



BREVES REFLEXÕES SOBRE JORNALISMO ALTERNATIVO

Dennis de Oliveira¹

Em entrevista concedida a revista Cult, o sociólogo polonês Zygmunt Bauman faz uma defesa enfática do “utopismo iconoclasta”. Segundo ele,

A linha mestra do projeto do utopismo iconoclasta é ter a intenção de desconstruir, desmistificar e, em última instância, desacreditar os valores da vida dominante e suas estratégias de tempo, através da demonstração de que, contrariamente às crenças atuais, em vez de assegurarem uma sociedade ou vida superior, constituem um obstáculo no caminho para ambas. Em outras palavras, o que eu proponho para descompactar o conceito de utopia iconoclasta, em primeiro lugar, é sobretudo a afirmação de uma possibilidade de uma outra realidade social – possibilidade ainda aterrada na revisão crítica dos meios e formas de apresentar a vida. (...) As utopias iconoclastas (...) são aberta ou tacitamente o caminho para uma sociedade superior, não se conduzem por meio de desenhos ou conselhos, mas sim por meio da reflexão crítica sobre práticas e crenças existentes de forma a (...) explicitar que uma coisa está faltando e assim inspirar a unidade para a sua criação e recuperação. (BAUMAN, 2009: 35-36)

A postura de uma reflexão permanentemente crítica dos processos em andamento só é possível a partir de uma reconfiguração do sujeito-cidadão que,

¹ Doutor em Ciências da Comunicação e professor associado do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação Interunidades em Integração da América Latina, ambos na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. E-mail: dennisol@usp.br

atualmente, é transfigurado para a de consumidor, segundo Otávio Ianni. No texto “O príncipe eletrônico”, Ianni afirma que os meios de comunicação de massa, chamados por ele de “príncipe eletrônico” transfiguram silenciosamente a sociedade em mercado, a ideologia em mercadoria e o cidadão em consumidor. (2000). Com uma sociabilidade marcada por categorias como mercado, mercadoria e consumidor, não há espaço para o debate crítico e sim meramente técnico-instrumental, próximo a distopia que pensadores frankfurtianos como Adorno e Horkheimer chamavam de “sociedade administrada” (1980) e Marcuse, de “sociedade sem oposição”. (1970).

É neste sentido que em um artigo intitulado *Jornalismo alternativo: o utopismo iconoclasta*, apresentei alguns parâmetros do que significa jornalismo alternativo hoje (OLIVEIRA, 2009). Se nos anos 1970, o termo “imprensa alternativa” referia-se as iniciativas jornalísticas de contraponto à ditadura militar (KUCINSKY, 2001), hoje jornalismo alternativo se coloca como um campo de mediações jornalísticas de oposição à ditadura do capital, expressa por este modelo de sociabilidade em que se transforma a esfera pública em esfera de consumo e a sociedade política em sociedade administrada ou sem oposição. E suas práticas sinalizam na reconstrução de espaços de discussão e reflexão críticas, fundamentais para este utopismo iconoclasta de que fala Bauman.

Por isto, o jornalismo alternativo tem uma característica *não institucional*, isto é, ele não se apresenta como porta-voz de organizações partidárias quaisquer que sejam; *não empresarial-mercantil*, ou seja, o seu objetivo não é constituir um segmento de consumidores visando atender certas demandas narrativas publicitárias (embora, eventualmente, ele possa buscar apoios financeiros para sua sustentação) e, principalmente, *não governamental*.

Estas características não têm como objetivo colocar o jornalismo alternativo em um patamar de “purismo”, mas sim em um lugar que o permita justamente cumprir este papel de fomentar um debate público não mediado por sociabilidades do consumo e nem tampouco pelos interesses imediatos de grupos institucionais. E elas tornam-se possíveis a medida que as tecnologias de informação e comunicação dessacralizaram a narrativa midiática colocando-a, potencialmente, ao alcance de sujeitos antes excluídos desta possibilidade de mediação. Hoje, existem novos protagonismos midiáticos e

culturais (OLIVEIRA, 2019) por fora das estruturas técnico-burocráticas das empresas de mídia e é neste campo que floresce este jornalismo alternativo.

Referencias

ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980

BAUMAN, Zygmunt. “A utopia possível na sociedade líquida” in: **Revista Cult**, nº 138, agosto/2009. São Paulo: Editora Bregantini.

IANNI, Otávio. **Enigmas da modernidade-mundo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000

KUCINSKY, B. **Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa**. S. Paulo: Edusp, 2001

MARCUSE, H. **Ideologia da sociedade industrial: o homem unidimensional**. Rio de Janeiro: Zahar, 1970

OLIVEIRA, Dennis. Jornalismo alternativo, o utopismo iconoclasta. In: **SBPJor. Anais do VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. São Paulo: USP, nov. 2009.

_____. Novos protagonismos midiáticos-culturais: a resistência a opressão da sociedade da informação. **Regit**, [S.l.], v. 6, n. 2, p. 21-41, dec. 2016. ISSN 2359-1145. Disponível em: <<http://fatecitaqua.edu.br/revista/index.php/regit/article/view/REGIT6-A1>>. Acesso em: 18 Jun. 2019.