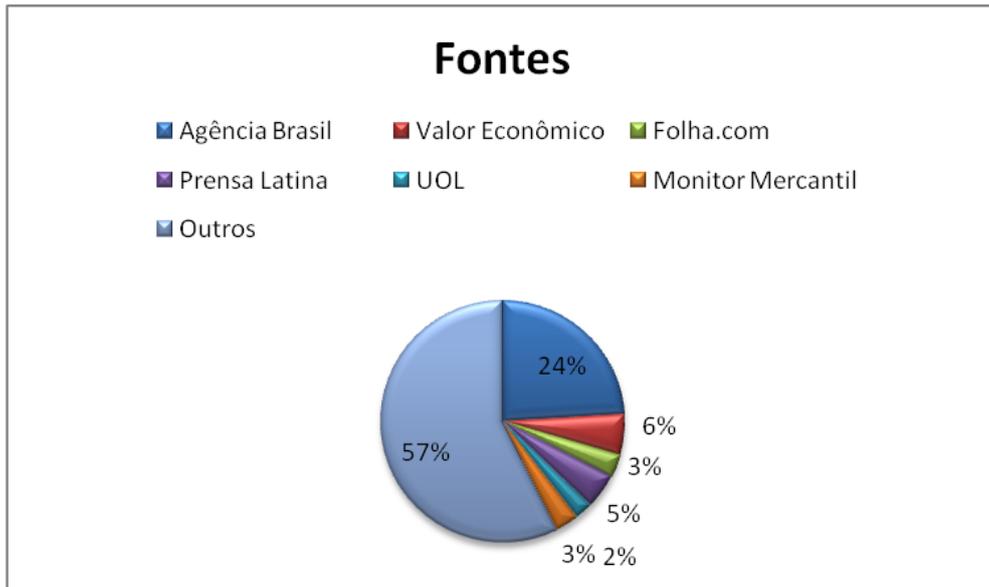
esperada e, em grande parte das publicações, pode ser comprovada, sendo um aspecto positivo à capacidade mediadora da informação. Algumas matérias que dificilmente seriam publicadas pela mídia tradicional ganham destaque na página inicial do portal, como análises de viés marxista da sociedade atual e exaltações a ações do PCdoB. Isso é muito importante para reforçar a atuação do Portal Vermelho enquanto espaço de mediação de uma comunidade que integra a defesa dessa ideologia.

Outra observação resultante da análise do corpus é a questão da produção efetiva pelo portal. Do ponto de vista da atualização, que é contínua no webjornalismo, o Portal Vermelho pode decepcionar seu leitor/internauta. Diferentemente de portais como a Folha.com, em que o conteúdo é atualizado a cada segundo, passam-se horas sem que as editorias analisadas (Economia e Cultura) sejam atualizadas. Há até mesmo dias em que nenhum conteúdo é postado nas editorias em questão, como ocorreu no sábado de 27 de agosto de 2011 na editoria de Economia. Isso aparece como um ponto negativo à capacidade de mediação do portal, pois muitas informações deixam de ser publicadas, dificultando a fidelização ou a conquista de leitores que são tão pretendidas pelos portais de notícia e demonstrando uma falta de compromisso com o espaço de mediação que possui. A partir disso, cabe discutir o conteúdo que é atualizado: a maior parte das publicações vem de fontes externas ao Portal Vermelho, como mostra o gráfico abaixo. A Redação Vermelho, aparentemente, está mais preocupada com a veiculação de artigos de opinião que criticam o capitalismo e tratam do trabalhador, uma vez que a interpretação do real por parte da mesma ocorrerá a partir do prisma da luta de classes. Vale dizer que todas as matérias reproduzidas foram confrontadas com as originais e nenhuma alteração foi encontrada. Somente as matérias que contam com informações de fontes externas – mas que são redigidas pela equipe do portal – apresentam alterações, geralmente de ordem opinativa. É característica do Vermelho inserir comentários e críticas de seus redatores após as matérias por eles elaboradas, mesmo nos casos em que há colaboração de agências de notícias, o que demonstra que o portal é utilizado, de fato, como suporte de ideias de um grupo com interesses e ideais comuns, ainda que a atualização de conteúdo necessite ser melhor desenvolvida. Para que haja atualização de um portal, é necessário haver conteúdo, que pode ser produzido por seus redatores – interpretando a realidade a partir de suas experiências e ideologias – ou reproduzindo a partir de fontes em que o grupo acredita. No portal, a relação produção/reprodução de conteúdo aparece na seguinte proporção:



Confrontando o conteúdo reproduzido e o caráter informativo/opinativo do portal, podem-se fazer duas inferências. Em primeiro lugar, é dentro destes 78% que está a maior parte do caráter informativo do portal, ou seja, é através da reprodução que o Vermelho divulga informações, pois o setor de produção dedica-se a apresentar a realidade segundo a ideologia do portal. Em segundo lugar, os dados mostram justamente que a produção ainda é pequena, pois corresponde apenas a 13% de todo o conteúdo verificado. Esse dado reinaugura a discussão sobre a capacidade de o Portal Vermelho atuar como mediador, pois essa grande reprodução de dados, de modo fiel às fontes, somada à pequena produção por parte de seus redatores indica uma subserviência ao modo pelo qual a mídia (“burguesa”) elabora seus relatos.

Em se tratando apenas do conteúdo reproduzido, pode-se perceber que há uma pluralidade, pois várias fontes são utilizadas pela Redação Vermelho, incluindo veículos da mídia tradicional – por eles também chamada de “mídia monopolista” e “usina de mentiras”. Ao pensar na mídia enquanto o mais legitimado espaço de mediação da contemporaneidade e tomando-a segundo Gramsci, que entende a mídia como um elemento onde se tem a concretização de uma vontade coletiva, o Portal Vermelho aproxima-se dela, pois trabalha com uma multiplicidade de vozes. Dentro disso, observa-se que a Agência Brasil, mantida pelo Governo Federal, é a fonte mais recorrente, conforme ilustra o gráfico.



A Agência Brasil está subordinada à EBC (Empresa Brasil de Comunicação), empresa esta que busca “unificar e gerir, sob controle social, as emissoras federais já existentes, instituindo o Sistema Público de Comunicação” (AGÊNCIA BRASIL,2007). Criada em outubro de 2007, no primeiro mandato de Luís Inácio Lula da Silva, após a realização do Fórum da TV Pública (que reuniu amplos setores da sociedade civil, com o apoio do então ministro Gilberto Gil), a EBC desejava um sistema público de comunicação que complementasse o sistema privado, conferindo-lhe mais pluralidade e assegurando espaços para os que não têm acesso às grandes redes (AGÊNCIA BRASIL). Hoje ela serve de fonte para diversos sites de notícias, até mesmo da esfera privada, tais como: UOL, Terra e Folha.com. Se levado em conta que o PCdoB (conveniado com o portal) faz parte da base de sustentação do governo da atual presidente, Dilma Rousseff (PT), e a Agência Brasil é um veículo de comunicação público, fica explicado o porquê de matérias e artigos que trazem críticas significativas ao governo brasileiro não encontrarem espaço de publicação dentro do portal analisado.

Em se tratando de um portal que propaga a ideologia marxista e parte do social para chegar ao individual, a análise da editoria de Economia certamente propiciou dados mais relevantes ao estudo. O Manifesto Vermelho contém algumas palavras que são características do discurso ideológico em questão. Essas palavras, com inclusão do termo “PCdoB” foram buscadas nas notícias e artigos publicados durante o período de análise, resultando na tabela abaixo.



<i><b>PALAVRA</b></i>	<i><b>FREQUÊNCIA</b></i>
CRISE	124
SOCIAL	66
TRABALHADOR	58
SOCIAL	66
CAPITAL	36
ESTADOS UNIDOS	36
DESEMPREGO	25
LUCRO	20
PARTIDO	14
LIVRE	12
SINDICATO	12
PCdoB	7

A palavra crise foi que a mais apareceu nas publicações estudadas. Ela esteve presente principalmente nas matérias que tratavam de criticar o sistema capitalista de forma explícita, reforçando a ideia de que é por causa dele que a crise se instaura nos países de todo o mundo. O desemprego é um dos temas mais recorrentes da editoria de Economia, passando justamente pelos trabalhadores, que são o público alvo da ideologia marxista por constituírem o proletariado que é explorado diariamente. Há pouca ou quase nenhuma menção ao partido conveniado (PCdoB), o que é positivo do ponto de vista da mediação: o PCdoB já possui um site institucional; o Portal Vermelho promete se apresentar como um espaço da ideologia marxista, o que é muito mais amplo e abrangente que a defesa de um partido político.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Quando confrontada com a grande mídia online, a produção do Portal Vermelho fica empobrecida, reduzindo seu potencial enquanto um espaço mediador. Na editoria de Economia, a maior parte das notícias publicadas não é produzida pela Redação Vermelho; e a seleção de conteúdo, feita a partir de outros veículos de comunicação, mostra que a preocupação do site é fornecer aos leitores algumas notícias sobre assuntos de cunho político, especialmente no que tange ao modelo capitalista de relações e abre espaço para a autoafirmação dos ideais defendidos pelo PCdoB. Já em Cultura, há uma participação mais efetiva da Redação Vermelho na produção de conteúdo. São diversos os vídeos e textos produzidos por colunistas e colaboradores do portal, que dificilmente



teriam espaço na mídia convencional, justamente por retraterem os males do capitalismo, reforçando a busca por uma identidade verdadeiramente nacional.

No que diz respeito à capacidade mediadora das informações nela publicadas, é preciso levar em conta quem é utilizado como fonte pelo portal. Se, de um lado, tem-se a utilização de grandes corporações da mídia tradicional, aparecem também conteúdos produzidos pela imprensa alternativa/ independente, que surgem justamente com as novas tecnologias de informação associadas aos novos cenários de liberdade de imprensa. Com isso, podemos dizer que o Vermelho apresenta, em alguns momentos, o conteúdo daquilo que seria um contradiscurso da mídia tradicional, implementando a contradição hegeliana na opinião pública, ao mesmo tempo em que também fornece espaço para o discurso da mídia tradicional. Nos poucos conteúdos que produz, há um viés ideológico de esquerda que atende aos desejos do grupo a que pertence, mas o portal não deixa de dialogar com a mídia tradicional, o que denota um esforço rumo a um debate público maior e, conseqüentemente, à sua transformação em um espaço de mediação.

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL. Disponível em < <http://agenciabrasil.ebc.com.br> >. Acesso: 10 março. 2012.

ALMEIDA, M. A.. **Informação, tecnologia e mediações culturais**. Perspect. ciênc. inf., 2009, vol.14, p.184-200.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Trad. Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 2002.

CASTELLS, M. **Sociedade em rede – A era da informação: economia, sociedade e Cultura**; v.1. 4ª Ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CORTEZ, Glauco. **As energias utópicas da mídia**. Tese de Doutorado, UNICAMP/IFHC: 2006.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Método e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

FRANCO, Maria Laura P. B. **Análise de conteúdo**. Brasília: Líber Livro, 2005.



HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1998.

HARVEY, David. **A condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 1992.

KANDINSKY, Wassily. **Do espiritual na arte**. Trad. Álvaro Cabral e Antônio de Pádua Danesi. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

LÉVY, P. **Cibercultura**. 2ª Ed. São Paulo: Editora 34, 2008.

\_\_\_\_\_. **O que é o virtual?** 1ª Ed. São Paulo: Editora 34, 1996.

PORTAL VERMELHO, **Manifesto vermelho**. Disponível em:  
<[http://www.vermelho.org.br/interna.php?pagina=manifesto\\_vermelho.htm](http://www.vermelho.org.br/interna.php?pagina=manifesto_vermelho.htm)> Acesso :  
15 de abril de 2012

PCdoB, **Quem é e o que quer o PCdoB**. Disponível em  
<[http://www.pcdob.org.br/texto.php?id\\_texto\\_fixo=4&id\\_secao=145](http://www.pcdob.org.br/texto.php?id_texto_fixo=4&id_secao=145)> Acesso: 14 de  
abril.2012.

PORTAL VERMELHO. Disponível em: <[http:// www.vermelho.org.br\\_](http://www.vermelho.org.br_)>. Acesso: 29 de  
abril.2012