

# Reflexões sobre o jornalismo na sociedade contemporânea: a comunicação alternativa como instrumento emancipatório

*Alessandra Possebon*

Mestranda em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista (UNESP-Bauru), aluna do curso de Pós Graduação em Mídia, Informação e Cultura pelo CELACC- Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação (ECA/USP), professora da Fundação de Ensino de Passos (FESP/UEMG)

## Resumo

Este artigo propõe uma reflexão sobre o complexo quadro do jornalismo na atualidade, revisando a sua configuração como atividade profissional e produto imprescindível da modernidade. Compreende-se o jornalismo como a representação da realidade envolta nas relações de poder, atuando muitas vezes como um dos principais mantenedores do pensamento hegemônico. Em contraposição a este quadro marcado por oligopólios comunicacionais, grupos organizados da sociedade civil expressam suas visões de mundo através de meios alternativos de comunicação, tais meios apesar de não possuírem a repercussão e o alcance da grande mídia compreendem a comunicação como instrumento emancipatório e enriquecem a esfera pública.

**Palavras-chave:** jornalismo; modernidade; jornalismo alternativo

## Resumen

Este artículo propone una reflexión bajo el complejo cuadro del periodismo en la actualidad, revisando su configuración como actividad profesional y producto imprescindible de la modernidad. Se comprende el periodismo como la representación de la realidad envuelto en las relaciones de poder, actuando muchas veces como uno de los principios mantenedores del pensamiento hegemónico. En contraposición a este cuadro señalado por oligopolios de comunicación, grupos organizados de la sociedad civil expresan sus visiones de mundo a través de los medios alternativos de comunicación. Tales medios, a pesar de no tener la repercusión y el alcance de la gran mídia, enriquecen la esfera pública y comprenden la comunicación como instrumento de emancipación.

**Palabras clave:** periodismo; modernidad; periodismo alternativo

## Abstract

This article proposes a reflexion about the complex image of journalism nowadays, revising its configuration like professional activity and indispensable product of modernity. The journalism is a representation of reality mixed in power relations, acting too many times like one of the maintainer principles of hegemonic thought. In opposition of this image marked by communication oligopoly, organized groups of civil society express their visions of world throught-out alternative ways of communication. Such ways despite they don't have the repercussion and the reach of the great media, enriches the public sphere and see the communication like tool of emancipation.

**Keywords:** journalism, modernity, alternative journalism

O jornalismo é um dos símbolos da modernidade. A afirmação de autores como Dominique Wolton (2004, p. 49), Ciro Marcondes Filho (2002, p.9) e Leandro Marshall (2003, p. 157), relaciona a necessidade da troca de informações com o desenvolvimento social, econômico e político que se deu na construção dessa complexa etapa histórica, que chega aos nossos dias, e tem como grande impulso o avanço do pensamento iluminista no século XVIII.

Ao definir a modernidade Wolton (2004), a vê como um processo de abertura de fronteiras tanto econômicas quanto culturais, no qual se fortalece o modelo democrático, que depende dos sistemas de comunicação, que, por um lado, valoriza o indivíduo e, de outro, traz a necessidade de inter-relações a nível mundial.

A modernidade, segundo Ianni (1999, p. 209), concede novos significados para todas as relações sociais, tendo como categorias essenciais as formas de lidar com o tempo e o espaço, sendo que há um processo de agilização de diversos âmbitos da vida.

Giddens (2002, p. 23) coloca a separação entre tempo e espaço como um dos principais elementos que compõem a modernidade, que permite a rearticulação de relações sociais em nível global, o que inclui novas formas de trocas tanto financeiras quanto de conhecimento. “A organização social moderna supõe a coordenação precisa das ações de seres humanos fisicamente distantes; o ‘quando’ dessas ações está diretamente conectado ao ‘onde’, mas não, como em épocas pré-modernas, pela mediação do lugar”.

Nas sociedades pré-modernas não havia concepção de tempo como a temos hoje, já que “não existia propriamente tempo, e sim a duração dos ciclos naturais”, como as estações do ano e etapas da vida. “A questão do tempo aparece quando se começa a pensar na duração como algo independente dos ciclos ou processos envolvidos” (Sodré 2009, p. 81).

A partir da necessidade moderna de entender e acompanhar as ações cotidianas de forma cada vez mais global, a medição do tempo através dos calendários e relógios torna-se essencial, assim como a necessidade de estar informado.

Tal concepção só foi possível com o avanço do sistema técnico, que permitiu o controle do tempo e do espaço. O jornalismo vem buscando, durante toda a sua história, desenvolver maneiras de colocar ordem na realidade valorizando a impressão de atualidade.

## *A configuração do jornalismo como atividade e produto*

Nesta busca por expressar, representar a realidade de maneira ordenada o jornalismo faz uso de diversos instrumentos tanto de organização da prática profissional, como da linguagem, que podem ser compreendidos essencialmente ao observarmos os critérios considerados fundamentais do jornalismo, desenvolvidos por Otto Groth<sup>1</sup> na década de 1960: Atualidade, Periodicidade, Universalidade e Difusão.

Ainda que tais critérios não tenham mais a mesma característica a partir do século XXI com a expansão da cultura digital, tais elementos continuam influenciando o pensamento comunicacional e refletem uma tentativa em criar mecanismos para colocar ordem no tempo e no espaço, em um mundo cada vez mais veloz e com mais necessidade de informações mediadas.

Genro Filho (1987) afirma que é preciso compreender as técnicas jornalísticas como parte de um processo histórico que passa a ter como necessidade social a informação de caráter jornalístico para, dentre outras funções sociais, criar respeitabilidade em relação à produção de notícias e conseqüentemente a sua valorização como mercadoria.

O jornalismo permite a divulgação de informações que “tornam o mundo em geral e o poder político em particular visível”. O jornalista adota a postura e é visto como um mediador da realidade e esta mediação “supõe papéis, funções, fazeres, ética” (GENTILLI, 2005, pp. 143-144).

O jornalismo é caracterizado por diferentes autores (TRAQUINA, 2005; ROSSI, 1980; GENTILLI, 2005) pela produção de relatos sobre a realidade que tem como ideal a busca da veracidade das informações que transmite. Tal função social está baseada em sua “competência discursiva e pela natureza de sua construção simbólica própria”, ou seja, pelas suas estratégias de construção do discurso, pela sua relativa autonomia e por sua credibilidade junto ao público.

Essa condição de fala intermediária entre a realidade e a sociedade é marcada pelo compromisso com a objetividade, no entanto, toda mediação, mais ainda no jornalismo que carrega a perspectiva da imediaticidade, é “uma espécie de ‘simulação’, mas não uma farsa ou uma falácia inevitável [...] À medida que o fenômeno é apenas uma face do concreto, ele tanto revela quanto esconde a essência” (GENRO FILHO, 1987, não paginado), já que todo discurso carrega níveis de objetividade e subjetividade.

A partir da constatação, de que os fundamentos principais do jornalismo, a busca pela verdade, imparcialidade e objetividade, são impraticáveis em sua totalidade, o jornalismo criou padrões para se aproximar desses ideais, como o de ouvir os dois lados, a elaboração de pautas, o uso do *lead*, a linguagem seca e direta que evita adjetivações, escrita em terceira pessoa, concisão, clareza, precisão, a divisão dos jor-

nais em seções, a pirâmide invertida, entre outros.

Todas as formas de comunicação trabalham com a decisão de comunicar algo em detrimento de outras mensagens, essa seletividade ganha aspectos especiais nos meios de comunicação pelos interesses envolvidos nos processos de seleção de conteúdo que traz à tona a questão da ideologia. Tais seleções no jornalismo são marcadas pelas rotinas e pelos princípios do profissionalismo do jornalista que tem como “resultado uma cobertura noticiosa que não ameaça nem a posição económica da organização jornalística [...] nem o sistema político-económico global no qual a organização jornalística opera” (SOLOSKI, 1993, p. 100 apud Sousa, 1999, não paginado).

O quadro de oligopólio das comunicações revela que empresas vêm “exercendo larga influência na conformação do imaginário social” e que como empresas buscam a lucratividade e “pregam a regulação das demandas coletivas pelo mercado, sem levar na devida conta identidades, tradições e anseios dos povos” (MORAES, 2009, p. 109).

Há um particular na mercadoria informação que deve ser considerado em relação a outras mercadorias, é que o direito à liberdade de informação e de opinião é garantido pela Constituição Federal, portanto, “o carácter de mercadoria do produto ‘imprensa’ é [...] mais complicado do que o de outros produtos” (MARCONDES FILHO, 1984, p. 111-112). Se tais direitos não são respeitados é necessário ter consciência de que “a opinião pública é um produto manufaturado [...] sua matéria-prima, a informação, também é produto de consumo” (AMARAL, 2002, p. 77).

A realidade mediada pela concepção dos fatos transmitida pelos meios de comunicação leva a um processo de aceitação da realidade como ela é representada. “O que é *objetivo*, por definição, situa-se fora do âmbito dos sujeitos; os dados da realidade estando lançados, só resta adequar-se a eles” (MEDITSCH, 2001, p.4), assim é como se a representação da realidade e a própria realidade tornassem-se uma única coisa, e os fatos são então reificados. “A reificação implica que o homem é capaz de esquecer sua própria autoria do mundo humano, e mais, que a dialética entre o homem, o produtor, e seus produtos é perdida de vista pela consciência” (BERGER & LUCKMANN, 1966, pp.122-123 apud MEDITSCH, 2001, p. 4).

Tal percepção revela um empobrecimento na relação entre os homens e a realidade, processo no qual o jornalismo tem papel fundamental no sentido de construir imagens que tantas vezes se apresentam antagônicas à realidade. “A maior parte dos indivíduos, portanto, move-se num mundo que não existe, e que foi artificialmente criado para ele justamente a fim de que ele se mova nesse mundo irreal” (ABRAMO, 2003, p. 24).

## *Jornalismo Alternativo*

Inserido em uma sociedade contraditória em diversos aspectos, a mídia como um dos sustentáculos da modernidade se constrói de maneiras também diversas, lidando com diferentes interesses e possibilidades que vão além do que se convencionou chamar de grande mídia, a mídia hegemônica. 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.

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.

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*.

A imprensa alternativa no período da ditadura militar 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).

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.

Apesar das singularidades de cada período histórico do jornalismo alternativo,

é a própria diversidade desta produção, tantas vezes experimental, que a caracteriza. 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).

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.

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.

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.

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, à 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.

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. *Padrões de manipulação na grande imprensa*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2003.
- AMARAL, Roberto. *Imprensa e controle da opinião pública (informação e representação no mundo globalizado)* in: MOTTA, Luiz Gonzaga (org). *Imprensa e Poder*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.
- BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. *The Social Construction of Reality*, 1966 ut. Trad. Brasileira: *A Construção Social da Realidade*. Petrópolis: Vozes, 1973.
- DOWNING, John. *Mídia Radical*. São Paulo: Editora SENAC, 2002.
- GENRO FILHO, Adelmo. *O segredo da pirâmide – para uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre: Tchê, 1987.
- GIDDENS, Anthony. *Modernidade e Identidade*. Tradução Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.
- GRINBERG, Máximo Simpson. *A Comunicação Alternativa na América Latina*. Petrópolis: Vozes, 1987.
- IANNI, Octavio. *Teorias da Globalização*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.
- KUCINSKI, Bernardo. *Jornalistas e Revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003.
- MARSHALL, Leandro. *O jornalismo na era da publicidade*. São Paulo: Summus, 2003.
- MARCONDES FILHO, Ciro. *A saga dos cães perdidos*. São Paulo: Hacker, 2002.

MEDITSCH, Eduardo. *Gêneros de discurso, conhecimento, intersubjetividade, argumentação: ferramentas para uma aproximação à fisiologia normal do jornalismo*. 2001. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-generos-de-discurso.pdf>. Acesso em 16 de fevereiro de 2011.

OLIVEIRA, Dennis. *Jornalismo, Mídia e Esfera Pública: dimensões da ação ideológica*. Trabalho apresentado no XXVIII Congresso da Intercom, 2005. Disponível em: <http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/16962/1/R1062-2.pdf>. Acesso em: 13 de jun. 2009.

\_\_\_\_\_. *Fronteiras do jornalismo no espaço midiático: a real dimensão da função ideológica da informação jornalística*. 2005. Disponível em: <http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/GT1013.pdf>. Acesso em: 13 de jun. 2009.

\_\_\_\_\_. *Uma práxis jornalística alternativa* in: *Jornal da USP*. Ano XXIV, n. 846. São Paulo: USP, 29 de setembro a 5 de outubro de 2008. Disponível em: <http://www.usp.br/jorusp/arquivo/2008/jusp846/pag13.htm>. Acesso em janeiro de 2011.

PERUZZO, Cicilia. *Revisitando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária*. Trabalho apresentado no XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Brasília: 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.

\_\_\_\_\_. *Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço* in: *Revista Galáxia*, São Paulo, nº17, junho de 2009, p. 131-146.

SOARES, Murilo César. *Representações, jornalismo e a esfera pública democrática*. São Paulo: Cultura Acadêmica: 2009.

SODRÉ, Muniz. *Projeto Genesis- Educação e Comunicação Comunitária*. Trabalho apresentado no Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Caxias do Sul: INTERCOM, setembro de 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-2927-1.pdf>. Acesso em setembro de 2010.

\_\_\_\_\_. *A Narração do Fato: notas para uma teoria do acontecimento*. Petrópolis: Vozes, 2009.

SOUSA, Jorge Pedro. *As notícias e seus efeitos*. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 1999. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/sousa-pedro-jorge-noticias-efeitos.html>. Acesso em 05 de janeiro de 2011.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são*. Vol. 1. Florianópolis, Insular, 2005.

WOLTON, Dominique. *Pensar a Comunicação*. Tradução Zélia Leal Adghirni. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004.

## Notas

<sup>1</sup> Sobre o autor ler: BUENO, Wilson da Costa. *O jornalismo como disciplina científica: a contribuição de Otto Groth*. São Paulo: Editora Comunicações e Artes, 1972.