



## **Jornalismo Alternativo e a Internet: Uma Possibilidade Cidadã para a Notícia**

GARRIDO, Bibiana<sup>1</sup>

MAGNONI, Antônio Francisco<sup>2</sup>

Universidade Estadual Paulista, Bauru, SP

### **RESUMO**

Neste breve relato de experiência procuraremos explicitar os resultados, conclusões e discussões acerca da própria pesquisa qualitativa que nos levou até eles, no campo da mídia alternativa e do jornalismo feito na internet no Brasil. Por meio de um estudo das coberturas jornalísticas dos protestos de 2013 em diante, catalogamos a mídia brasileira em tradicional, a grande mídia, e alternativa, representada pelos veículos contra-hegemônicos de comunicação. A partir dessa divisão analisamos as coberturas realizadas por alguns veículos representativos das categorias, para então traçar um mapeamento do jornalismo brasileiro e as potencialidades expressas nessa nova plataforma para uma reforma da comunicação.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo Alternativo; Contra-hegemonia; Empoderamento social; Mídias Radicais; Novas Plataformas de Comunicação.

### **INTRODUÇÃO**

O presente relato de experiência tem como base os resultados de uma pesquisa de iniciação científica concluída em março de 2015, que, por sua vez, teve como campo de estudo a comunicação alternativa no Brasil. Visualizamos na internet a possibilidade de expansão do midiativismo informativo, modalidade na qual uma audiência ativa se forma e se informa para coletivamente, muitas vezes de forma independente. São os portais e *websites* jornalísticos, financiados diretamente pelo público, o provável futuro da comunicação. Para isso, precisamos repensar o jornalismo para além das estratégias de mercado – prática, que, aliás, já mostra os primeiros sinais de decadência: o fechamento de publicações por conta da margem de lucro não alcançada. Na pesquisa, procuramos estabelecer parâmetros sobre os conceitos de hegemonia, mídia tradicional ou “grande mídia”, contra-hegemonia, contra-comunicação, empoderamento, comunicação dialógica, entre outros, para definir o jornalismo alternativo e assim estudar sua abrangência e possibilidades.

---

<sup>1</sup> Estudante do 6º semestre de Comunicação Social – Jornalismo da FAAC-UNESP. E-mail: [bibiana.garrido@hotmail.com](mailto:bibiana.garrido@hotmail.com)

<sup>2</sup> Orientador do trabalho. Professor do curso de Comunicação Social – Jornalismo da FAAC-UNESP. E-mail: [afmagnoni@faac.unesp.br](mailto:afmagnoni@faac.unesp.br)



---

Os partidos legislam, mas, em geral, não iniciam nem lideram movimentos importantes da opinião social. Isso quer dizer que a energia política vital e as candentes questões de uma nação serão encontradas, com mais frequência, dentro e no entorno dos movimentos sociais, não nas instituições oficiais da democracia. (DOWNING, 2004, p.58)

## **MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Para que se mostrem de fato as discrepâncias entre o jornalismo tradicional e o alternativo, temos a análise das coberturas dos recentes protestos ocorridos no Brasil a partir do ano de 2013, conhecidos como as Jornadas de Junho. Como fontes de informação do trabalho, selecionamos veículos que são, de uma forma ou outra, reconhecidos e consagrados em seus contextos e na visão de seus públicos. De forma qualitativa, analisamos, por exemplo, o material jornalístico da revista VEJA, comparando com informações divulgadas em redes sociais, nas quais os usuários tomam para si o papel de repórter e acabam por desmentir a publicação do veículo. Estudamos também outros veículos, como o jornal Folha de S. Paulo, Estado de S. Paulo, em contraponto às informações divulgadas e publicadas pelo jornal Brasil de Fato, portal Outras Palavras, revista Fórum, etc.

Em todos os sites de veículos analisados foram pesquisadas as palavras “protestos”, “passe livre” e “tarifa zero”, sendo delimitado o período – quando possível – para os meses de junho, julho e agosto, majoritariamente. Também foram analisadas algumas matérias sobre os protestos que se seguiram às Jornadas de Junho, como os do dia Sete de Setembro. Quando na versão *online* do veículo não está presente a busca por data, procurou-se dentro das matérias exibidas como resultado aquelas que se encaixavam no período/assunto determinado. Uma pesquisa qualitativa de fato, buscando a análise crítica em relação à linguagem dos conteúdos divulgados, dentro da cobertura das manifestações de 2013, tanto quanto suas manchetes, linhas finas, direcionamento e até mesmo imagens escolhidas pelas publicações.

## **DESCRIÇÃO DO PROCESSO/EXPERIÊNCIA**

A cobertura das Jornadas de Junho feita pelos veículos da mídia tradicional, que antes mais se assemelhava a um relatório apresentado ao público – dos danos estruturais e prejuízos financeiros de empresas atingidas pela eventual violência das passeatas – do que a uma reportagem puramente jornalística, viu seu contexto mudar completamente, assim como mudou a atitude da imprensa e grande mídia perante os fatos de então, depois que seus



próprios jornalistas foram atingidos por balas de borracha, gás lacrimogêneo, e outras armas comumente utilizadas pela Polícia Militar contra civis. É importante lembrar que a imprensa tradicional no Brasil tem sua relevância, dado o contexto dos oligopólios midiáticos. É através dela – quase que somente dela – que se assegura abrangência e credibilidade, o famoso bordão “se não deu no Jornal Nacional, não aconteceu”.

Por um lado, a centralidade das pautas anula a regionalidade e faz com que no país todo sejam prioridades as notícias de grandes capitais, além da seleção dos temas que são de interesse para os veículos participantes desses oligopólios – e seus financiadores e participantes de acordos econômicos e políticos – de se divulgar em rede nacional. Mas, por outro, uma vez constatada a amplitude da informação e do fluxo construído por essas organizações, por vezes em cima da própria estrutura municipal, estatal ou federal, é que a mídia tradicional alimenta o debate que bem entender, o que é de real valor para discussões que envolvem a sociedade, de importância pública como um projeto de lei, por exemplo. Assim, “(...) a centralidade da velha mídia – televisão, rádio, jornais e revistas – é tamanha que nada ocorre sem seu envolvimento direto e/ou indireto” (MARICATO et al, 2013, p. 89).

No que diz respeito às coberturas dos protestos, constatou-se na grande mídia uma tendência a evitar a combinação de palavras “transporte” e “público” em matérias que abordavam as reivindicações dos protestos e Movimento Passe Livre pela redução da tarifa. Usam sempre, em vez disso, algo como “transporte coletivo”, “tarifa de ônibus e metrô”, “custo do transporte”, assim por diante. “Por que saem para a rua para protestar contra o aumento de **preços dos transportes** jovens que não usam esses meios de transporte porque têm carro, algo impensável há 10 anos?” (ARIAS, no Estadão, 2013, p.A18, edição de 19/06) – nesse trecho, além da omissão do termo “público”, tem-se o sofisma ao leitor de que não é necessário um transporte coletivo de qualidade e barato, uma vez que já temos carros o suficiente. Tal comportamento evidencia o poder que está por trás da mínima manipulação advinda da escolha das palavras: evitar que o leitor associe ideias não convenientes para o *status quo*, como a de que o transporte público, como já diz o nome, deveria ser de graça.

A atividade da mídia alternativa se instaura nesse contexto por meio da coleta das pautas locais, de assuntos com apelo social coletivo, que são ignorados pela grande imprensa brasileira. Sua participação é relevante justamente no sentido de trazer à tona informações que não seriam divulgadas se não fossem por esses micromeios, que não são barrados pelos mesmos interesses dos oligopólios do jornalismo no país. Entende-se um posicionamento da mídia alternativa brasileira se colocar “do lado do povo”, a partir do momento em que os



pontos principais das reportagens trazem ao leitor informações sobre as pautas dos protestos, contextualizações históricas e o posicionamento político de quem estava nas ruas; ao contrário da grande mídia que, em suas manchetes, linhas finas e lides, concentra dados estatísticos sobre o trânsito, ou relatórios do caos das ruas, ligando unicamente os protestos com o vandalismo de lojas e bancos, sempre direcionando as matérias para um sentido negativo.

Desdobramento desse olhar por um ângulo diferente da mídia tradicional, é a falta total de associação dos casos de corrupção da administração dos metrô e ônibus de São Paulo com o governo do Estado na grande mídia. Geraldo Alckmin, diretamente envolvido no caso, teve seu nome omitido em grande parte das reportagens pesquisadas, mas, em contraponto, na mídia alternativa, aparece o seu nome sem cerimônia em meio às reportagens que trazem o histórico da causa e do MPL para seu público. Tem-se também a visão do problema da tarifa do transporte público apresentada com argumentos econômicos e políticos de esquerda. Mantendo a perspectiva anti-hegemônica, o portal Outras Palavras, como um exemplo da mídia alternativa estudada, sempre se põe na mesma posição do povo, tratando “patrão” por “patrão” e explicando, de maneira que chega a ser didática, o porquê da tarifa ter de – e poder – ser gratuita (BREDA, em Outras Palavras, 2015, s/p).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entre relatos coletivos, coberturas colaborativas, câmeras transmitindo em tempo real e *online*, a mídia alternativa brasileira reconstruiu sua identidade ao se utilizar das novas ferramentas disponíveis para se fazer jornalismo, internet, redes sociais e tecnologias da informação derivadas dessa rede, e, também, ao se adaptar em um novo mercado da comunicação com a influência desses novos meios. Por essa convergência de ideias que se alastrou pelo país durante as Jornadas de Junho, abriu-se espaço para uma sociedade consciente da necessidade de uma reinvenção democrática, mais participativa, mais dialógica, mais horizontal. O povo nas ruas mostrou que sabe se unir, sabe fazer barulho para chamar atenção do governo, e mostrou que o poder popular não ficou no passado com as até então últimas grandes mobilizações brasileiras, pelo *impeachment* do presidente Fernando Collor.

O papel da imprensa e da mídia como um todo ficam também abalados, considerando-se o fato de que o próprio manifestante e cidadão passa a querer ser seu próprio porta-voz, por não mais creditar – ou confiar – unicamente aos meios de comunicação a transmissão de sua fala, suas ideias, para o restante da população. Foi de grande destaque



durante os protestos a cobertura realizada pelos aparelhos celulares e *smartphones*, às vezes transmitindo em tempo real via internet, às vezes tuitando ou até postando nos eventos e grupos pelo Facebook. A comunicação feita de modo tradicional, de um jeito ou de outro, teve seus pilares remexidos e precisa, o quanto antes, rever suas políticas como mediadora da informação, e, conseqüentemente, redescobrir o jornalismo, que se transforma mais uma vez, em uma nova plataforma.

## REFERÊNCIAS

ARIAS, JUAN. **Por que o Brasil e agora?** Texto do jornalista do El País publicado no jornal O Estado de S. Paulo. Edição do dia 19/06/2013, p. A18. Disponível em: <http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20130619-43709-nac-17-cid-a18-not>. Acesso em: 09/02/2015 às 23:03.

BREDA, Tadeu. **Uma nova fase nos protestos?** Texto para o portal Outras Palavras. Disponível em: <http://outraspalavras.net/brasil/uma-nova-fase-nos-protestos/>. Acesso em: 14/02/2015 às 19:02.

DOWNING, John D. H. **Mídia Radical:** rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. São Paulo: SENAC São Paulo, 2002.

GARRIDO, B; MAGNONI, A. **Os Novos Meios de Comunicação e a Emergência do Jornalismo Social.** Artigo apresentado na I Semana da Comunicação, Bauru, 21 a 25 de out. de 2013. Disponível em <http://semacom.wix.com/secom2013#%21comunicacao-oral/cngq>. Acesso em: 25/07/2014 às 14:08.

MARICATO, Ermínia (et al.). **Cidades Rebeldes:** Passe Livre e as manifestações que tomaram as ruas do Brasil. 1.ed. São Paulo: Boitempo: Carta Maior, 2013.