

Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço¹

Cíclia M. Krohling Peruzzo

Resumo: Este trabalho discute a comunicação alternativa a partir de sua manifestação no contexto do regime militar no Brasil. Os objetivos são caracterizar a comunicação alternativa nas suas interfaces com a comunicação popular e comunitária e identificar algumas das novas formas de jornalismo alternativo praticadas na atualidade, com base em pesquisa bibliográfica. Conclui-se que novas práticas atualizam as formas de comunicação dos segmentos subalternos da sociedade, aprimoram as proximidades entre a comunicação popular e a comunitária, distinguindo-as da maior parte da mídia alternativa por seu caráter autônomo.

Palavras-chave: jornalismo alternativo; popular; comunicação alternativa; imprensa; comunicação comunitária; ciberespaço

Abstract: *Approximations between popular and community communication and the alternative press in Brazil in the era of cyberspace* — A discussion about “alternative communication”, starting from its manifestation during the context of Brazil’s military regime, characterizing its interfaces with popular and community communication, and identifying some of the new forms of alternative journalism practiced today, based on a bibliographical research. It is concluded that new practices update the forms of communication of the underprivileged segments of society, bringing popular and community communication closer together and differentiating them from most of the alternative media due to their autonomous nature.

Keywords: alternative journalism; popular; alternative communication; press; community communication; cyberspace

¹ Apresentado no NP Comunicação para a Cidadania, XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 2 a 6 de setembro de 2008 na Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal/RN, e promovido pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom). Versão revista e ampliada.

Introdução

Este texto situa brevemente o tema da comunicação alternativa a partir de sua manifestação no contexto do regime militar no Brasil, na última metade século XX, quando se mescla à comunicação popular. Objetiva mostrar as especificidades do jornalismo alternativo nas interfaces com a comunicação popular e comunitária, além de identificar algumas de suas manifestações atuais na realidade brasileira de modo a compreender as alterações em curso.

Trata-se de estudo bibliográfico com abordagem histórico-dialética. Apresentamos apontamentos iniciais de um estudo mais amplo na tentativa de contribuir para o debate, fornecendo elementos para responder a possíveis dúvidas quanto às delimitações rígidas por vezes buscadas entre comunicação popular, comunitária e alternativa.

Origens e conceitos de comunicação alternativa

Como o próprio nome indica, a comunicação alternativa se baliza por uma posição diferente: pretende ser uma opção como canal de expressão e de conteúdos infocomunicativos em comparação à grande mídia comercial e à mídia pública de tendência conservadora. Partindo desse pressuposto vem se desenvolvendo ao longo da história uma práxis comunicacional — teoria e prática — diversa e que se modifica em conformidade com o contexto histórico em que se realiza.

Suas diferenças são percebidas na direção político-ideológica, na proposta editorial — tanto pelo enfoque dado aos conteúdos quanto pelos assuntos tratados e pela abordagem crítica —, nos modos de organização (de base popular, coletiva, no quintal de militantes) e nas estratégias de produção/ação (vínculo local, participação ativa, liberdade de expressão, uso mobilizador), entre outros aspectos. Houve um tempo em que produzir e difundir boletins, panfletos, jornais etc., significava grande risco de prisão e condenação política. Assim, no contexto do regime militar, produzia-se comunicação alternativa clandestinamente, pois havia controle estatal e censura.

No conjunto, a comunicação alternativa representa uma contracomunicação, ou uma outra comunicação, elaborada no âmbito dos movimentos populares e das “comunidades”, e que visa exercitar a liberdade de expressão, oferecer conteúdos diferenciados, servir de instrumento de conscientização e, assim, democratizar a informação e o acesso da população aos meios de comunicação, de modo a contribuir para a transformação social.

Com o passar do tempo, a uso do termo “alternativo” para qualificar uma modalidade de comunicação foi se tornando mais complicado, porque seu significado, diante das diferentes práticas que foram surgindo, não é unívoco. Ele tanto pode se referir a jornais e outros canais comunicativos independentes — orgânicos ou não a movimentos sociais e organizações congêneres — como a publicações alternativas elaboradas por segmentos da pequena

burguesia² e vendidas em bancas, ou à comunicação popular e comunitária, propriamente dita, e ainda àquela produzida por segmentos combativos da oposição sindical.

Entendemos por comunicação alternativa uma comunicação livre,³ ou seja, que se pauta pela desvinculação de aparatos governamentais e empresariais de interesse comercial e/ou político-conservador. Não se trata unicamente de jornais, mas de outros meios de comunicação, como rádio, vídeo, panfleto etc.

Historicamente, a posição político-ideológica desse tipo de comunicação no Brasil é de caráter contestador ao *status quo* e serve como canal de expressão de setores subalternos da população organizados com vistas a obter respostas para suas demandas ligadas às carências sociais e econômicas advindas das desigualdades sociais (condições de moradia, de saúde etc.), bem como às lutas para democratizar a política e a sociedade, além daquelas do mundo do trabalho que visam melhorar a distribuição de renda e as condições de execução das tarefas produtivas.

Apesar da diversidade de formas de comunicação alternativa, é possível agrupá-las em duas grandes correntes que também têm seus desdobramentos: comunicação popular, alternativa e comunitária, e imprensa alternativa.

Corrente comunicação popular, alternativa e comunitária

A primeira corrente, à qual podemos chamar de comunicação popular, alternativa e comunitária, é constituída por iniciativas populares (para além de jornais) e orgânicas aos movimentos sociais. São experiências comumente denominadas de comunicação participativa, dialógica, educativa, horizontal, comunitária ou radical.⁴ Trata-se de uma comunicação provinda de segmentos populacionais subalternos, que também pode ser percebida em suas singularidades a partir de outros ângulos, como do conteúdo, do formato, da propriedade e controle coletivo da gestão, do nível de participação popular, do público destinatário que se converte em emissor, da finalidade e da linguagem.⁵

² Raimundo Rodrigues Pereira (1986, p. 55-56) chega a dizer que “a imprensa alternativa foi expressão da média burguesia, dos trabalhadores e da pequena burguesia, defendeu interesses nacionais e populares, portanto, condenava o regime militar”.

³ Referimo-nos aqui à imprensa livre na perspectiva da comunicação alternativa. Portanto, não estamos generalizando para outros tipos de imprensa livre, também possível e desejável, como no caso de grandes jornais comerciais e outros canais de comunicação quando exercem a liberdade de expressão, mesmo contrariando interesses de governos e de outras forças sociais.

⁴ John Downing (2002) prefere chamar os variados tipos de comunicação alternativa de mídia radical.

⁵ Máximo Simpson Grinberg, já nos anos de 1980, chamava a atenção para as diferentes perspectivas do alternativo. O texto “Comunicação alternativa: dimensões, limites, possibilidades”, que faz parte da coletânea *A comunicação alternativa na América Latina*, organizada por ele mesmo e publicada pela Editora Vozes em 1987, detalha o assunto. Regina Festa também deu grande contribuição nesse sentido na coletânea *Comunicação popular e alternativa no Brasil* (1986) ao documentar experiências populares e analisar o jornalismo alternativo e a comunicação popular de então.

Um dos aspectos centrais a ser ressaltado é que se trata de uma comunicação cuja origem se vincula à ação dos movimentos populares desde os anos 1970 e precedentes, portanto é típico do processo de reação aos ditames da ditadura militar, sem menosprezar o fato de que nas primeiras décadas do século passado também existiram jornais e outros meios de comunicação alternativa a serviço dos interesses dos trabalhadores (PERUZZO, 2004). Estamos falando, pois, de uma comunicação que se vincula aos movimentos populares e a outras formas de organização de segmentos populacionais mobilizados e articulados e que tem por finalidade contribuir para a mudança social e a ampliação dos direitos de cidadania.

São reconhecidos como pertinentes tanto os produtos de comunicação produzidos dentro dos movimentos como aqueles feitos fora, mas que de algum modo contribuem para o processo de conscientização e ação. Nessa fase, um tipo de imprensa sindical, gerada fora das instâncias oficiais dos sindicatos — na época estes eram totalmente controlados pelo governo militar —, nomeadamente a Oposição Sindical, movimento que difundia seus boletins, panfletos, poesias, peças teatrais em frente a fábricas, numa linha contestadora à ordem estabelecida e reivindicativa de mudanças, também desempenhou papel importante enquanto meio alternativo de informação.

A história segue seu curso dinâmico. A ditadura se flexibiliza, agoniza e morre. Há avanços da democracia política. Os movimentos sociais populares⁶ crescem e depois alguns se refluem, muitos desaparecem e outros nascem ou se revigoram, dinâmica que a comunicação popular e alternativa parece acompanhar. Nos últimos tempos, mais precisamente no início deste século, observa-se uma retomada crescente de iniciativas de comunicação popular, alternativa e comunitária no Brasil, agora incorporando inovadores formatos e canais de difusão possibilitados pelas novas tecnologias de informações e comunicação (NTIC). São experiências ligadas a movimentos sociais, associações comunitárias e de vários outros tipos de organizações não governamentais, segmentos comunitários autônomos (infanto-juvenil, estudantil etc.), projetos de extensão (e de outros tipos) de universidades, iniciativas de rádio-escola que muitas vezes extrapolam o espaço escolar e estabelecem elos com a “comunidade” local e assim por diante. São pequenos jornais, fanzines, alto-falantes, jornal mural, webradio, bicicleta de som, carro de som, grupos de teatro, vídeos, rádios comunitárias, canais comunitários de televisão, blogs, fotologs, websites, e-zines etc., que servem de pretexto para a realização de atividades de educação informal ou não-formal.

Nas experiências de caráter popular-comunitário, a finalidade, em última instância, é favorecer a autoemancipação humana e contribuir para a melhoria das condições de existência das populações empobrecidas, de modo a reduzir a pobreza, a discriminação, a violência etc., bem como avançar na equidade social e no respeito à diversidade cultural. Contudo, a comunicação não se presta a fazer mudanças sozinha.⁷ A visão de uso dos meios meramente

⁶ Sobre os movimentos sociais nos anos 1980 e 1990 ver Maria da Glória Gohn (2004).

⁷ Desde os anos 1980, Mário Kaplún (1985), Juan Díaz Bordenave (1983) e Luis Ramiro Beltrán (1981), entre muitos outros, insistem na noção de interação da comunicação nos processos organizativos e educativos populares.

para difundir conteúdos educativos está superada. Trata-se de sua inserção em processos de mobilização e de vínculo local ou identitário sintonizados a programas mais amplos de organização-ação, dos movimentos sociais populares. Estes privilegiam o atendimento às necessidades concretas de segmentos populacionais de acordo com cada realidade. Nessa práxis ocorre a Educomunicação comunitária (PERUZZO, 2007), uma modalidade de comunicação educativa que se constitui no bojo de dinâmicas voltadas à mudança social — ampliação da cidadania — ou, em outros termos, uma comunicação para o desenvolvimento sustentável (CONTEÇOTE, 2008), melhor dizendo, para a transformação social ou para a cidadania.

Conceitualmente, comunicação popular, alternativa, comunitária e/ou radical se confundem. A confusão ocorre porque, apesar de denominações diferentes, na prática, em muitos casos os objetivos, os processos desenvolvidos e a estratégia são os mesmos ou, no mínimo, semelhantes. Porém, apesar das aproximações de sentido, no percurso da democratização do país, algumas dessas denominações foram se configurando com perfis mais específicos. A principal razão dessa alteração está na mudança do contexto histórico em que as bandeiras de lutas se ampliam, tendo em vista não existir mais o caráter explícito de oposição política — que unia as esquerdas — ao autoritarismo militar e seus desdobramentos. Uma dessas denominações é comunicação comunitária, a qual acabou se configurando numa vertente mais específica em decorrência das práticas sociais desenvolvidas (PERUZZO, no prelo). A rádio comunitária, por exemplo, extrapola o cenário dos movimentos populares e se relaciona com públicos mais abrangentes. Outra vertente que também adquiriu feições diferenciadas ao logo do tempo foi a imprensa alternativa, como veremos adiante.

Corrente imprensa alternativa

A corrente imprensa alternativa engloba o jornalismo alternativo praticado no contexto dos movimentos populares, em conformidade ao que nos referimos no item precedente; a imprensa “popular” (FESTA, 1986) ligada a organismos comprometidos com as causas sociais, mas com publicações de porte mais bem elaborado e com tiragens maiores;⁸ a imprensa político-partidária;⁹ a imprensa sindical combativa¹⁰ e o

⁸ Como o jornal *Mulherio* (produzido por um grupo de mulheres); o *Porantin* (do Conselho Indigenista Missionário – CIMI), sobre a questão indígena, e o *Jornal Livro* (produzido por entidades e grupos voltados ao trabalho de educação de base) (FESTA, 1986, p. 25) que existiram nos anos 1970 e 1980. O *Porantin* continua sendo editado. Em junho/julho de 2008 publicou sua 306ª edição. O CIMI possui também a Rádio Porantin *on-line* e a revista *Mensageiro*, dedicadas às problemáticas dos povos indígenas. Outras iniciativas também levam adiante propostas crítico-transformadoras da realidade, como o *Vida Missionária*, jornal dos Missionários do Verbo Divino e das Missionárias Servas do Espírito Santo, o *Vai Vem*, Boletim das Migrações, do Serviço Pastoral dos Migrantes, Arquidiocese de São Paulo, entre muitos outros.

⁹ Expressa em jornais como *Voz da Unidade*, *Tribuna da Luta Operária*, *Companheiros* e *Em Tempo* (FESTA, 1986, p. 25).

¹⁰ Que editou importantes jornais como a *Tribuna Metalúrgica* e *Folha Bancária*, ainda existentes.

jornal alternativo (CHINEM, 1995; KUCINSKI, 1991; INTERVOZES, 2006; FESTA, 1986) propriamente dito, caracterizado como de informação geral, à semelhança dos diários, semanários ou mensários, porém com abordagem crítica. Esse último modelo se constitui num tipo especial de jornal caracterizado como independente e não alinhado a governos e ao modo de operar da grande mídia, o qual inclui o funcionamento do meio enquanto empresa privada e a consequente submissão à lógica do mercado, como forma de gerar lucros, sistema de gestão burocrático e alinhamento estratégico aos interesses ideológicos e políticos das classes dominantes.

Ao jornalismo alternativo de base popular cabem as características mencionadas na primeira parte do texto. Ao jornalismo político-partidário e ao sindical compete tratar de assuntos de seus campos de atuação. Já o jornalismo alternativo de informação geral, importante segmento da imprensa brasileira tanto pela ousadia como pela forte perseguição, a qual culminou na sua extinção durante a ditadura militar, aponta para a questão da governança pública.

Embora tenha existido em outros momentos históricos, a imprensa alternativa marcou época durante o regime militar no Brasil com jornais que aspiravam por mudanças na sociedade. Ousaram apresentar conteúdos alternativos àqueles oferecidos pela grande imprensa então sob censura ou subserviente aos interesses do Estado de exceção. Analisavam criticamente os acontecimentos e, no fundo, propunham um tipo de desenvolvimento¹¹ (KUCINSKI, 1991) diferente daquele em vigor.

Entre os mais famosos estão os jornais *PIF-PAF*, lançado em 1964, *Pasquim* (1969), *Posição* (1969), *Opinião* (1972), *Movimento* (1975), *Coojornal* (1975), *Versus* (1974), *De Fato* (1975) e *Extra* (1984), entre outros. Eram publicações dirigidas e elaboradas por jornalistas de esquerda, alguns ligados à pequena burguesia, que, cansados do autoritarismo, aspiravam um novo projeto social e se preocupavam em informar a população sobre temas de interesse nacional numa abordagem crítica (KUCINSKI, 1991, p. XVI; PEREIRA, 1986).

Para Bernardo Kucinski (1991, p. 5),

os protagonistas da imprensa alternativa dos anos 70 constituíam, assim, uma subcultura que se distinguia do grosso dos jornais e intelectuais pela sua disposição contestatória, pela sua propensão ao ativismo, pela sua intransigência intelectual e, em certa medida moral, pela afinidade com os motivos ideológicos que moviam os ativistas políticos.

Esse tipo de jornal alternativo representava, de fato, alternativa de leitura aos grandes jornais então existentes, embora tratasse basicamente dos mesmos temas, além, é claro, daqueles então proibidos pela censura. Os alternativos, também vendidos em bancas ou comercializados por assinaturas, tinham forte penetração entre as correntes progressistas.

¹¹ Bernardo Kucinski (1991) trata claramente dessa questão, além de dizer que os jornalistas também queriam desenvolver sua produção profissional e intelectual com liberdade.

Desse modo, o que caracteriza esse tipo de jornal como alternativo é o fato de representar uma opção como fonte de informação, pela cobertura de temas ausentes da grande mídia e pela abordagem crítica dos conteúdos que oferece. Já os pequenos jornais, boletins informativos e outras formas de jornalismo popular também conhecidas como alternativas, do nosso ponto de vista não dispensam o acesso aos jornais convencionais, pois seus conteúdos são mais específicos e relacionados a problemáticas locais ou a determinados segmentos sociais.

O jornalismo alternativo se recria

Passados os anos em que a imprensa alternativa desapareceu do cenário brasileiro por conta da ditadura militar, bem como aqueles de reorganização das forças sociais no contexto de redemocratização que possibilitava mais liberdade e conseqüentemente o surgimento de diversas formas alternativas de expressão, no início do século XXI ela se revigora de modo extraordinário. Reedita formas de expressão impressas e audiovisuais, cria novos canais e, ao mesmo tempo, se recria por meio de novos formatos digitais que o avanço tecnológico favorece. Mas permanece seu caráter alternativo, como já explicitado.

Nesse cenário, surgem novos jornais, vídeos, webrádios, home pages, fotologs, videologs, podcasts, e-zines, revistas etc. Agências alternativas de notícias são criadas; produtos editoriais dessa natureza assumem formatos impresso, audiovisual e *on-line*; cresce o número de Observatórios de Mídia e da Comunicação que monitoram a mídia; surgem Coletivos de Comunicação como o Centro de Mídia Independente (CMI); novos canais de comunicação como os websites colaborativos e outras formas de redes sociais são criados e os weblogs se proliferam.

Entre as várias iniciativas recentes apontamos algumas, a título de ilustração: a) Agência de Informação Frei Tito para a América Latina (ADITAL),¹² que disponibiliza notícias da América Latina e do Caribe numa linha crítico-progressista; b) Caros Amigos,¹³ revista mensal editada pela Casa Amarela que oferece abordagens crítico-reflexivas de esquerda sobre temas da atualidade; c) Agência Brasil de Fato e jornal Brasil de Fato, ambos ligados ao Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST) e com a proposta de oferecer “uma visão popular do Brasil e do mundo” (o jornal é um “semanário político, de circulação nacional, que visa contribuir para o debate de ideias e na análise dos fatos do ponto de vista da necessidade de mudanças sociais no Brasil”; foi criado por movimentos sociais, como o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST), Via Campesina, Consulta Popular e pastorais sociais e lançado em 25 de janeiro de 2003);¹⁴ d) Le Monde

¹² Realiza pesquisas e se relaciona com jornalistas e universidades visando a conscientização, qualificação e mobilização na área dos direitos da criança e do adolescente. Disponível em: <www.adital.org.br>.

¹³ Disponível em: <www.carosamigos.terra.com.br>.

¹⁴ As organizações fundadoras entendem que, “na luta por uma sociedade justa e fraterna, a democratização dos meios de comunicação é fundamental”. Fonte: <www.brasildefato.com.br>.

Diplomatique Brasil,¹⁵ iniciativa conjunta do Instituto Paulo Freire e Instituto Pólis, com edições eletrônica e impressa em português, analisa criticamente e em profundidade os mais importantes acontecimentos; e) Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI),¹⁶ fundada em 1992, desenvolve trabalhos que ultrapassam os de uma agência de notícias e trabalha com “comunicação para os direitos da criança e do adolescente”; f) Agência de Notícias Carta Maior,¹⁷ publicação eletrônica multimídia que nasceu em 2001 e tem entre seu ideário o compromisso de contribuir para “desenvolver um sistema de mídia democrática no Brasil”; g) Revista OCAS (Organização Civil de Ação Social),¹⁸ produzida com a finalidade de ser vendida exclusivamente por pessoas em situação de rua, representando, portanto, uma fonte de renda e de novos relacionamentos possibilitando novo rumo na direção de superar a condição de viver na rua (há similares como o Trecheiro (São Paulo) e Boca de Rua (Porto Alegre)); h) Centro de Mídia Independente/CMI Brasil, é organizado internacionalmente e tem redes em vários países, constituído por voluntários que militam tanto por meio da rede mundial de computadores — cada um pode postar suas matérias no site, participar de discussões etc. —, como em projetos concretos ligados a movimentos sociais. O CMI Brasil se autodenomina “rede de produtores e produtoras independentes de mídia que busca oferecer ao público informação alternativa e crítica de qualidade que contribua para a construção de uma sociedade livre, igualitária e que respeite o meio ambiente. [...] Quer dar voz a quem não têm voz, constituindo uma alternativa consistente à mídia empresarial” [...];¹⁹ i) Overmundo — “O Overmundo é um site colaborativo. Um coletivo virtual. Seu objetivo é servir de canal de expressão para a produção cultural do Brasil e de comunidades de brasileiros espalhadas pelo mundo”,²⁰ sobretudo a quem não tem acesso aos grandes meios de difusão, e ao adotar como política de publicação a licença Creative Commons, contribui para difundir o acúmulo de informação cultural de forma descentralizada; j) Observatório do Direito à Comunicação,²¹ iniciativa do Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social, “cujo objetivo central é criar um ambiente de acompanhamento, fiscalização e reflexão sobre as políticas públicas do campo da comunicação”;²² k) Blog, página eletrônica na qual se postam mensagens a critério de

¹⁵ Lançado em 1954, na França, e publicado hoje em 23 idiomas e 34 países, publicou sua primeira versão em português em 2007. Disponível em: <www.diplo.com.br>.

¹⁶ Fonte: <<http://www.redeandibrasil.org.br/>>.

¹⁷ “E, de modo mais amplo, trabalhar pela democratização do Estado brasileiro, pelo fortalecimento da integração sul-americana e de todos os movimentos que lutam pela construção de uma globalização solidária”. Fonte: <<http://www.cartamaior.com.br>>.

¹⁸ Fonte: <www.ocas.org.br>.

¹⁹ Fonte: <www.midiaindependente.org>.

²⁰ Desse modo toda a sociedade pode livremente compartilhar do que está no site, desde que seja para fins não comerciais. Fonte: <www.overmundo.org.br>.

²¹ Ver também <<http://www.observatorioidaimprensa.com.br/>>.

²² “Pretende reunir, organizar e oferecer [...] referências concretas” sobre acontecimentos e reflexões relativos aos direitos a comunicação”. Disponível em: <<http://www.direitoacomunicacao.org.br>>.

seu responsável, exemplificados por Comunidade em Ação²³ e Helipa Informa,²⁴ blogs criados pelos estudantes do II Curso Correspondentes da Cidadania²⁵ e desenvolvido para alunos de escolas públicas de Heliópolis (São Paulo, capital).

Como se vê, há confluência de diferentes meios e propostas editoriais. A internet, ao inverter a lógica de produção centrada num emissor e dirigida a muitos (um/todos) para aquela em que todos podem se tornar emissores e serem lidos, vistos ou ouvidos por todos (todos/todos), amplia as possibilidades comunicativas e de participação social. A facilidade com que cada cidadão pode se tornar “jornalista” é incomparável a de períodos anteriores. A construção de blogs e websites é cada vez mais acessível. O YouTube divulga uma produção antes fadada a videotecas universitárias.

No entanto, há diferenças principalmente no que se refere aos blogs e similares. Todo blog pode ser independente ou autônomo, mas nem todos são alternativos, na perspectiva de sua coerência à proposta histórica do fenômeno da comunicação alternativa. Há meios com a finalidade de oferecer conteúdos condizentes com ampliação dos direitos de cidadania e de estabelecer a justiça social, mas há também outros que representam interesses individuais e de autoexpressão, os quais podem ser de diferentes matizes, até mesmo conservadores ou privado-mercantis. Historicamente, a imprensa alternativa no Brasil se pauta por uma linha editorial crítico-progressista em prol da democracia: uma comunicação contra-hegemônica.

Aproximações e distinções

As manifestações da comunicação popular, alternativa e comunitária — do vídeo popular e da rádio livre ou comunitária²⁶ ao website colaborativo ou ao jornal alternativo de circulação regional ou nacional — expressam o protagonismo de segmentos populacionais descontentes com o *status quo*. Ocorrem no bojo de lutas populares a partir dos lugares de vivências cotidianas nas localidades e em outros espaços de relacionamentos, como o ciberespaço.

Há quem pergunte quais são as diferenças entre essas manifestações. Na verdade, demarcações precisas de fronteiras entre elas tendem a não resistir à realidade, que costuma extrapolar os conceitos e dar pistas para sua reformulação, em razão de sua dinamicidade e caráter inter e transrelacionado das relações entre organização/ação

²³ Disponível em: <<http://heliopoliscomunidadeemacao.blogspot.com/>>.

²⁴ Disponível em: <<http://helipainforma.blogspot.com/>>.

²⁵ Curso de formação em comunicação relacionado à Rádio Comunitária Heliópolis que visou colaborar para incrementar o seu jornalismo com informações locais. Foi coordenado por: OBORÉ Projetos Especiais, Núcleo de Pesquisa de Comunicação Comunitária e Local (COMUNI/Metodista) e o Projeto Redigir (alunos da ECA/USP).

²⁶ Com as devidas ressalvas, afinal nem todas as emissoras que se denominam comunitárias se pautam por princípios condizentes. Muitas reproduzem a lógica e os “vícios” das rádios comerciais.

social/comunicação. Nas práticas sociais, os processos comunicacionais são holísticos. Não se dissociam de mobilizações mais amplas e podem assumir um hibridismo de linguagem, finalidades, formatos, conteúdos e práticas de produção. 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. O morador pode não participar diretamente da gestão, mas ter espaço para programas, participar das reuniões de pauta etc. Pode não participar das reuniões de pauta, mas ter voz ativa na programação.

No entanto, para efeito didático e sem perder outra característica desse hibridismo, a confluência em termos políticos e ideológicos entre experiências aparentemente distantes, as singularidades da comunicação popular, alternativa e comunitária, neste início de século, permitem a identificação das seguintes categorias:

1. Comunicação popular, alternativa e comunitária: trata-se de uma vertente constituída por iniciativas populares (do povo) no contexto de localidades, bairros, comunidades (presenciais ou virtuais), movimentos sociais e organizações civis congêneres sem fins lucrativos. Surge para suprir necessidades de expressão de segmentos das classes subalternas em suas lutas pelo estabelecimento da justiça social. Constrói uma outra comunicação, que se distingue da mídia comercial pelos conteúdos difundidos, formatos, sistemas de gestão e/ou pela participação da população e pelo compromisso com o interesse público. Ela se configura em:

- a) **Comunicação popular e comunitária:** processos de comunicação constituídos no âmbito de movimentos sociais populares e comunidades de diferentes tipos, tanto as de base geográfica, como aquelas marcadas por outros tipos de afinidades. É sem fins lucrativos e tem caráter educativo, cultural e mobilizatório. Envolve a participação ativa horizontal (na produção, emissão e na recepção de conteúdos) do cidadão, tornando-se um canal de comunicação pertencente à comunidade ou ao movimento social e, portanto, deve se submeter às suas demandas.
- b) **Comunicação popular alternativa:** processos de comunicação constituídos por iniciativas que envolvem a participação de segmentos populares, mas não respondem ou são assumidos pela comunidade como um todo. Em geral, são motivados ou viabilizados por organizações não governamentais (ONGs), fundações, projetos de universidades, órgãos públicos, igrejas etc., mas também podem funcionar a partir de iniciativas autóctones. Tendem a se confundir com a comunicação comunitária em decorrência de similaridades, ou mesmo vir a constituir-se como tal.

2. Imprensa alternativa: trata-se de uma vertente que reúne processos de comunicação basicamente jornalísticos, que podem assumir feições mais amplas, de caráter

autônomo e, por natureza, não alinhados aos padrões dos meios de comunicação convencionais, governos e demais setores que representam as classes dominantes. Os canais alternativos de maior porte se constituem em alternativa enquanto fontes de informações. Pelas características específicas de alguns de seus segmentos, podem ser agrupados em:

- a) **Jornalismo popular alternativo (ou de base popular):** efetiva-se de modo participativo, uma vez ligado a movimentos populares, associações, entidades ligadas a setores progressistas de igrejas, ONGs etc., se configura e circula no mesmo universo da comunicação popular e comunitária.
- b) **Jornalismo alternativo colaborativo (de informação geral ou especializada):** se ocupa, fundamentalmente, em transmitir uma visão diferenciada e crítica dos acontecimentos que normalmente já são tratados pela grande mídia, além de temas omitidos por ela.²⁷ Pode também tratar especificamente de política, economia, questões locais, questões juvenis, crítica aos meios de comunicação etc. Seu caráter colaborativo pode ocorrer a partir de duas perspectivas. A primeira, pelo senso de ajuda, partilha e colaboração instituído e praticado, em geral, por voluntários que levam adiante alguma proposta editorial diferenciada. Essa dimensão é característica da comunicação popular, comunitária e alternativa ao longo dos tempos e utiliza como suporte canais impressos, orais, audiovisuais e/ou digitais. Como exemplo, podemos citar a revista *Viração* e o jornal *Trecheiro*. A segunda perspectiva se refere a processos interativos nas mídias digitais, na lógica da Web 2.0, através de websites colaborativos, nos quais os membros e militantes usuários da internet podem contribuir com conteúdos produzidos por eles mesmos e inseridos no sistema *on-line*. Tais webespaços são majoritariamente preenchidos com conteúdos elaborados pelos próprios usuários. Exemplos: Centro de Mídia Independente (CMI), Overmundo, Canal Motoboy, Wikinews e YouTube.²⁸
- c) **Jornalismo alternativo autônomo:** imprensa produzida por indivíduos isoladamente ou até por microempresários. Pode ser de informação geral, literário, político etc.
- d) **Jornalismo político-partidário:** imprensa sob a direção de partidos políticos, candidatos a cargos eletivos ou parte de “mandatos” de vereadores, deputados e senadores no exercício da função pública de representação.
- e) **Jornalismo sindical:** imprensa produzida no universo dos sindicatos de trabalhadores e organizações similares de categorias profissionais (metalúrgicos, professores etc.).

²⁷ Não confundir com o jornalismo colaborativo praticado pela grande imprensa.

²⁸ Em geral são iniciativas criadas e mantidas por coletivos, redes civis, cooperativas, organizações não governamentais e organizações sociais de interesse público (OSCIps), ligadas diretamente ou não a movimentos sociais.

Depreende-se, portanto, que parte da imprensa alternativa se diferencia da comunicação popular e comunitária por certo distanciamento dos movimentos sociais e comunidades, pois, em geral, é independente deles como meio de comunicação, ainda que haja vínculos ideológicos ou políticos. O que não quer dizer que não existam meios alternativos orgânicos a movimentos sociais, como é o caso do jornal *Brasil de Fato* (ligado ao Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra – MST) e dos jornais de sindicatos, de associações de moradores etc.

Lembramos, todavia, que a categorização acima visa apenas facilitar a compreensão. Não serve para classificar e explicar toda e qualquer experiência, pois as práticas comunicativas de base popular e alternativa tendem a conjugar mais de uma dimensão. Também não serve para demarcar fronteiras inflexíveis onde elas inexistem, ou seja, na realidade concreta. O jornal *AJindo*,²⁹ idealizado por jovens indígenas de Dourados/MS, por exemplo, conjuga o popular e o alternativo (OTRE, 2008).

Entre as marcas da comunicação popular, comunitária e alternativa atual estão a diversidade de perspectivas político-editoriais (de enfoques críticos e contestadores aos políticos e educativos e até os literários e artísticos) e a agregação de formas inovadoras de comunicação (sítios colaborativos, blogs etc.), além da continuidade de experiências de cunho comunitário e alternativo e aquelas mais recentes que envolvem jovens, adolescentes, adultos e crianças. Exemplificando: a rádio popular por meio de sistemas de alto-falantes continua viva em muitas localidades brasileiras. O *Jornal Pessoal*, um alternativo que incomoda gente poderosa na Amazônia, é mantido há duas décadas pelo jornalista Lúcio Flávio Pinto, no Pará. Em São Paulo, jovens ajudam na idealização e na produção da revista alternativa *Viração* (TEIXEIRA, 2007). Surge jornal em sacola de pão, como é o caso de o *Forninho*,³⁰ criado em Vitória/ES. Adolescentes e jovens são incentivados a aprender a operar a webrádio do Grupo Cultural AfroReggae do Rio de Janeiro. Participantes de oficinas de serigrafia e de hip-hop (rap, break, grafite e DJ), especialmente jovens moradores de favelas cariocas, se intercalam na produção do jornal *Voz da Periferia*, na elaboração e difusão de programas de rádio e participação em conselhos populares locais, por iniciativa do *Movimento Enraizados*. Esse movimento surgiu no Rio de Janeiro e já se tornou uma rede atuante em mais de dezesseis estados do Brasil. Há jornais produzidos para e/ou pela população em situação de rua, tais como *O Trecheiro* (São Paulo/SP), *Boca de Rua* (Porto Alegre/RS), *Revista Ocas* (São Paulo/SP, Rio de Janeiro/RJ) e *Belo Horizonte* (MG), *Aurora da Rua* (Salvador/BA), *Informativo do Catador* (Rio de Janeiro/RJ).

No contexto atual, há algo inovador no campo da comunicação comunitária e alternativa, especialmente a jornalística. É a possibilidade real de qualquer cidadão se tornar “jornalista”.³¹

²⁹ Ação de Jovens Indígenas de Dourados.

³⁰ Jornal impresso em saco que serve para embalar pães e usado em padarias. Nele são passadas informações sobre eventos culturais, dicas de saúde etc.

³¹ O assunto está tratado de modo mais detalhado no texto “Internet e democracia comunicacional: entre os entraves, utopias e o direito à comunicação” (PERUZZO, 2006).

Trata-se da prática do “jornalismo cidadão” e de fontes abertas (*open sources*) da era digital que derruba a figura do *gatekeeper*³² e incentiva a participação ativa das pessoas no fazer comunicacional. É um campo aberto para o resgate da palavra do povo que tanto queria Paulo Freire. Pena que a maioria do povo ainda esteja distante do acesso à internet.

Mas o fenômeno da comunicação participativa *on-line* não diz respeito apenas a questões tecnológicas. Wolton (2003, p. 188), alerta que

as novas tecnologias de comunicação constituem, na realidade, uma inovação técnica; todavia, como o *estatuto* da comunicação em uma sociedade não depende só da técnica, mas também das dimensões culturais e sociais, é em relação a este conjunto de três características que é preciso avaliar.

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, não 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.

As novas manifestações alternativas de comunicação, ao incorporar suportes digitais e interativos em tempo real, engendram não só conteúdos diferenciados a partir de novos olhares tendo em vista a desalienação mas também novos procedimentos de ação na construção e na difusão de mensagens, na socialização de conhecimentos técnicos (e outros), na criação de códigos compartilhados de conduta e na instituição de novas relações sociais de produção³³ que põem em suspensão a hierarquia e a burocracia tradicional e o sentido da propriedade privada.

Portanto, a constatação de que a internet estimula um padrão de sociabilidade individualista³⁴ é apenas uma face do fenômeno. Ela também favorece articulações comunitárias e formas de expressão coletivas e colaborativas, como bem demonstram as apropriações do ciberespaço por movimentos sociais, comunidades e outros coletivos cívicos em rede (LEÓN, BURCH; TAMAYO, 2001; FINQUELIEVICH, 2000; CASTELLS, 2003).

A tendência à individualização pode ser um alerta de que não basta criar um canal de comunicação, nem mesmo apenas aderir a temas tradicionalmente revolucionários, mas renovar os processos de elaborar, gestar e difundir a comunicação: favorecer a participação popular.

³² “Porteiro” (controlador) que seleciona o que entra ou não no meio de comunicação.

³³ Porém, tais dimensões já faziam parte da comunicação popular e alternativa de outros tempos históricos.

³⁴ Castells (2003, p. 109) discute a questão mostrando que o individualismo não é criado pela internet, além de apontar usos coletivos da rede.

Para Martín-Barbero (2006, p. 68), “o que os movimentos sociais e minorias — as etnias e as raças, as mulheres, os jovens ou os homossexuais — demandam não é tanto ser re-apresentados, mas, sim, reconhecidos; fazerem-se visíveis socialmente em sua diferença”.

O mesmo autor, fazendo referência a Kroes, Finquelievich e Molina, comenta que o uso alternativo das tecnologias e de redes informáticas na “reconstrução da esfera pública passa, sem dúvida, por profundas mudanças nos mapas mentais, nas linguagens e nos desenhos de políticas, exigidos, todos eles, pelas novas formas de complexidade que revestem as reconfigurações e hibridizações do público e do privado” (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 69).

Na comunicação comunitária e alternativa as pessoas que a exercitam não o fazem simplesmente para se tornarem visíveis ou para dar visibilidade às suas entidades.³⁵ Constroem uma visibilidade midiática que subverte a “ordem”³⁶ de ocupação de espaço na mídia por celebridades. Não se trata de aparição pública em busca de alguns “minutos de fama”, trata-se de uma participação política, uma vontade de interferir para a ampliação da qualidade da cidadania, para a circulação de ideias dissonantes das dominantes e para a transformação social.

Considerações finais

Sem a pretensão de analisar todas as vertentes do alternativo antes apontadas, procuramos mostrar, nos limites deste texto, que as manifestações da comunicação alternativa são multifacetadas e que há confluências inseparáveis colocadas no seu percurso histórico e em manifestações recentes, mas ao mesmo tempo há especificidades. Uma delas está entre a comunicação alternativa e a imprensa alternativa.

Outro aspecto ressaltado é o fato de a comunicação mediada por computador (CMC) estar revolucionando os processos de comunicação alternativa. As possibilidades de novos formatos e feições, principalmente por meio de mecanismos do hipertexto e alta interatividade, lhe dão novo ânimo e nova cara. A comunicação comunitária e alternativa é parte de um processo amplo de mudanças que atualiza o interesse social por justiça e democracia, inclusive a comunicacional.

Novas práticas atualizam as formas de comunicação de segmentos subalternos da sociedade e aprimoram as proximidades entre a comunicação popular e a comunitária, distinguindo-as, em algumas situações, da imprensa alternativa por seu caráter mais autônomo e independente. Mas, em última instância, por meio de diferentes formas de expressão, todas as vertentes representam as vozes dissonantes e sem vez na estrutura de poder.

³⁵ Nesse universo, a participação popular, a interação e a colaboração praticadas contrastam com o uso utilitarista de mecanismos interativos por parte dos grandes meios de comunicação e de empresas de outros tipos, os quais estão preocupados com o feedback para melhorar o próprio desempenho e/ou controle de sua imagem corporativa.

³⁶ Como os critérios importância, do ineditismo ao inusitado, tão usados na mídia convencional.

Referências

- BELTRÁN, Luis Ramiro (1981). Adeus a Aristóteles. *Comunicação e Sociedade*: revista do Programa de Comunicação, São Bernardo do Campo, n. 6, p. 5-35.
- BORDENAVE, J. D. (1983). *Além dos meios e das mensagens*. Petrópolis: Vozes.
- CASTELLS, M. (2003). *A galáxia da internet*. São Paulo: Zahar.
- CHINEM, R. (1995). *Imprensa alternativa*. São Paulo: Ática.
- CONTEÇOTE, M. L. (2008). *Metodologias de desenvolvimento de comunidade e comunicação para a mudança social*. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social)–UMESP, São Bernardo do Campo.
- DOWNING, J. (2002). *Mídia radical: rebeldia*. São Paulo: Senac.
- FESTA, R. (1986) Movimentos sociais, comunicação popular e alternativa In: FESTA, R.; SILVA, Carlos E. Lins da (Org.). *Comunicação popular e alternativa no Brasil*. São Paulo: Paulinas. p. 9-30.
- FINQUELIEVICH, S. (Org.) (2000). *Ciudadanos a la red! Los vínculos sociales en el ciberespacio*. Buenos Aires: Ciccus/La Crujía.
- FUSER, B. (Org.) (2005). *Comunicação alternativa*. Campinas: CMU-PUC.
- GOHN, M. G. (2004). *Teorias dos movimentos sociais*. 4. ed. São Paulo: Loyola.
- GOMES, P. G. (1990). *O jornalismo alternativo no projeto popular*. São Paulo: Paulinas.
- GRINBERG, M. S. (Org.) (1987). *A comunicação alternativa na América Latina*. Petrópolis: Vozes.
- INTERVOZES (2006). *Vozes da democracia: história da comunicação na redemocratização do Brasil*. São Paulo: Intervozes; Imprensa Oficial.
- KAPLÚN, M. (1985). *El comunicador popular*. Quito: CIESPAL.
- KUCINSKI, B. (1991). *Jornalistas e revolucionários*. São Paulo: Scritta.
- LEÓN, O.; BURCH, S.; TAMAYO, E. (2001). *Movimientos sociales en la red*. Quito: ALAI.
- MARTÍN-BARBERO, J. (2006). Tecnicidades, identidades, alteridade: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In: MORAES, D. (Org.). *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: Mauad. p. 51-79.
- MARTINEZ TERRERO, J. (1988). *Comunicação grupal libertadora*. São Paulo: Paulinas.
- MELO, J. Marques (Org.) (1980). *Comunicação e classes subalternas*. São Paulo: Cortez.
- OTRE, M. A. C. (2008). *Comunicação popular-alternativa desenvolvida por jovens indígenas das aldeias do Jaguapiru e Bororá em Durados/MS*. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social)–UMESP, São Bernardo do Campo.
- PEREIRA, R. R. (1986). Viva a imprensa alternativa. Vive a imprensa alternativa. In: FESTA, R.; SILVA, Carlos E. Lins da (Org.). *Comunicação popular e alternativa no Brasil*. São Paulo: Paulinas. p. 53-79.
- PERUZZO, C. M. K. (1998). Mídia comunitária. *Comunicação e Sociedade*: revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, São Bernardo do Campo, n. 30, p. 141-156.
- _____. (2004). *Comunicação nos movimentos populares*. 3. ed. Petrópolis: Vozes.
- _____. (2006). Internet e democracia comunicacional: entre os entraves, utopias e o direito à comunicação. *Diálogos Possíveis*: revista da Faculdade Social da Bahia. ano 5, n. 2, p. 29-48, jul./dez. Disponível em: <<http://www.fsba.edu.br/dialogospossiveis/artigos.asp?ed=9>>.

146 PERUZZO, Cíclia M. Krohling. Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 17, p. 131-146, jun. 2009.

PERUZZO, C. M. K. (2007). Rádio comunitária, educomunicação e desenvolvimento local. In: PAIVA, R. (Org.). *O retorno da comunidade*. Rio de Janeiro: Mauad, p. 69-94.

_____ (no prelo). Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados e as reelaboraões no setor.

PUNTEL, J. T. (1994). *A igreja e a democratização da comunicação*. São Paulo: Paulinas.

REYES MATTA, F. (1983). *Comunicación alternativa y búsquedas democráticas*. México: F. E. Stiftung/ILET.

TEIXEIRA, N. C. (2007). *A mídia alternativa revista viração*. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social)–UMESP, São Bernardo do Campo.

WOLTON, D. (2003). *Internet, e depois?* Porto Alegre: Sulina.

CÍCLIA M. KROHLING PERUZZO é docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo e doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. É autora dos livros *Relações públicas no modo de produção capitalista*, *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania* e *Televisão comunitária: dimensão pública e participação cidadã na mídia local*.

kperuzzo@uol.com.br

*Artigo recebido em setembro de 2008
e aprovado em novembro de 2008.*