



## **Aproximações entre comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço<sup>1</sup>**

Cicilia M.Krohling Peruzzo<sup>2</sup>

Resumo:

Este texto discute o tema da 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 e independente.

Palavras-chave: Jornalismo alternativo. Comunicação popular. Comunicação alternativa. Imprensa alternativa. Comunicação comunitária.

### **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. Este trabalho 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. O artigo faz parte de um estudo maior. No momento, apresentamos apenas breves apontamentos 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.

---

<sup>1</sup> 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 Intercom- Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Versão ampliada do texto “Da comunicação popular à imprensa alternativa no Brasil: apontamentos sobre suas origens e manifestações na era do ciberespaço” (prelo).

<sup>2</sup> Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo. Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. 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*. E-mail: kperuzzo@uol.com.br



## 1. Origens e conceitos de comunicação alternativa

Como o próprio nome indica, a comunicação alternativa se baliza por uma proposição diferente: pretende ser uma opção enquanto canal de expressão e de conteúdos info-comunicativos frente 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 abordados (aqueles que, normalmente, não tinham espaço na grande mídia), abordagem crítica etc. –, nos modos de organização (de base popular, coletiva, no fundo do 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. No contexto do regime militar, produzia-se comunicação popular e alternativa clandestinamente, pois havia controle estatal e censura.

No conjunto, a comunicação alternativa representa uma contra-comunicação, ou uma outra comunicação, elaborada no âmbito dos movimentos populares e “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 da palavra *alternativa* para qualificar uma modalidade de comunicação foi se tornando mais complicado porque seu significado, diante das diferentes práticas que foram surgindo, não é unívoco. Ela tanto pode se referir a jornais e outros canais comunicativos independentes, orgânicos ou não a movimentos sociais e organizações congêneres, como os jornais alternativos elaborados por segmentos da pequena burguesia<sup>3</sup> e vendidos em bancas, ou à comunicação popular e comunitária, propriamente dita, e ainda aquela produzida por segmentos combativos da oposição sindical. Enfim, comunicação alternativa não se restringe a jornais ou boletins informativos, nem àquela do circuito dos movimentos sociais no sentido estrito.

---

<sup>3</sup> 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”.



Entendemos por comunicação alternativa uma comunicação livre<sup>4</sup>, ou seja, que se pauta pela desvinculação de aparatos governamentais e empresariais de interesse comercial e/ou político-conservador. No entanto, não se trata unicamente de jornais, mas, também de outros meios de comunicação, como o rádio, vídeo, televisão, alto-falante, internet, panfleto, faixa, cartaz, poesia de cordel, teatro popular 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 organizados da população com vistas a obter respostas para suas demandas ligadas às carências sociais e econômicas advindas das desigualdades sociais (condições de moradia, de saúde), bem como às lutas para democratizar a política e a sociedade, além daquelas do mundo do trabalho visando melhorar a distribuição de renda e as condições trabalhistas. Quanto a este último aspecto, por exemplo, o movimento anarquista nos idos da década de 1920 tinha seus jornais alternativos, o mesmo acontecendo com o movimento das lutas operárias, principalmente aquelas ligadas à Pastoral Operária, desencadeadas no Brasil ainda durante a ditadura militar.

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.

## **2. 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, segmentos populacionais organizados e/ou a organizações civis sem fins lucrativos. São experiências comumente denominadas de comunicação popular, participativa, dialógica, educativa, comunitária ou radical<sup>5</sup>, embora existam diferenças de perspectiva política (uns querem combater os governos, outros buscam solucionar problemas sociais, por exemplo) e no modo de produção de seus conteúdos (uns mais participativos, outros dirigidos por pequenos grupos etc.). Trata-se do alternativo-popular que também pode ser percebido a partir de outros

---

<sup>4</sup> 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.

<sup>5</sup> John Downing (2002) prefere chamar os variados tipos de comunicação alternativa de mídia radical.



ângulos, como do conteúdo, do formato, da propriedade e controle coletivos da gestão, do nível de participação popular, público destinatário, finalidade, linguagem etc.<sup>6</sup>.

Um aspecto a ser ressaltado é que se trata de uma comunicação cuja origem se vincula à ação dos movimentos populares desde os anos de 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<sup>7</sup>. Estamos falando, pois, de uma comunicação que se vincula aos movimentos populares e outras formas de organização de segmentos populacionais mobilizados e articulados e que têm por finalidade contribuir para a mudança social e a ampliação dos direitos de cidadania. Assim sendo, um fator importante desse processo diz respeito à contextualização, ou seja, são experiências inseridas nas dinâmicas mais amplas de mobilização social com vistas à consecução de direitos de cidadania, tanto sociais como econômicos e políticos.

Nesse sentido, são reconhecidos como válidos 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, a imprensa sindical gerada por fora das instâncias sindicais oficiais – na época os sindicatos 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.

Os anos passam. A ditadura se flexibiliza, agoniza e morre. Há avanços da democracia política. Os movimentos sociais crescem e depois alguns se refluem, muitos desaparecem e outros nascem ou se revigoram, dinâmica que a comunicação popular e alternativa parece acompanhar. Ultimamente, mais precisamente no início deste século observa-se uma retomada crescente de iniciativas de comunicação popular, alternativa e comunitária no Brasil, e agora incorporando inovadores formatos e canais de difusão possibilitados pelas novas tecnologias de informações e comunicação. São experiências ligadas a movimentos sociais, associações comunitárias e de vários outros tipos de

---

<sup>6</sup> 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” (1986) ao documentar experiências populares e analisar o jornalismo alternativo e a comunicação popular de então.

<sup>7</sup> Ver Peruzzo (2004).



organizações não-governamentais, segmentos comunitários autônomos (infanto-juvenil, estudantil etc.), projetos de extensão (e de outros tipos) de universidades, projetos de rádio-escola que muitas vezes extrapola o espaço escolar e estabelece elos com a “comunidade” local e assim por diante. São pequenos jornais, alto-falantes, jornal mural, bicicleta de som, carro de som, grupos de teatro, vídeos, rádios comunitárias, canais comunitários de televisão, fanzines, *blogs*, *fotologs* etc.

Nas experiências de caráter popular-comunitário, a finalidade, em última instância, é favorecer a auto-emancipação 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. Contudo, há que se dizer que a Comunicação não faz nada sozinha. Trata-se de processo de mobilização e de vínculo local sintonizados a programas mais amplos de organização-ação que privilegiam a Educomunicação e o atendimento às necessidades concretas de segmentos populacionais de acordo com cada realidade. No fundo, trata-se de um tipo de comunicação que se constitui em dinâmicas voltadas à mudança social – ampliação da cidadania – ou, em outros termos, de uma *Comunicação para Desenvolvimento*.

Na verdade, 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, processos desenvolvidos e a estratégia são os mesmos ou, no mínimo, semelhantes. Contudo, apesar das aproximações de sentido, no percurso da democratização do País, nos anos recentes (mais especificamente a partir de meados da década de 1990) algumas dessas denominações foram se configurando com perfis mais específicos. A principal razão dessa transformação está na mudança de 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<sup>8</sup>. A rádio comunitária, por exemplo, extrapola o cenário dos movimentos populares e se relaciona com públicos mais abrangentes. O boletim informativo às vezes assume características de jornal de bairro e assim por diante. Outra vertente que também adquiriu feições diferenciadas ao longo do tempo foi a imprensa alternativa, como veremos adiante.

---

<sup>8</sup> Mais detalhes em Peruzzo (2008).



### 3. 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”<sup>9</sup> ligada a organismos comprometidos com as causas sociais, mas, com publicações de porte mais bem elaborado e com tiragens maiores<sup>10</sup>; a imprensa político-partidária<sup>11</sup>, a imprensa sindical combativa<sup>12</sup> e o jornal alternativo<sup>13</sup> propriamente dito, caracterizado como de informação geral, à semelhança dos diários, semanários ou mensários. Esse último modelo se constitui num tipo especial de jornal caracterizado como independente e não alinhado a governos e modo de operar da grande mídia, o qual inclui o funcionamento do meio enquanto empresa privada e conseqüente 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 que acabou contribuindo para sua extinção durante a ditadura militar, abarca dimensões amplas do campo da governança.

Embora tenha existido em outros momentos históricos, a imprensa alternativa marcou época durante o regime militar no Brasil e é representada por jornais, em geral com formato tablóide, que aspiravam por mudanças na sociedade. Ousaram oferecer conteúdos alternativos àqueles oferecidos pela grande imprensa sob censura ou subserviente aos interesses do Estado de exceção. Em suma, analisavam criticamente os

---

<sup>9</sup> Na expressão de Regina Festa (1986).

<sup>10</sup> Como por exemplo o jornal *Mulherio* (produzido por um grupo de mulheres), o *Porantim* (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 1970/80.

<sup>11</sup> Expressa em jornais como *Voz da Unidade*, *Tribuna da Luta Operária*, *Companheiros* e *Em Tempo* (FESTA, 1986, p.25)

<sup>12</sup> Que editou importantes jornais como a *Tribuna Metalúrgica* e *Folha Bancária*, ainda existentes.

<sup>13</sup> Sobre esse tipo de jornal alternativo recomendamos: CHINEM (1995); KUCINSKI (1991); VOZES DA CIDADANIA (2006); FESTA; SILVA (1986).



acontecimentos e, no fundo, propunham um tipo de desenvolvimento<sup>14</sup> diferente daquele em vigor.

Entre os mais famosos estão os jornais *PIF-PAF* - lançado em 1964, *Pasquim* (1969), *Posição* (1969), *Opinião* (1972), *Movimento* (1975), *Coojournal* (1975), *Versus* (1974), *De Fato* (1975) e *Extra* (1984), entre outros. Eram jornais dirigidos e elaborados 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)<sup>15</sup>.

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.

Este tipo de jornal alternativo representava, de fato, alternativa de leitura aos grandes jornais então existentes, embora tratando basicamente de temas do mesmo âmbito do deles, além, é claro, daqueles então proibitivos que estava sob os efeitos da censura. Os alternativos, também vendidos em bancas ou comercializado por assinaturas, tinham forte penetração entre as correntes progressistas.

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

---

<sup>14</sup> Bernardo Kucinski (1991) trata claramente desta questão, além de dizer que os jornalistas também queriam desenvolver sua produção profissional-intelectual com liberdade.

<sup>15</sup> Ver também Pereira (1986).





### 3.1 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 em processo de democratização que se aperfeiçoa, possibilitando mais liberdade e conseqüentemente diversas formas alternativas de expressão, nos anos recentes – com mais vigor no início do século XXI – ela se revigora de forma extraordinária. Reedita canais de expressão impressos 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.

Entre as várias iniciativas recentes de imprensa alternativa no Brasil apontamos apenas alguns exemplos:

a) *Agência de Informação Frei Tito para a América Latina (ADITAL)*<sup>16</sup>, que disponibiliza notícias da América Latina e do Caribe numa linha crítico-progressista;

b) *Revista Caros Amigos*<sup>17</sup>. Oferece abordagens crítico-reflexivas de esquerda sobre temas da atualidade. Revista mensal de responsabilidade da Editora Casa Amarela;

c) *Agência Brasil de Fato* e o jornal *Brasil de Fato*. A proposta é oferecer “uma visão popular do Brasil e do mundo”. Ambos são ligados ao Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem terra (MST). O jornal é um “semanário político, de circulação nacional, que visa contribuir para o debate de idéias e na análise dos fatos do ponto de vista da necessidade de mudanças sociais no Brasil”<sup>18</sup>;

d) *Le Monde Diplomatique Brasil*. É uma 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. Lançado em 1954, na França, e publicado hoje em 23 idiomas e 34 países, publicou sua primeira versão em português em 2007<sup>19</sup>.

e) *Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI)*. Trabalha com “comunicação para os direitos da criança e do adolescente”. Fundada em 1992, a ANDI

---

<sup>16</sup> [www.adital.org.br](http://www.adital.org.br)

<sup>17</sup> [www.carosamigos.terra.com.br](http://www.carosamigos.terra.com.br)

<sup>18</sup> Criado por movimentos sociais, como o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), a Via Campesina, a Consulta Popular e pastorais sociais, o jornal foi lançado em 25 de janeiro de 2003, tais organizações entendem que, “na luta por uma sociedade justa e fraterna, a democratização dos meios de comunicação é fundamental”. Fonte: [www.brsildefato.com.br](http://www.brsildefato.com.br)

<sup>19</sup> Fonte: [www.diplo.com.br](http://www.diplo.com.br)





desenvolve trabalhos que ultrapassam os de uma simples agência de notícias. Desenvolve pesquisas e relações dirigidas junto a jornalistas e universidades, visando a conscientização, qualificação e mobilização na área dos direitos da criança e do adolescente<sup>20</sup>.

f) *Agência de Notícias Carta Maior*. Publicação eletrônica multimídia que nasceu em 2001 que tem entre seu ideário o compromisso de contribuir para “desenvolver um sistema de mídia democrática no Brasil 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”<sup>21</sup>.

g) *Revista OCAS*. A revista OCAS (Organização Civil de Ação Social)<sup>22</sup> é produzida com a finalidade de ser vendida exclusivamente por pessoas em situação de rua. Representa, portanto, uma fonte de renda e de novos relacionamentos possibilitando novo rumo na direção de superar a situação de rua.

h) *Centro de Mídia Independente (CMI) / CMI Brasil*. Organizado internacionalmente, o CMI tem redes em vários países. É constituído de 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 à quem não têm voz, constituindo uma alternativa consistente à mídia empresarial” [...] <sup>23</sup>.

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”<sup>24</sup>, sobretudo a que não tem acesso aos grandes meios de difusão. Adota como política de publicação uma licença *Creative Commons*, de modo a que toda a sociedade possa livremente compartilhar o que está no site, desde que seja para fins não-comerciais. O *Overmundo* contribui para difundir o acúmulo de informação cultural de forma descentralizada.

---

<sup>20</sup> Fonte: <http://www.redeandibrasil.org.br/>

<sup>21</sup> <http://www.cartamaior.com.br>

<sup>22</sup> Fonte: [www.ocas.org.br](http://www.ocas.org.br)

<sup>23</sup> Fonte: [www.midiaindependente.org](http://www.midiaindependente.org)

<sup>24</sup> Fonte: [www.overmundo.org.br](http://www.overmundo.org.br)



i) *Observatório do Direito à Comunicação*. Iniciativa do Intervezes – 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. [...] Pretende reunir, organizar e oferecer [...] referências concretas”<sup>25</sup> sobre acontecimentos e reflexões relativos aos direitos a comunicação<sup>26</sup>.

j) *Blog*. É uma página eletrônica na qual se postam mensagens a critério de seu responsável. Exemplos: *Comunidade em Ação*<sup>27</sup> e *Helipa Informa*<sup>28</sup> são *blogs* criados pelos estudantes do *II Curso Correspondentes da Cidadania*<sup>29</sup> desenvolvido para alunos de escolas públicas de Heliópolis (São Paulo, capital). Trata-se de um curso de formação em comunicação relacionado à *Rádio Comunitária Heliópolis* e visa colaborar para incrementar o seu jornalismo com informações locais.

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 todos (um-todos) para aquela em que todos podem se tornar emissores e serem vistos/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 *sites* cada vez acessível é uma evidência.

Nesse cenário, agências alternativas de notícias são criadas. Produtos editoriais assumem formatos impresso e on-line. Surgem coletivos de Comunicação como o CMI. Novos canais de comunicação como os sítios colaborativos e outras formas de redes sociais, são criados. Os *blogs* se proliferam...

No entanto, há que se ter cuidado, pois há diferenças substanciais, principalmente, no que se refere aos *blogs*. Todo *blog* pode ser independente ou autônomo, mas nem todos são alternativos. Há tanto meios com a finalidade de oferecer conteúdos condizentes à ampliação dos direitos de cidadania e a estabelecer a justiça social, como outros que representam mais o interesse individual de auto-expressão, o

---

<sup>25</sup> <http://www.direitoacomunicacao.org.br>

<sup>26</sup> Há laboratórios similares em funcionamento em outras cidades, a exemplo do Observatório da Mídia Regional, na cidade de Recife, por meio da Universidade Federal de Pernambuco. O precursor é o Observatório da Imprensa, veículo jornalístico presente na internet desde 1996, mas que enfatiza apenas a crítica da mídia. Mantido pelo Projor – Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo, projeto original do Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo (Labjor), da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Disponível em:

<http://www.observatoriodaimpresa.com.br/>

<sup>27</sup> <http://heliopoliscomunidadeemacao.blogspot.com/>

<sup>28</sup> <http://helipainforma.blogspot.com/>

<sup>29</sup> Coordenado por: Oboré Projetos Especiais, Núcleo de Pesquisa de Comunicação Comunitária e Local (COMUNI/Metodista) e Projeto Redigir.



qual pode ser de diferentes matizes. Historicamente, no Brasil, a imprensa alternativa se pauta por uma linha editorial crítico-progressista.

#### 4. Aproximações e distinções

As manifestações da comunicação popular, alternativa e comunitária, ou seja, do vídeo popular e da rádio livre ou comunitária<sup>30</sup> ao *site* colaborativo ou ao jornal alternativo de circulação nacional, expressam o protagonismo de segmentos populacionais descontentes com o *status quo*. Ocorrem no bojo de lutas populares e podem ser captadas a partir dos espaços de vivências cotidianas nas localidades e em outros lugares de relacionamentos, como o ciberespaço,

Há quem pergunte quais são as diferenças entre tais manifestações. Na verdade, demarcações precisas de fronteiras entre elas tendem a não resistir à realidade, que costuma extrapolar os conceitos, por sua dinamicidade e caráter inter e transrelacionado constituídos. Nas práticas sociais, os processos comunicacionais são holísticos. Não se dissociam de mobilizações mais amplas e podem assumir um hibridismo de linguagem, formatos e conteúdos. Mas, para efeito didático, e sem perder outra característica desse hibridismo que é a confluência em termos políticos e ideológicos, pode-se dizer que as características singulares da comunicação popular, alternativa e comunitária, na atualidade, parecem indicar a existência das seguintes categorias:

##### **1. Comunicação popular, alternativa e comunitária: constituída por iniciativas populares**

no contexto de localidades, bairros, comunidades (presenciais ou virtuais), movimentos sociais e organizações civis congêneres sem fins lucrativos. Surgem para suprir necessidades de expressão de segmentos das classes subalternas em suas lutas pelo estabelecimento da justiça social. Constroem uma outra comunicação que se distingue da mídia comercial pelos conteúdos difundidos, formatos, sistemas de gestão, pela participação da população e pelo compromisso com o interesse público. Ela pode ser subdividida em:

**1.1 Comunicação 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

---

<sup>30</sup> 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.



(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.

**1.2 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. Tende a se confundir com a comunicação comunitária em decorrência de similaridades, ou mesmo vir a constituir-se como tal.

**2. Imprensa alternativa:** processos de comunicação basicamente jornalísticos, mas podem assumir feições mais amplas, de caráter autônomo, e, por natureza, não alinhados aos padrões dominantes dos meios de comunicação, governos e demais setores que representam as classes dominantes. Os veículos alternativos de maior porte se constituem em alternativa frente à mídia convencional enquanto fontes de informações. Pelas características específicas de alguns de seus segmentos, podem ser categorizados em:

**2.1 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.

**Jornalismo alternativo colaborativo (de informação geral ou especializada):** por meio de jornais, vídeos, agências de notícias, *blogs*, *sites*, *fotologs* revistas, *sites* colaborativos, observatórios de mídia e de comunicação, centros de mídia etc. transmitem uma visão diferenciada e crítica dos acontecimentos que normalmente já são tratados pela grande mídia, além de temas omitidos pela mesma. Podem também tratar especificamente de política, da mídia etc. São ligados a movimentos sociais, redes civis, cooperativas de jornalistas, Organização Não-Governamentais, Organizações Sociais de Interesse Público (OSCIPs) etc. Algumas iniciativas, tais como, os observatórios de mídia e de comunicação, além de praticarem o jornalismo, monitoram o comportamento dos meios de comunicação e desenvolvem ações visando interferir nas políticas públicas de comunicação.



**2.3 Jornalismo alternativo autônomo:** imprensa produzida por indivíduos isoladamente ou pertencente a micro-empresas. Pode caracterizar-se como de informação geral, literário, político etc.

**2.4 Jornalismo político-partidário:** imprensa sob a direção de partidos políticos, candidatos a cargos eletivos ou a “mandatos” de vereadores, deputados e senadores em exercício.

**2.5 Jornalismo sindical:** imprensa produzida no universo dos sindicatos de trabalhadores e organizações similares de categorias profissionais.

Depreende-se, pois, 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 dos mesmos enquanto meio de comunicação, mesmo 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), dos jornais sindicais e assim por diante.

Entre as marcas da comunicação 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 (*sites* colaborativos, *blogs* etc.).

Desse modo, há algo inovador no campo da comunicação comunitária e alternativa, especialmente, a jornalística. É a possibilidade real de qualquer cidadão se tornar “jornalista”<sup>31</sup>. Trata-se da prática um “jornalismo cidadão” e de fontes abertas (*open source*) que derruba a figura do *gatekeeper*<sup>32</sup> 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.

### **Considerações finais**

As manifestações da comunicação alternativa são multifacetadas. Há confluências inseparáveis colocadas no seu percurso histórico e em manifestações contemporâneas, mas ao mesmo tempo há especificidades. Uma delas está entre

---

<sup>31</sup> 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).

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



comunicação alternativa e imprensa alternativa. Porém, tal diferenciação é mais visível quando as manifestações jornalísticas se distanciam, ou melhor, não estão no contexto das práticas dos movimentos populares, assumindo, por exemplo, características de imprensa diária ou de periodicidade mais ampla (semanal, mensal etc.).

Outro aspecto a ressaltar é o fato da comunicação mediada por computador (CMC) estar revolucionando os processos de comunicação alternativa. As possibilidades de novos formatos e feições lhe dão novo ânimo e novas caras.

Finalmente, pode-se afirmar que 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 da mídia 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 político e econômico (excetuando aqueles de linha conservadora<sup>33</sup>), se pautam em novas leituras da realidade e se manifestam a favor da transformação das estruturas que desrespeitam o interesse social.

## Referências

CHINEM, Rivaldo. **Imprensa alternativa**: jornalismo de oposição e inovação. São Paulo: Ática, 1995.

DOWNING, John. **Mídia radical**: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. São Paulo: Senac, 2002.

FESTA, Regina. Movimentos sociais, comunicação popular e alternativa. In: FESTA, R.; SILVA, Carlos Eduardo Lins da (Orgs.). **Comunicação popular e alternativa no Brasil**. São Paulo: Paulinas, 1986. p.9-30.

FUSER, Bruno (Org.). **Comunicação alternativa**: cenários e perspectivas. Campinas: CMU-PUC, 2005.

KAPLÚN, Mário. **El comunicador popular**. Quito: CIESPAL, 1985.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e revolucionários**: nos tempos da imprensa alternativa. São Paulo: Scritta, 1991.

---

<sup>33</sup> Esses, na atual conjuntura, apesar de o Poder Executivo governar favoravelmente às “elites” econômicas e políticas, tendem a critica-lo em decorrência de preconceitos de classe. Ou seja, tendem a criar espaços próprios para difundir suas críticas e contestar atores políticos (considerados de esquerda) no exercício do poder - às vezes com razão, no caso de desvios éticos -, e não o modo de produção capitalista e suas estruturas de funcionamento.



GOMES, Pedro Gilberto. **O jornalismo alternativo no projeto popular**. São Paulo: Paulinas, 1990.

MARTINEZ TERRERRO, José. **Comunicação grupal libertadora**. São Paulo: Paulinas, 1988.

MELO, José Marques de (Org.). **Comunicação e classes subalternas**. São Paulo: Cortez, 1980.

PEREIRA, Raimundo R.. Viva a imprensa alternativa. Viva a imprensa alternativa. In: FESTA, R. ; SILVA, Carlos Eduardo Lins da (Orgs.). **Comunicação popular e alternativa no Brasil**. São Paulo: Paulinas, 1986. p.53-79.

PERUZZO, C.M.K.**Comunicação nos movimentos populares**: a participação na construção da cidadania. 3.ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

\_\_\_\_\_. Internet e Democracia Comunicacional: entre os entraves, utopias e o direito à comunicação. **Diálogos Possíveis**: Revista da Faculdade Social da Bahia. a.5, n.2, jul./dez.2006, p.29-48. Versão on-line disponível em: <http://www.fsba.edu.br/dialogospossiveis/artigos.asp?ed=9>).

\_\_\_\_\_. Mídia comunitária. **Comunicação e Sociedade**: revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. São Bernardo do Campo: UMEP, n. 30, p.141-156, 1998.

\_\_\_\_\_. Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados e as reelaborações no setor. (2008- prelo).

PUNTEL, Joana T. **A Igreja e a democratização da comunicação**. São Paulo: Paulinas, 1994.

REYES MATTA, Fernando. **Comunicación alternativa y búsquedas democráticas**. México: Friedrich Ebert Stiftung/ILET, 1983.

SIMPSON GRINBERG, Máximo (Org.). **A comunicação alternativa na América Latina**. Petrópolis: Vozes, 1987.

VOZES DA CIDADANIA: história da comunicação na redemocratização do Brasil. Intervozes - Coletivo Brasil de Comunicação Social. São Paulo: Intervozes/Imprensa Oficial, 2006.