



COMUNICAÇÃO ALTERNATIVA: UMA REFLEXÃO SOBRE O JORNALISMO PARA ALÉM DA GRANDE MÍDIA

Alessandra Possebon¹

RESUMO: O artigo propõe uma reflexão sobre o jornalismo alternativo contemporâneo, evidenciando que esta produção acompanhou as mudanças da sociedade brasileira e que apesar de, na maioria das vezes, não ter a repercussão e o alcance das grandes empresas de comunicação são iniciativas que colaboram na construção de uma comunicação mais democrática, sendo compreendidas por grupos organizados da sociedade civil como instrumento de emancipação.

PALAVRAS-CHAVE: *Jornalismo Alternativo; Cultura Popular; Comunidade.*

¹ Jornalista, mestranda em Comunicação Midiática pela Universidade Estadual Paulista (UNESP), professor da Fundação de Ensino Superior de Passos (FESP/ UEMG). E-mail: lelepossebon@hotmail.com

Introdução

Partindo do pressuposto de que para a construção de uma sociedade democrática é imprescindível o direito à informação e que este direito implica acesso à diversidade de pensamentos e também a possibilidade de gestão e produção de meios de comunicação, o presente artigo nasce do questionamento sobre o atual quadro da comunicação não somente brasileira, mas mundial, marcada pela concentração dos meios de comunicação por grupos transnacionais. Estas empresas tratam a informação como mais um produto vendável dentro da lógica do capitalismo, o que influencia de diferentes maneiras as leituras de mundo e as práticas políticas das sociedades.

Em contraponto a esta produção, muitos grupos manifestam seus interesses, suas posições críticas à realidade através da construção de meios de comunicação alternativos à grande mídia. Estes meios, apesar de na maioria das vezes não possuírem a repercussão e o alcance das grandes empresas compõem a esfera pública e são iniciativas que visam colaborar na construção de uma comunicação mais plural, visualizando o jornalismo como um instrumento da cidadania.

As controvérsias em torno do papel que a grande mídia ocupa na sociedade, desvalorizando tantas vezes as pautas ligadas aos movimentos sociais, fortaleceram na sociedade civil organizada o desejo de criar novos modelos de geração e expansão de saberes, estabelecendo meios de comunicação, aqui nomeados de alternativos, para criticar o discurso apresentado pela grande mídia e propor outras discussões.

A comunicação alternativa é entendida como um instrumento político presente nas sociedades não somente sob regimes ditatoriais, tendo como principal objetivo o enriquecimento da esfera pública com a apresentação de diferentes pontos de vista, fomentando análises críticas sobre a realidade e propondo outros modelos de produção de gestão dos meios de comunicação.

Objetivando suprir as lacunas existentes do discurso hegemônico e propor novos modelos de gestão e produção, o jornalismo nomeado aqui de alternativo, acompanhou a história do jornalismo nacional sempre contrapondo conteúdos da grande mídia, concedendo voz aos que comumente não são considerados fontes oficiais e experimentando formas de gestão não voltadas para o lucro. Reconhece-se assim que existe a necessidade de um modelo jornalístico

que não seja meramente propagandístico ou formalmente opinativo. Isto é, reconhecer a possibilidade e a necessidade de um jornalismo informativo com outro caráter de classe, elaborado a partir de outros pressupostos ideológicos e teóricos, mas cuja missão principal não seja apenas a de propagandear tais pressupostos (GENRO FILHO, 1987).

Ainda segundo Genro Filho (1987), o jornalismo nos modelos da grande mídia também reforça condições imaginárias de cidadania, já que produz um conhecimento que coincide com o pensamento hegemônico e busca universalizar esse pensamento. O que pode ser exemplificado com o esvaziamento do fato informativo pela valorização da fala de determinadas fontes, em se concede ao especialista o encargo de “emissor autorizado [...] aquele que possui conhecimentos determinados que o autorizam a falar” (CHAUI, 1986, p.31).

A contradição em se mostrar como instrumento da cidadania, mas ser em boa parte das vezes mantenedor de um pensamento que mais paralisa do que incentiva a participação social, autoriza de acordo com Genro Filho (1987), a concepção de jornais críticos ao pensamento hegemônico, que atuem em uma “dupla relação de forças: a luta política interna na redação e a luta mais ampla - e fundamental - pela influência e o controle sobre os meios de comunicação”.

3

O estudo sobre essa produção ainda é considerado ínfimo diante da vastidão de estudos sobre a grande imprensa, no entanto, uma leitura ampla sobre a realidade do jornalismo brasileiro não pode esquecer-se de toda essa produção considerada marginal, que vem construindo espaços de debate que visam uma esfera pública mais ampla e, porque não afirmar, mais democrática. De acordo com Gentili (2005, p.150), quanto mais a sociedade é portadora de direitos de cidadania, “a demanda por uma maior qualidade dos jornais também é crescente”, essa maior qualidade é conquistada, em parte, através do acesso à maior diversidade de informações.

O termo alternativo é utilizado para designar diferentes formas de comunicação, e assim como os conceitos de comunicação popular, horizontal, participativa e comunitária, é de difícil classificação. Em uma tentativa de esclarecer tais terminologias, a pesquisadora Cicilia Peruzzo (2006; 2009) reúne algumas especificidades da comunicação popular, alternativa e comunitária, focalizando tais experiências no Brasil. No entanto, é preciso colocar que não existem limites específicos entre as definições, porque na realidade os processos comunicacionais são

marcados por hibridismos de linguagem, objetivos, formatos, conteúdos, formas de organização e de produção, sendo que

Os elementos principais que caracterizam a comunicação como popular, comunitária e/ou alternativa estão no processo, nas práticas sociais, nas relações que se estabelecem, e não no tipo de veículo utilizado, nem em outra característica qualquer (linguagem, propriedade, formato) tomada isoladamente. O que importa é o conjunto da práxis e o significado que tem para a comunidade (PERUZZO, 2009, p. 140).

Este jornalismo teve na história brasileira, segundo Kucinski (2003, p. 21), três grandes momentos: “os pasquins irreverentes e panfletários do período da Regência [...] em 1830 [...] e os jornais anarquistas de operários, meio século depois (1880- 1920)” e os jornais produzidos durante o regime militar (entre 1964 e 1980). Estes últimos são o objeto de estudo de Kucinski (2003) que catalogou 150 jornais, produzidos no período, dentre eles os representativos “O Pasquim”. “Bondinho”, “Opinião”, “Versus” e “Movimento”.

Kucinski (2003), afirma que a palavra alternativo ficou fortemente relacionada no Brasil a essas publicações e que a produção desta época contém alguns significados essenciais para definir o jornalismo alternativo como não estar vinculado às políticas dominantes, ser a única saída nas situações complicadas politicamente como o regime ditatorial e representar o “desejo das gerações dos anos de 1960 e 1970, de protagonizar as transformações sociais que pregavam (KUCINSKI, 2003, p. 13).

Ainda de acordo com Kucinski (2003, p. 14-15), apesar de toda a produção de jornais alternativos durante a ditadura militar ter sido voltada para a transformação política, algumas especificidades podem ser utilizadas para classificar os jornais em duas classes: os políticos, que discutiam predominantemente as estratégias e reivindicações da esquerda brasileira e os jornais que tinham suas bases nos movimentos de contracultura norte-americanos, criticando costumes e propondo rupturas culturais.

A imprensa alternativa neste período articulou “o desejo das esquerdas de protagonizar as transformações que propunham e a busca, por jornalistas e intelectuais, de espaços alternativos à grande imprensa e à universidade” (KUCINSKI, 2003, p. 16).

Constata-se que esses jornais alternativos não nasceram com a intenção de substituir a grande mídia, mas sim como uma forma de questionar o *status quo*, “fazer

um contraponto à imprensa burguesa” (ABRAMO, 1988) criando assim uma dependência contraditória em relação aos grandes meios, em que era necessário que os jornais hegemônicos

dissessem alguma coisa para que os pequenos alternativos pudessem dizer o contrário, ou completar o que não fora dito, corrigir o dito, desmistificar a distorção, desvendar os mistérios reais habilmente escondidos pelas palavras oficiais. Enfim, clarear o obscuro (ABRAMO, 1997, p. 328 apud PEREIRA FILHO, 2004, p. 70).

Abramo (1988) ainda aponta que estas publicações eram lidas pelas camadas mais esclarecidas e politizadas, um público diversificado, porém, pequeno. Apesar de não alcançar a ampla classe trabalhadora, a imprensa alternativa inegavelmente “foi uma das forças que abalaram a ditadura e abriram perspectivas de mudanças democráticas”.

Para Kucinski (2003) o fim dessa fase mais produtiva do jornalismo alternativo não é resultado apenas do fim da ditadura militar, mas de um processo de mudanças que incluiu a contratação de jornalistas de esquerda pelos grandes jornais, a dominação do padrão Globo de televisão - que restringiu o público leitor de jornais que já era pequeno-, as dificuldades administrativas dos jornais alternativos, as divergências internas, o envelhecimento da linguagem desses jornais, a dificuldade em envolver as novas gerações e o processo político de mudanças da esquerda brasileira, em especial com o nascimento do Partido dos Trabalhadores.

Kucinski (2003) coloca que o jornalismo alternativo que nasce após a ditadura, vinculado às instituições como sindicatos tem como diferença crucial a autonomia dos jornalistas.

A partir de 1980, esse tipo de engajamento sobreviveu apenas em órgãos de sindicatos e partidos políticos, anteriormente reprimidos, e nos jornais de movimentos populares apoiados materialmente pela Igreja Católica e outras entidades da sociedade civil [...]. Dissolveram-se os coletivos dos jornais alternativos, desapareceu o imaginário que os impulsionava. Apesar de alguma semelhança formal e temática entre os antigos jornais alternativos e alguns dos novos jornais de entidades da sociedade civil, nessa mudança de lugar social o jornalista não é sujeito do processo e desaparece a autonomia jornalística (KUCINSKI, 2003, p. 27).

Em contraponto, Festa (1986) aponta que,

Não se pode afirmar que a imprensa alternativa desapareceu nesse período. Ela apenas mudou de lugar social. Ao contrário de jornais que aglutinavam diversas correntes,

surgiram as publicações político-partidárias, representantes de novas e tradicionais tendências da esquerda (p.25).

Dentre os jornais citados pela autora como imprensa alternativa especializada estão os esquerdistas “Voz da Unidade”, “Tribuna da Luta Operária”, o jornal do Partido dos Trabalhadores: “Jornal dos Trabalhadores” e o jornal feminista “Mulherio”, além dos jornais sindicais que se fortaleceram com as greves do movimento operário no final da década de 1970 e início de 1980.

Apesar das singularidades de cada período histórico do jornalismo alternativo, é a própria diversidade desta produção, tantas vezes experimental, que a caracteriza. Para Peruzzo (2009, p. 132) uma terminologia que abrange a diversidade desta produção é a palavra contracomunicação, meios de comunicação organizados pelos movimentos populares e comunitários tendo como finalidade “exercitar a liberdade de expressão, oferecer conteúdos diferenciados, servir de instrumento de conscientização”, colaborando para a democratização da informação e reafirmando a necessidade de transformações sociais.

São os movimentos sociais, populares e comunitários que mantêm o jornalismo alternativo após o período da ditadura militar e segundo Festa (1986) este vínculo se dá na “na mesma medida da capacidade de os movimentos sociais articularem o seu projeto alternativo de sociedade” (FESTA, 1986, p. 30).

A autora ainda salienta algumas características destes modelos de comunicação como serem espaços políticos que colaboram para processos de mudança da realidade social e que “supera os marcos da comunicação como tal para localizar-se também no âmbito do projeto social e político que determina enquanto instrumento e expressão do desejo de mudança ou aprimoramento da ordem existente” (FESTA, 1986, p. 30).

Tal produção é nomeada por Downing (2002) de mídia radical alternativa, terminologia que considera mais completa do que o paradoxal alternativo, pois afirma que “qualquer coisa, em algum ponto, é alternativa a alguma outra” (p. 27) e também mais completa que comunitária e popular, já que considera que estes termos “podem facilmente ocultar mais que revelar. São mais firmes naquilo que excluem – a mídia convencional - do que naquilo que significam” (p. 75).

Mídia radical refere-se a inúmeras formas de expressão para além dos meios de comunicação convencionais, incluindo danças, canções, grafite, vestuário e teatro,

sendo que esta forma de comunicação pode representar forças negativas ou construtivas, incluindo em seus estudos mídias fundamentalistas, racistas e fascistas.

A mídia, para Downing, é um conceito bem amplo, que inclui todas as formas possíveis de manifestação cultural. Já para Sodré (2007), a mídia é a soma de suporte técnico, mercado e capitalismo transnacional, sendo assim, para este autor a mídia “é uma mediação *tecnologizada* com regras próprias. Nesse sentido, eu não a vejo tanto como um lugar de confronto, a não ser de interpretações já combinadas pela formas” (SODRÉ, 2007, p. 69).

Neste trabalho optamos por utilizar o conceito de mídia ao nos referirmos à comunicação mediada por meios de comunicação, acompanhando, assim, o pensamento apresentado acima por Muniz Sodré e também o pesquisador Venício de Lima, para quem “A mídia, plural latino de *médium*, meio, é entendida aqui como o conjunto das instituições que utiliza tecnologias específicas para realizar a comunicação humana” (LIMA, 2006, p. 53). No entanto, a compreensão de Downing de que as diferentes formas de expressão são também meios de comunicação é extremamente relevante, ainda mais em um país multifacetado culturalmente como o Brasil.

Grinberg (1987) defende que apesar de a expressão comunicação alternativa ter um significado muito variado e parecer imprecisa em um primeiro momento, define uma “busca de canais para um discurso que deve circular à margem da comunicação de massa” (p. 19), considerando que não se trata de “uma alternativa aos *media como tais*, mas enquanto instrumentos do poder” (pp. 19-20).

Na mesma linha de pensamento Downing (2002, p. 30) aponta dois principais propósitos que definem esta produção:

a) expressar verticalmente, a partir dos setores subordinados, oposição direta à estrutura de poder e seu comportamento; b) obter, horizontalmente, apoio e solidariedade e construir uma rede de relações contrária às políticas públicas ou mesmo à própria sobrevivência da estrutura de poder.

Peruzzo (2009) classifica a produção alternativa em dois grupos: Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária; e Imprensa Alternativa. No primeiro grupo estão inseridas as iniciativas diretamente vinculadas a movimentos sociais e organizações civis e populares. São iniciativas que se diferenciam essencialmente pela ampla participação popular, transformando o público receptor em emissor e também pelas suas

singularidades de “formato, da propriedade e controle coletivo da gestão” (PERUZZO, 2009, p. 133).

Para Motta (1987, p. 47-49) estes meios de comunicação cumprem duas funções junto aos movimentos sociais: primeiro a de colaboração da mobilização e da organização, conscientizando os movimentos sobre a importância de determinada luta e em segundo a de potencialização, com o alcance de novos públicos, buscando repercussão junto à sociedade civil.

O grupo da Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária ainda se subdivide em dois: Comunicação Popular e Comunitária e Comunicação Popular Alternativa. No primeiro a responsabilidade pelo meio de comunicação parte da própria comunidade ou do movimento social e “portanto, deve se submeter às suas demandas” (PERUZZO, 2009, p. 140).

Na Comunicação Popular Alternativa os processos comunicacionais não são assumidos por toda a comunidade, podendo ser “motivados ou viabilizados por organizações não governamentais (ONGs), fundações, projetos de universidades, órgãos públicos, igrejas etc.” (PERUZZO, 2009, p. 140).

Já a segunda corrente, Imprensa Alternativa, reúne as publicações que são comprometidas com as causas sociais, mas que não estão diretamente vinculadas a elas. São “publicações de porte mais bem elaborado e com tiragens maiores” (PERUZZO, 2009, p. 136), aqui se encontram a imprensa político-partidária, a imprensa sindical e os jornais que prezam por uma abordagem diferenciada da grande mídia e que não funciona como uma imprensa privada preocupada essencialmente em gerar lucros. Tal classificação ainda pode ser subdividida em jornalismo de base popular, que são os jornais ligados a movimentos populares; jornalismo alternativo colaborativo, que preza criticar as reportagens da grande mídia e conta com a colaboração de voluntários; jornalismo alternativo autônomo, produzido por indivíduos isoladamente; jornalismo político partidário, ligado a partidos políticos ou candidatos; e jornalismo sindical, produzido por categorias profissionais.

A comunicação comunitária e alternativa vem contribuindo para forjar uma mutação nas práticas constitutivas do exercício da cidadania. Há reelaborações culturais em curso em razão do inconformismo diante das relações desiguais entre dominantes e subalternos construídas historicamente em todos os níveis. Se há três décadas a temática do direito à comunicação, por exemplo, encontrou ressonância nas sociedades latino-americanas,

hoje ela é assumida como algo imprescindível, ainda que seja no nível dos movimentos de direitos humanos e daqueles ligados à comunicação (PERUZZO, 2009, p. 143).

De acordo com Motta (1987, p. 42), as formas de comunicação alternativa “têm um nítido caráter de classe na medida em que expressa os interesses de um determinado grupo social ou no seu conflito pela sobrevivência, no seu enfrentamento da dominação política, cultural e econômica”. Apesar de não envolverem somente as classes populares, há uma identificação com as problemáticas populares.

Os conceitos de cultura popular e comunidade colaboram para o entendimento de como a expressão alternativo se vincula e se confunde com o popular e o comunitário. Os dois conceitos são amplamente discutidos nas ciências sociais e permitem uma ampla gama de discussões, portanto, não se tem aqui a expectativa de esgotar a temática, mas sim de propor um estudo amplo sobre o jornalismo alternativo.

De acordo com Chauí (2006, p. 288), a concepção de cultura popular como “manifestações da tradição ou espírito de um povo” é criada no século XIX pelos autores da corrente artística do Romantismo, momento em que a Europa consolidava o fenômeno do nacionalismo, que passa a valorizar ideais comuns compartilhadas pelos habitantes de uma nação, incluindo aí a concepção de cidadania.

Os Estados Nacionais já eram divididos em classes sociais, o que remeteu a distinção da cultura entre erudita (ou de elite) pertencente às classes dominantes e a popular, originária dos trabalhadores. Trouxe ainda a concepção de folclore como a as produções artísticas tradicionais e a arte erudita “passou a ser o conjunto das belas- artes com as obras produzidas ou criadas [...] por artistas individuais, que se dirigiam a um público majoritariamente burguês” (CHAUI, 2006, p. 289).

Essas diferenciações continuam sendo utilizadas até hoje, considerando a arte popular sempre como mais simples, tradicionalista, repetitiva, de produção coletiva e simplista, e a cultura de elite o avesso dessas qualidades, avaliada como superior à popular²ⁱ.

A possibilidade de reprodução da obra de arte com a Revolução Industrial no século XIX trouxe ainda mais uma concepção de cultura, a cultura de massa,

² Tal divisão é criticada com exemplos de como uma separação clara entre cultura do povo e cultura da elite nunca existiu por BURKE, Peter. Cultura Popular na Idade Média: Europa 1500-1800. Tradução Denise Bottmann. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

compreendida como uma cultura industrializada, amorfa e isenta de particularidades, que transforma as produções culturais em produto de mercado.

Walter Benjamin, um dos autores da Escola de Frankfurt “esperava que a reprodução técnica das obras de arte promovesse a democratização da cultura e das artes” (CHAUI, 2006, p. 290).

Theodor Adorno e Max Horkheimer³, outros autores expoentes da Escola de Frankfurt, consideraram que a cultura de massa, assim como outros produtos, era produzida em uma escala industrial, e concebem a expressão Indústria Cultural, em que parte da produção artística é destinada

A um consumo rápido, transformando-se em sinal de *status* social e prestígio político para os artistas e seus consumidores e em meio de controle cultural por parte dos empresários e proprietários dos meios de comunicação de massa (CHAUI, 2006, p. 291).

Downing considera que os autores da Escola de Frankfurt viam a cultura popular como “uma expressão autêntica das visões e aspirações do público, como na música e na arte folclóricas, e tinha um inerente potencial de oposição” (DOWNING, 2004, p. 34).

Gomes aponta que o termo popular foi concebido distante das manifestações culturais que são definidas como populares, o que levou o termo a significar “uma qualidade de alteridade, quer no sentido do vulgar quer no de exótico: ‘eles’, não eu ou nós” (DAHLGREN, 1992, p. 6 apud GOMES, 2008, p. 62).

Downing (2004), Chauí (1988), Canclini (1982) e Hall (2006) criticam tanto a perspectiva dualista da cultura popular, tomada como o antônimo de cultura de elite, quanto a perspectiva romantizada do termo, que a considera, por ser do povo, como “imediatamente libertadora” (CHAUI, 2003, p. 46).

Cultura popular para estes autores não é “como uma outra cultura ao lado (ou no fundo) da cultura dominante, mas como algo que se efetua por dentro dessa mesma cultura, ainda que para resistir a ela [...] um conjunto disperso de práticas,

³ Adorno e Horkheimer conceberam a expressão indústria cultural para explicar as novas formas de relação com a arte na sociedade capitalista, em que as obras de arte passam também a serem tratadas como mercadorias. ADORNO; HORKHEIMER. A Dialética do Esclarecimento. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

representações e formas de consciência que possuem lógica própria (o jogo interno do conformismo, do inconformismo e da resistência)” (CHAUI, 1986, pp. 24-25).

Relevante colocar que a implantação e desenvolvimento dos Estados Nacionais na Europa se deu a partir de “guerras, massacres e sérias crises”, enquanto nos países colonizados, incluindo o Brasil, este processo histórico colaborou ainda mais para a “exclusão, dominação e exploração” das minorias e revela que

de forma inseparável e conflitante, relacionam-se aspectos diferentes da realidade, a estrutura social, a cultura, o imaginário e, a partir dele, o simbólico. A presença e a permanência das desigualdades, da dominação e da opressão, nas suas diferentes formas, exigem que sejam repensadas, analisadas e inovadas as formas de participação política sem desconsiderar a história, e sem cair nas armadilhas fáceis de culpar o próprio povo pelas mazelas e pela permanência da exploração e da desigualdade (NOGUEIRA, 2005).

Downing (2004, pp. 37-38) afirma que a cultura não pode ser compreendida apenas através de suas produções, mas que devem ser consideradas as posturas das audiências, a “apropriação cultural” dessas audiências, considerando que a audiência é ativa e “elabora e molda os produtos da mídia, e não apenas absorve passivamente suas mensagens”. No entanto, a audiência no universo empresarial é entendida como o público com poder de compra, em que apesar de considerarem as audiências como ativas, trabalham no sentido de que “as audiências estão aí para ser persuadidas e seduzidas – se necessário, por meio de sofisticados métodos de baixo impacto que não insultam suas inteligências-, mas não para que se lhe concedam poderes” (DOWNING, 2004, p. 39).

O autor ainda afirma, exemplificando com pesquisas norte-americanas sobre as audiências, que

os produtos da mídia convencional podem perfeitamente recorrer à cultura popular, como propõe Martín Barbero, e igualmente, mesmo quando moldados ou transmutados e depois ‘devolvidos’ pelas indústrias comerciais, permanecer sujeitos a todo tipo de influências interpretativas geradas- uma vez mais – nas culturas cotidianas do público (DOWNING, 2004, p. 38).

Podemos colocar que enquanto a mídia hegemônica, intrinsecamente vinculada ao mercado publicitário, trabalha com a linguagem da persuasão e da sedução (ação imediata), a mídia alternativa busca uma relação de concessão de poderes ao seu público

(ação de longo prazo). Assim como a pedagogia de Paulo Freire⁴ considera que ensinar exige respeito à autonomia e aos saberes do educando, reconhecendo que o processo educativo é inevitavelmente ideológico, a mídia alternativa no sentido de empoderamento de seu público, tem como um de seus objetivos ir além do âmbito de ‘dar voz a quem não tem’, sendo um processo gradativo de participação em que deve ser considerado em relação ao continente latino-americano que,

no nível da comunicação a participação, além de ser desejável e importante, continua sendo de difícil realização em diversas partes de nosso continente, tanto pelas estruturas dos meios como pelas condições sócio-econômicas e culturais de grandes contingentes populacionais (PERUZZO, 1998, p. 143).

O conceito de comunidade, assim como o de cultura popular tem uma ampla abrangência,

É usado no sentido localista (esta comunidade mantém-se firme na questão de...), na retórica da política mundial (a postura da comunidade internacional contra o terrorismo), no sentido profissional (a comunidade científica), na política do uso da franqueza em questões sexuais (padrões de decência da comunidade) e num sentido nostálgico que remete a uma suposta era de harmonia (precisamos resgatar o sentido de comunidade). *Comunidade* também se refere a um modo de atribuir estrita homogeneidade de opinião a grupos étnicos minoritários (a comunidade negra, a comunidade judaica) (DOWNING, 2004, p. 74).

12

Relacionada à mídia como no caso de rádios e TVs comunitárias, o termo aparece para definir “esse tipo de mídia como instituições que atendem a demandas e prioridades vindas de baixo [...]. Implícita nesse uso de comunidade está a suposição de que a mídia oficial está a serviço do poder” (DOWNING, 2004, p. 74).

Para Sodré (2010) a temática da comunidade tem ressurgido nas sociedades contemporâneas marcada “pela premissa da busca por alternativas ao modelo atualmente vigente”, em amplos aspectos da vida cotidiana como nas relações familiares, no trabalho, na participação política, na educação, entre outros. No campo da comunicação o autor coloca que a comunicação comunitária comporta a sensação de pertencimento, de identidade a uma infinidade de agrupamentos sociais.

⁴ FREIRE, Paulo, Pedagogia da Autonomia. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

A palavra, ainda segundo Sodré, está relacionada com a concepção de troca, de estabelecimento de relações e da necessidade de compartilhar inerente ao desenvolvimento tanto individual quanto coletivo.

Em uma sociedade marcada pela “difusão do conflito multicultural”, a questão da comunidade ressurgiu como “uma réplica à insuficiência do seu modelo individualístico-universalista” (ESPOSITO, 2007, pp. 15-16).

Tal afirmação aproxima-se da própria concepção da mídia alternativa, comunitária e popular que tem como uma de suas características essenciais “a questão participativa voltada para a mudança social” (PERUZZO, 1998, p. 115), retomando os ideais democráticos e a concepção de cidadania como instrumental para a emancipação e a justiça social.

De maneira concisa Grinberg (1987, p. 30), define o alternativo como

todo meio que, num contexto caracterizado pela existência de setores privilegiados que detêm o poder político, econômico e cultural [...] implica uma *opção frente ao discurso dominante*; opção à qual confluem, em grau variável, os sistemas de propriedade, as possibilidades de participação dos receptores na elaboração das mensagens, as fontes de financiamento e as redes de distribuição, como elementos complementares.

13

Compreende-se que o jornalismo alternativo hoje apresenta características diferenciadas da produção durante a ditadura militar e encontra novos desafios com a popularização da internet. Este jornalismo é um contraponto ao jornalismo da grande imprensa e tem como concepção primordial discutir outras pautas ou rever os assuntos discutidos pela grande mídia através de perspectivas diversificadas, não como um espelho às avessas, mas inseridos em outros projetos de sociedade, críticos ao sistema político e econômico atual.

É um jornalismo que está vinculado na maioria das vezes às instituições, organizações, movimentos sociais, populares e comunitários, ocupando também a função de divulgador das ações destes grupos e das discussões e ideais dos mesmos. Percebe-se que este jornalismo tem como um de seus objetivos o despertar de consciências, no sentido de trabalharem seus textos como instrumento de luta social, pelo fortalecimento de iniciativas populares.

Grande parte desse jornalismo possui além do jornal impresso, o site e o boletim eletrônico como meios de divulgação de seus trabalhos, o que tem sido um novo desafio

em relação à linguagem e também à produção de materiais também em outros formatos, como o audiovisual. Apesar de discutível, a internet mostra-se como uma possibilidade de quebrar o pensamento único sustentado pelo oligopólio da comunicação e demonstra a vulnerabilidade do atual modelo de comunicação⁵.

Um jornalismo que apesar do pouco alcance em relação à grande mídia é necessário para o enriquecimento do espaço público e para o fortalecimento de organizações políticas e sociais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMO, Perseu. *Imprensa alternativa: alcances e limites*. Publicado na Revista Tempo e Presença, n. 233, em agosto de 1988. Disponível em: <<http://www2.fpa.org.br/imprensa-alternativa-alcances-e-limites>> Acesso em 15 de fevereiro de 2011.

_____. *Um trabalhador da notícia: textos de Perseu Abramo*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 1997.

14

CHAUÍ, M. *Conformismo e Resistência*. São Paulo: Brasiliense, 1986.

_____. *Cultura e Democracia: o discurso competente e outras falas*. São Paulo: Cortez, 2003.

_____. *Convite à Filosofia*. São Paulo: Ática, 2006.

DAHLGREN, Peter; SPARKS, Colin. *Journalism and popular culture*. Londres: Sage, 1992.

DOWNING, John. *Mídia Radical*. São Paulo: editora SENAC, 2002.

ESPOSITO, Roberto. Niilismo e Comunidade In PAIVA, Raquel (org.). *O Retorno da Comunidade*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

⁵ Tal discussão foi realizada pelo 1o. Encontro Nacional de Blogueiros Progressistas, organizado por jornalistas blogueiros como Luiz Carlos Azenha, Paulo Henrique Amorim, Luiz Nassif e Rodrigo Vianna. Site do encontro: < <http://www.blogprogressistas.com.br>>.

FESTA, Regina; LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. *Comunicação Popular e Alternativa no Brasil*. São Paulo: Paulinas, 1986.

GRINBERG, Máximo Simpson. *A Comunicação Alternativa na América Latina*. Petrópolis: editora Vozes, 1987.

HALL, Stuart. *Da diáspora: Identidades e mediações culturais*. Organização Liv Sovik; Tradução Adelaide La Guardia Resende [et all]. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

KUCINSKI, Bernardo. *Jornalistas e Revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003.

LIMA, Venicio. *Mídia: Crise política e poder no Brasil*. São Paulo: editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

MOTTA, Luiz Gonzaga. "Brasil: alternativa popular: comunicação e movimentos sociais". In GRINBERG, Máximo Simpson. *A Comunicação Alternativa na América Latina*. Petrópolis: editora Vozes, 1987.

NOGUEIRA, Silas. *Movimentos Sociais, Cultura, Comunicação e Participação Política*. São Paulo, 2005. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo, Escola de Comunicação e Artes. Não paginado.

15

PERUZZO, Cicília K. *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*. Petrópolis: Vozes, 1998.

_____. *Aproximações entre comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço*. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0716-1.pdf>> Acesso em: 21 mar. 2009.

_____. *Revisitando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária*. Trabalho apresentado no XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Brasília- DF, INTERCOM/UNB, 6 a 9 de setembro de 2006. Disponível em<<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/19806/1/Cicilia+Peruzzo+.pdf>> Acesso em 27 de fevereiro de 2010.

SODRÉ, Muniz. *Cultura e comunicação: desafios do MERCOSUL*. In FERREIRA, Nazareth (org.). *Cultura e Comunicação: perspectivas para a América Latina*. São Paulo: CELACC, ECA, USP, 2007.