



## **Imprensa Alternativa e Comunicação Comunicação: Construindo Conceitos de uma Prática Essencial<sup>1</sup>**

Gustavo BARRETO de Campos<sup>2</sup>

Mohamed ELHAJJI<sup>3</sup>

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

### **RESUMO**

Quando a ‘explosão da informação’ ora observada se limita ao predomínio da quantidade sobre o conteúdo, transforma-se numa falácia, podendo estimular a passividade dos sujeitos e comprometer sua cidadania. Neste contexto, este artigo investiga o fortalecimento de redes de observação de mídias comunitárias é essencial, na medida em que procura sistematizar iniciativas de resistência à crescente homogeneização do imaginário social.

**PALAVRAS-CHAVE:** comunicação comunitária; cidadania; comunicação em redes.

### **INTRODUÇÃO**

A mídia que classificamos *comunitária* não se limita à “fôrma” tecnológica que está revolucionando as comunicações, conforme vimos no capítulo anterior. Diz respeito também ao que Antônio Gramsci classificou de “jornalismo integral”, o qual o autor define como “o jornalismo que não somente pretende satisfazer todas as necessidades (de uma certa categoria) de seu público, mas pretende também criar e desenvolver estas necessidades e, conseqüentemente, em certo sentido, gerar seu público e ampliar progressivamente sua área”. As “comunidades” a qual nos referimos são tanto geográficas – comunidades locais e bairros, por exemplo – quanto grupos com interesses comuns.

Para resgatarmos os conceitos úteis para melhor entender o processo de mobilização que envolve e faz uso do campo da comunicação, consideramos útil utilizar, mesmo que parcialmente, a premissa *gramsciana*<sup>4</sup> de que existe um

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Sessão Mediações e interfaces comunicacionais, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação da UFRJ, email: gb@ufrj.br

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor Doutor do Curso de Comunicação da UFRJ, email: mohahajji@yahoo.com.br

<sup>4</sup> Termo referente a Antonio Gramsci, filósofo e cientista política italiano que viveu entre os anos de 1891 e 1937.



“agrupamento cultural (...) mais ou menos homogêneo, de um certo tipo, de um certo nível e, particularmente, com uma certa orientação geral”<sup>5</sup>, que se manifesta principalmente pela língua, ponderando que “(...) toda corrente cultural cria uma sua (*sic*) linguagem, isto é, participa do desenvolvimento geral de uma determinada língua nacional, introduzindo termos novos, enriquecendo de conteúdo novos termos já em uso, criando metáforas, servindo-se de nomes históricos para facilitar a compreensão e o julgamento de determinadas situações atuais, etc. etc”.

Nos interessa particularmente os meios comunitários que, a partir de um processo de desenvolvimento orgânico, produzem informações críticas “que conduzem do simples senso comum ao pensamento coerente e sistemático”. Tais informações podem nos fornecer pistas de que o poder global da mídia está sendo desconstruído a partir do poder local.

Na linha da crítica de mídia, Gramsci entende que:

(...) é impossível uma *estatística* dos modos de pensar e das opiniões pessoais individuais (com todas as combinações que daí resultam nos grupos e nos grupelhos) que possa fornecer um quadro orgânico e sistemático da efetiva situação cultural e dos modos pelos quais se apresenta realmente o “senso comum”: só nos resta mesmo a revisão sistemática da literatura mais difundida e mais aceita pelo povo, combinada com o estudo e a crítica das correntes ideológicas do passado, cada uma das quais *pode* ter deixado um sedimento, combinando-se de várias maneiras com as correntes anteriores e posteriores”. (GRAMSCI, 2004: 206 e 207)

Gramsci lembra, antecipando as crescentes críticas à *espetacularização* da cultura e da comunicação contemporâneas, que as modificações nos modos de pensar, nas crenças, nas opiniões, não ocorrem mediante “explosões” rápidas, simultâneas e generalizadas, mas:

(...) através de *combinações sucessivas*, de acordo com *fórmulas de autoridade* variadíssimas e incontroláveis. A ilusão *explosiva* nasce da ausência de espírito crítico. Assim como não se evoluiu, nos métodos de tração, da diligência puxada por animais aos modernos trens elétricos, mas evoluiu-se através de uma série de combinações intermediárias, que em parte ainda subsistem” (GRAMSCI, 2004: 207)

Na esfera da cultura, igualmente, as diversas camadas ideológicas se combinam variavelmente, assim como “o que se tornou *ferro velho* na cidade ainda é utensílio na

---

<sup>5</sup> GRAMSCI, A. Caderno 24 (1934) – Jornalismo. IN: GRAMSCI, Antonio. Cadernos do cárcere, volume 2. 3ª edição. Edição e tradução: Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004. Todas as referências a Gramsci são deste caderno.



*provincia* (...) se a paixão é impulsiva, a cultura é produto de uma complexa elaboração”.

Por outro lado, propomos a construção do conceito de *imprensa alternativa*. Emergindo juntamente com o avanço da tecnologia da Internet, a imprensa alternativa começou a se sustentar, com mais força a partir do final dos anos 1990, com premissas básicas contra as quais a mídia empresarial não costuma se voltar. O jornalista Mario Deugaudio, em manifesto sobre o tema, resume da seguinte forma um importante argumento:

Parafraseando Norberto Bobbio ao referir-se à imprensa, uma democracia se considera como tal quando todos os interesses e setores da sociedade podem manifestar sua opinião de maneira livre, orgânica e sem exclusões, usando de iguais oportunidades e direitos, respeitando os mesmos deveres.<sup>6</sup>

Este argumento, como vamos demonstrar, vai permear todo o pensamento da imprensa alternativa. Deugaudio também centra suas críticas aos conglomerados midiáticos que, conforme argumenta, “cresceram e engordaram, cúmplices das ditaduras e amparados pela censura que destruiu concorrentes e adversários”, e “agora posam de democráticos e, o que é pior, gozam de um poder como nunca antes”. Deugaudio chama a atenção para o fato de que “ninguém põe em discussão o que escrevem ou dizem”:

Primeiro, porque quase aniquilam a capacidade de comunicação da imprensa alternativa, reduzindo-a a uma função subterrânea, praticamente clandestina. Para isso, a 'Grande Imprensa', sem maiores obstáculos, obteve fabulosos investimentos privados e públicos, seja diretamente através de ‘empréstimo a fundo perdido’, como indiretamente através da publicidade.<sup>7</sup>

O argumento é central, conforme já abordamos no capítulo sobre a economia da mídia. No começo de novembro de 2006, após a vitória incontestável do presidente Lula no Brasil, com mais de 60% dos votos no segundo turno, a imprensa empresarial brasileira foi colocada em xeque. Naquele momento, diversas análises davam conta da campanha anti-PT e anti-Lula que tomou de assalto os principais meios de comunicação de massa no Brasil. Mesmo assim, Lula passou ileso de todas as reportagens negativas, muitas caluniosas, algumas sugerindo o *impeachment* do então presidente e candidato à reeleição.

---

<sup>6</sup> DEUGAUDIO, M. Imprensa alternativa: Instrumento indispensável para o funcionamento da democracia. Revista Consciência.Net, Rio de Janeiro, 15 abr. 2004. Disponível em: <<http://www.consciencia.net/midia/imprensaalternativa.html>> . Acesso em 12 jun. 2007.

<sup>7</sup> Idem.



Enquanto isso, figuras notáveis da política brasileiro, com um histórico imenso de casos de corrupção, se mantinham ilesos pelo simples fato de pertencerem à oposição naquele momento.

Lima (2006) identificou, ainda em 2005, uma importante disparidade na cobertura da crise política daquele ano:

Uma das omissões claras foi a ausência sistemática da informação de que as agências de propaganda retêm apenas entre 15% e 20% do dinheiro que recebem pelas campanhas publicitárias, repassando os restantes 85% ou 80% para a própria mídia, como pagamento pela veiculação de anúncios. Essa omissão excluiu do noticiário a própria mídia como beneficiária/recebedora da maior parte dos recursos envolvidos nas denúncias e inflacionou os valores recebidos/pagos pelas agências<sup>8</sup>.

Notáveis críticos da mídia empresarial passaram a adotar um tom mais leve e mais ameno ao se referir aos meios de comunicação. Na prática, por estarem em posições mais elevadas – caso do próprio presidente Lula e da “radical” Heloísa Helena –, se viram em um dilema das democracias neoliberais, cuja concentração dos meios de comunicação nas mãos de poucos é realidade recorrente. Por um lado, gostariam de ceder às suas bases e resgatar um projeto popular de comunicação, muitas vezes previstos nos próprios programas de governo. Por outro lado, temem que a força destrutiva da mídia empresarial inviabilize quaisquer mudanças que pretendem levar em seus governos.

Deugaudio, no entanto, retoma de maneira pertinente o cerne da questão, decisiva para se entender porque um governo minimamente preocupado com mudanças sociais estruturais não poderia abdicar da luta pela democratização dos meios de comunicação:

Manter a hegemonia política em uma sociedade é uma luta que impõe métodos de divulgação das idéias baseados nas ciências da informação e na potência tecnológica para ocupar cada espaço de tempo e toda a atenção das pessoas e do conjunto da sociedade, de modo que todos e cada um sejam consensuais com os interesses do conglomerado midiático.<sup>9</sup>

Deugaudio conclui sua proposta otimista: propõe que tenhamos a ambição de construir um Sistema de Comunicação Alternativo poderoso, eficiente e independente dos grupos econômicos e financeiros internacionais. Como muitas outras propostas, não há a sugestão explícita do que deva ser feito efetivamente. Mas o caminho é,

<sup>8</sup> LIMA, V.A. Mídia: Crise política e poder no Brasil. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

<sup>9</sup> Idem



naturalmente, a repartição mais igualitária das verbas governamentais, a principal fonte de recursos de qualquer meio de comunicação brasileiro.

### **A FORMAÇÃO DE REDES COLABORATIVAS**

O formato não-linear que pretendemos discutir neste trabalho substitui o formato tradicional da mídia mundial (emissor-receptor) pelas redes colaborativas. Se admitimos que as organizações são sistemas de comunicação que geram e assimilam informação, portanto interlocutores, seu próprio fluxo interno deve estar estruturado em forma de rede. Segundo Branco (2006), num cenário em que os novos protagonistas sociais têm que tomar decisões cada vez em maior número e de forma mais rápida, a descentralização gerencial e *decisional* tem-se mostrado a estratégia mais propícia a bons resultados, em relação àquelas organizações que ainda empregam princípios de gestão altamente conservadores e centralizadores na área de informação e mobilização social.

A informação oferece riscos e ganhos para qualquer instituição ou grupo. A organização que os gerencia de forma eficaz ganha em criatividade, inteligência e conhecimento, tornando-se mais apta a alcançar suas metas e objetivos. O gerenciamento da informação deve ser conduzido de forma profissional, não amadora, como um processo coletivo de contínuo aprendizado e constante inovação. Há permanente coordenação e integração de iniciativas como parte do próprio fluxo.

Conforme destacamos, a noção de *rede* permeia a sociedade contemporânea, com amplos usos em diversos campos da atividade humana, sendo portanto razoável a utilização do termo *sociedade em rede*. Nas últimas duas décadas do século XX, segundo Branco (2006), três importantes processos se uniram para compor essa nova estrutura social predominantemente baseada em redes (CASTELLS, 2003):

- a) As exigências da economia por flexibilidade administrativa e por globalização do capital, da produção e do comércio;
- b) As demandas da sociedade, em que os valores da liberdade individual e da comunicação aberta tornaram-se supremos;
- c) E os avanços extraordinários na computação e nas telecomunicações possibilitados pela revolução microeletrônica.



Antes de continuar, destaca-se que não utilizamos de maneira vazia a conceituação de *capitalismo e imperialismo*. Observa-se que os processos referidos por Castells relacionados à noção de redes foram inicialmente protagonizados pela lógica da expansão capitalista. Samuel Pinheiro Guimarães (2003) chama atenção para o fato de que, desde o século XV esta expansão se fez sob o impulso das inovações tecnológicas, com seus efeitos econômicos e militares, e de “inovações ideológicas”<sup>10</sup>.

Segundo Guimarães, “a análise dessa expansão deve ser feita à luz da estreita inter-relação entre essas duas modalidades de inovação” e “tendo em vista seu objetivo principal, que é a acumulação de riqueza no centro do sistema e o crescente bem-estar de suas elites” (2003: 485). Guimarães nota que “a característica central da produção era, e continua a ser, o uso da máquina, como complemento e substituto da destreza humana, e sua articulação com novas fontes de energia, em substituição à força animal e natural”.

Este amplo panorama que, segundo Guimarães, segue o mesmo padrão em países distintos como o Japão e a França, permite nos situar no contexto de inovação tecnológica que, mesmo com um caráter descentralizador, como observaremos mais à frente, é igualmente “um processo altamente assimétrico, devido ao fato de que, quanto mais livre o jogo das forças de mercado entre unidades radicalmente desiguais (sejam elas Estados ou empresas), maior a concentração de renda, de riqueza e de poder econômico”, em um círculo vicioso que aumenta e aguça a marginalidade social.

No entanto, as redes constitutivas da sociedade da informação se tornam importantes porque “em seu desenvolvimento recente, o capitalismo transformou o processo da produção cultural. A produção cultural tornou-se crescentemente indistinguível da produção industrial, e as indústrias culturais tornaram-se *locus* de grande expansão e alta lucratividade”. (SCHILLER, 1986).

O conceito de rede, portanto, refere-se a um espaço de compartilhamento de interesses culturais, de interconexão entre diversos pontos antes isolados, que ao se comunicarem estabelece um novo formato de atuação embasado no intercâmbio de informações, idéias, práticas e experiências.

A crescente importância e penetração do conceito de rede se devem, em boa parte, à evolução teórica que ampliou a visão de mundo típica da abordagem sistêmica, na qual a informação é entendida como fator de ordem, equilíbrio e estabilidade.

---

<sup>10</sup> GUIMARÃES, S.P. Globalização, guerra e violência. IN: NOVAES, Adauto (org.). A crise do Estado-nação. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003, p.485-519.



Há autores que vão além, ao afirmar que o símbolo da ciência para o século XXI é a rede. Enquanto o átomo representa a simplicidade, a rede canaliza o poder confuso da complexidade (KELLY, 1995 *apud* BRANCO, 2006). A única organização capaz de crescimento sem preconceitos e aprendizagem sem guias é a rede. Nenhum outro esquema – cadeia, pirâmide, árvore, círculo, eixo – consegue manter uma verdadeira diversidade funcionando como um todo.

É importante diferenciar o conceito de rede e rede eletrônica de informação. As redes eletrônicas, dentre elas a mais conhecida de todas – a Internet –, surgiram com a finalidade de conectar indivíduos dispersos geograficamente, a fim de facilitar cada vez mais o intercâmbio dos recursos de informação entre pessoas. Logo, as redes eletrônicas são meios para conectar indivíduos ou instituições.

Somente quando essa conexão tem por finalidade o compartilhamento de interesses explícitos e delimitados por seus integrantes é que se pode falar que há a formação de uma rede, que poderá ou não estar apoiada por aparato tecnológico. As redes têm uma lógica descentralizada e flexível, que busca disseminar a informação para o maior número possível de integrantes, daí o entendimento que quanto mais nós há a rede, maiores os benefícios da rede para cada nó individual. Outra característica central é que seus usuários vêem a si mesmos como parte de uma comunidade, que tem sua própria cultura, ética e regras.

As redes eletrônicas tendem a proporcionar um maior fluxo de informação, mas pode-se questionar até que ponto o excesso de dados e informação também é capaz de gerar um “efeito narcotizante” sobre os indivíduos (MCGARRY, 1981 *apud* BRANCO, 2006). Ao mesmo tempo em que revela que há muito a saber, as redes podem, por outro lado, induzir a um estado de inação por entorpecimento. Muitas vezes nos limitamos a receber ou assimilar informação sobre um problema ou um fato sem que isso nos leve à ação.

Quando a ‘explosão da informação’ se limita ao predomínio da quantidade sobre o conteúdo transforma-se numa falácia, podendo estimular a passividade dos sujeitos e comprometer sua cidadania. Dessa forma, não é o acesso a mais bases de dados, a mais informações, nem a redes mundiais, que por si só irá proporcionar mais conhecimento, se essa informação não está estruturada para incentivar o raciocínio crítico que a interpreta e reelabora.

## **A MÍDIA COMUNITÁRIA COMO ALTERNATIVA DEMOCRÁTICA**



Neste contexto, o fortalecimento de redes de observação de mídias comunitárias é essencial, na medida em que procura sistematizar iniciativas de resistência à crescente homogeneização do imaginário social. O problema quanto ao impacto da globalização sobre a identidade, apontado por Hall<sup>11</sup>, é que o tempo e o espaço são as coordenadas básicas de todos os sistemas de representação. Como Giddens expressa,

(...) a modernidade separa, cada vez mais, o espaço do lugar, ao reforçar relações entre outros que estão ausentes, distantes (em termos de local), de qualquer interação face-a-face. Nas condições da modernidade, os locais são inteiramente penetrados e moldados por influências sociais bastante distante deles. O que estrutura o local não é simplesmente aquilo que está presente na cena; a “forma visível” do local oculta as relações distanciadas que determinam sua natureza. (GIDDENS, 1990, p.18)

Um meio de comunicação que busque fixar raízes deve fazer, em um ato de resistência cultural, um “esforço coletivo para *desmediatizar o pensamento*, isto é, abrir a mídia para outras linguagens que não a sua própria, desinstitucionalizá-la e convertê-la num real espaço público em que todo e cada segmento social possa se expressar com sua própria linguagem” (STEINBERGER, 2005).

As mídias comunitárias procuram, desta forma, fazer oposição ao cenário em que “poucos veículos apresentam os fatos para um *público universal idealizado*”, trabalhando com “um maior espectro de veículos voltados a segmentos específicos” (idem), tais como as comunidades étnicas no Brasil ou os estudantes universitários na Bolívia. Fazer um mapeamento destas novas linguagens é fortalecer a cidadania das minorias e grupos em questão, na medida em que as representações sociais e negociações das identidades culturais se dão, hoje, principalmente por meio do que Steinberger chama de *sistema pós-moderno-midiático*.

Este sistema, que Hall classifica como *pós-moderno global*, faz com que “a vida social se torne mediada pelo mercado global de estilos, lugares, imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados”. Dessa forma, as *identidades* se tornam desvinculadas, desalojadas. “Somos confrontados por uma gama de diferentes identidades (cada qual nos fazendo apelos, ou melhor, fazendo apelos a diferentes partes de nós), dentre as quais parece possível fazer uma escolha” (Ibidem, 2005). Foi a difusão do consumismo, argumenta, seja como realidade, seja como sonho, que contribuiu para o que chamou de efeito de “supermercado cultural”.

---

<sup>11</sup> HALL: 2005, p. 72





Curioso é o posicionamento de Wolton. Argumentando sobre a necessidade de defender os valores e as tradições culturais, o autor repudia quase que completamente o conceito de pós-modernidade. “Estamos num hiato de tempo em que algumas idéias ruíram, mas não saímos da modernidade. O discurso pós-moderno é vaidoso, coisas de intelectuais narcisistas que acreditam serem testemunhas de uma ruptura histórica”. Abordando o conflito *cultural* versus *universal*, Wolton defende a coabitação de valores contraditórios, dizendo inclusive que o Brasil é um país “à frente” em termos de coabitação, pois é “multicultural”. “Quanto mais comunicação vence o tempo e o espaço, mais aparece a importância do território, ou seja, precisamos estar em algum lugar”, sustenta.<sup>12</sup>

Seja qual for o nível de homogeneização sofrida pelas comunidades locais, urge a abertura de novos espaços para o acompanhamento e análise de grupos locais e com característica culturais comuns.

### **O NÓ TECNOLÓGICO E O MITO DA IMPARCIALIDADE**

A imprensa alternativa não possui, em grande parte, meios de comunicação de grande difusão. O aparato de produção cultural está, em sua maioria absoluta, nas mãos de grandes conglomerados transnacionais, como já vimos anteriormente. Há um ou outro caso de programação alternativa na tevê. Há alguns bons programas na tevê fechada, que não chega à maior parte da população. As tevês da Câmara Federal e do Senado têm uma programação de excelente qualidade, mas grande parte ainda está atrelado ao cotidiano do Congresso. As tevês educativas possuem exemplos importantes de contra-hegemonia, bem como algumas tevês dos poderes executivos na América Latina.

No entanto, a estrutura ainda pertence majoritariamente a poucos e poderosos grupos e os fluxos de informação ainda possuem um sentido inequívoco (do Norte supostamente *rico e próspero* para o Sul supostamente *pobre e subdesenvolvido*), que por sua vez detêm a maior parte das verbas da publicidade e forte representação nos poderes governamentais (no caso brasileiro). Este, portanto, é um importante aspecto: *a propriedade* de meios.

A imprensa alternativa remete, antes de tudo, a um posicionamento independente, ao respeito pela vida e à busca por direitos universais. A importância dela

---

<sup>12</sup> GOULART, A. A comunicação de massa como condição para a democracia. Observatório da Imprensa, São Paulo, 31 mai. 2005. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=331dac003>> . Acesso em 10 jun. 2007.



reside na necessária independência de opinião, que por sua vez gera a informação mais correta, porque desvinculada do interesse primário pelo lucro e cujos valores não coincidem sistematicamente com o ideário do consumismo desmedido. A diversidade informativa, característica da imprensa alternativa, é outro fator que se faz necessária em uma democracia não-formal como a brasileira.

No que diz respeito ao aspecto ideológico, a imprensa alternativa se coloca de forma muito clara do lado dos oprimidos e contra os opressores. Além da importância desta dualidade para a formação de subjetividades argumentada por Freire (1987), conforme abordamos neste estudo, cabe um breve relato sobre este assunto, dada a importância da linguagem.

*Oprimido* é o trabalhador informal, o gari, a empregada, a prostituta, o cidadão da periferia, aquela mulher que tem pouca informação e acaba fazendo muitos filhos. O bêbado, o drogado, a criança que vive na rua, o adolescente no tráfico porque não tem emprego e escola. Estes são os principais oprimidos. Paulo Freire determinou as bases desta relação (1987), tornando viável a referência dialética e subjetiva a *opressores* e *oprimidos*. Mostra, por exemplo, que o opressor não pode ser caracterizado individualmente, já que a opressão muitas vezes habita o ser do oprimido e é determinante para a concretização da dominação.

Em suma, *oprimido* é, de forma muito clara, o que paga a *conta* do país. Nos jornais, tevês e rádios, ouve-se cada vez mais sobre queda da renda, aumento do trabalho informal e do desemprego, aumento da carga tributária e por aí vai. Isto não muda simplesmente porque há um “operário” no poder. É preciso mudar alguma coisa, não apenas as características pessoais de um governante. Quem paga isso é, em grande parte, a camada mais pobre e, também, a dita classe média por meio dos impostos. Isso tem a ver com a estrutura jurídica, tributária e de propriedade, no campo ou na cidade.

Tendo maior poder de negociação, as pessoas que menos sofrem com a recessão possuem um acesso muito maior à mídia. E a isto boa parte da mídia chama de “imparcialidade”. Eles dizem: ‘Vamos, de forma imparcial e democrática, ouvir o megaempresário e o mendigo. Vamos colocá-los juntos e ouvi-los’. Não é difícil concluir que o mendigo não consegue falar, não consegue passar sua idéia. Ele está desorganizado, não conhece os outros mendigos. Está desesperado. Se o pessoal da produção oferecer um pão, a crítica dele já será outra, mais mansa.

Depois fala o megaempresário. Possui três empresas, provavelmente herdadas do pai, do tio, do avô. Está confortável em sua posição, viaja duas vezes por ano para a



Europa, participa de um seminário por mês, onde encontrará todos os seus amigos mega-empresários. Naturalmente ele estará mais à vontade para colocar suas posições.

Esta é uma metáfora, pode ser visto como uma metáfora, mas é parecido com o que acontece, de forma mais geral, com os diversos segmentos de nossa sociedade. O próprio movimento sindical possui essas disparidades. A imprensa não é exceção.

A este mecanismo supostamente *igualitário* chamam “imparcialidade”. Como ironizou Perseu Abramo (2003), “neutro a favor de quem”? Aqui entra a imprensa alternativa, que se aproxima um pouco mais – pelo menos em termos de discurso – a algumas mídias da Europa.

A idéia de uma imprensa não-partidária, ou seja, que não se posicione politicamente (no sentido mais amplo da palavra, e não apenas institucional) é um juízo de valor oriundo do jornalismo norte-americano. E o jornalismo brasileiro é o cavalo de Platão do jornalismo norte-americano. Segundo este modelo, a busca da imparcialidade e objetividade deve ser o eixo da produção jornalística.

Mesmo tendo um profundo respeito por ela, os editores e integrantes da imprensa alternativa, em grande parte, não concordam com esta visão. É principalmente na Europa que se pratica um outro modelo que consideramos mais pertinente no qual o posicionamento político é natural e necessário. A imparcialidade, deste ponto de vista, só pode ser alcançado se o jornalismo não for encarado com dois pesos e duas medidas.

Se argumentarmos, por exemplo, que o Estado deve retornar aos seus cidadãos o dinheiro que estes dão ao Estado, temos um foco que nos levará a *determinadas* fontes. É uma opinião gerando informação. Se, por outro lado, consideramos razoável que um funcionário acumule cargos em empresas privadas e em órgãos públicos e, ao mesmo tempo, disso nasça uma parceria entre os dois, então obteremos um outro foco.

## REFERÊNCIAS

ABRAMO, P.; BIONDI, A. 1ª ed. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2003.

BRANCO, M.A.F. **Informação e saúde: uma ciência e suas políticas em uma nova era**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2006.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.



FREIRE, P. **Pedagogia do Oprimido**, 17a ed. RJ: Paz e Terra, 1987.

GIDDENS, A. **As Conseqüências da Modernidade**. São Paulo: Editora Unesp, 1990.

GRAMSCI, A. **Cadernos do cárcere**: volume 2. 3a ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004, p.193-251; edição e tradução: Carlos Nelson Coutinho.

GUIMARÃES, S.P. **Globalização, guerra e violência**. IN: NOVAES, Adauto (org.). **A crise do Estado-nação**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003, p.485-519.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

LIMA, V.A. **Mídia**: Crise política e poder no Brasil. SP: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

STEINBERGER, M.B. **Discursos geopolíticos da mídia**: jornalismo e imaginário internacional na América Latina. São Paulo: EDUC; Fapesp; Cortez, 2005.

WOLTON, D. **Internet, e depois?** Um teoria crítica das novas mídias. Porto Alegre: Sulina, 2003.