

A NOVA GERAÇÃO DO JORNALISMO CRÍTICO: MÍDIA ALTERNATIVA*

Rodolfo Fiorucci **

Resumo. O trabalho propõe estudo sobre as características da nova mídia alternativa, com o objetivo de matizar as confusões conceituais que copiosamente reaparecem no uso do termo *imprensa alternativa*. Assim, pretende-se oferecer uma primeira fotografia dos periódicos e as características desse novo jornalismo.

Palavras-chave: Imprensa alternativa, Engajamento, Contestação.

THE NEW GENERATION OF CRITICAL JORNALISM: ALTERNATIVE MEDIA

Abstract. This study focuses on the characteristics of new *alternative media*, aiming to variegate the conceptual confusions that copiously reappear in the usage of the term *alternative media*. Thus, it is intended to provide a first portrait of the newspapers and the characteristics of this new journalism.

Keywords: Alternative media, Engagement, Contestation.

LA NUEVA GENERACIÓN DEL PERIODISMO CRÍTICO: MEDIOS DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVOS

Resumen. El trabajo propone estudiar las características de los nuevos medios de comunicación alternativos, con el objetivo de matizar las confusiones conceptuales que aparecen copiosamente en el uso de los vocablos *prensa alternativa*. Por lo tanto, se pretende ofrecer una primera fotografía de los periódicos y las características de este nuevo periodismo.

Palabras Clave: Prensa alternativa, Compromiso, Contestatario.

* Artigo recebido em 06/04/2011. Aprovado em 28/07/2011.

** Doutorando em História pela Universidade Federal de Goiás – UFG; Mestre em História pela Universidade Estadual Paulista – Unesp/Assis; Professor do Instituto Federal de Goiás – IFG/Anápolis. E-mail: rodhistoria@yahoo.com.br

INTRODUÇÃO

Desde que Bernardo Kucinski publicou *Jornalistas e revolucionários nos tempos de imprensa alternativa*, que tratava do jornalismo denominado de nanico atuante contra o regime de exceção, iniciado em 1964, nenhuma outra obra preocupou-se especificamente em estabelecer novos critérios para caracterizar um tipo de imprensa que se iniciou a partir do final dos anos 1980, mas que tomou fôlego na década seguinte, também de caráter alternativo, contra a corrente e engajado socialmente. Tal ausência de estudos provocou o uso inapropriado do conceito estabelecido por Kucinski, pois as pesquisas mais recentes que tratam da imprensa nacional, sempre que abordam o jornalismo crítico, tendem a remeter aos nanicos, o que configura confusão conceitual e temporal, posto que aquela imprensa situou-se em outro momento histórico e carregou características diversas das encontradas no jornalismo alternativo hodierno, ainda que seus posicionamentos sustentem algumas semelhanças. Evidente que a ideia de *alternativo* na imprensa não se limita aos nanicos, pois em todos os períodos é possível encontrar veículos de comunicação que se configuravam dessa forma em contextos específicos. Trata-se aqui de estabelecer novo conceito/concepção ao termo *imprensa alternativa*; mais que isso, é o caso de se lançar um novo termo para dar conta da complexidade midiática contemporânea, que se vale de diversos meios diferentes, não se restringindo aos impressos. Ainda que se possa argumentar que *imprensa alternativa* sustenta os elementos subjetivos e objetivos desse tipo de jornalismo, é preciso entender que a imprensa e a História do Brasil sofreram transformações importantes com o término da ditadura militar, o que refletiu diretamente no mercado editorial e, conseqüentemente, no segmento alternativo do jornalismo nacional. Por isso, entende-se necessária a confecção de novo conceito, pois, mesmo que a ideia de alternativo possa se estender a todos os períodos, já que seria um tipo de imprensa alternativo em cada momento histórico, não se pode deixar de referenciar as bases nas quais tal informação é veiculada. Note-se, contudo, que o mais importante são as características do jornalismo exercido e não o meio no qual aparece. Conduzindo a argumentação nesse sentido, é possível operacionalizar essa nova imprensa crítica que, pelos recursos tecnológicos modernos adotados, é mais bem caracterizada com o termo *mídia alternativa*, próximo à concepção de Downing (2002).

De acordo com Grinberg, o termo *alternativo* carrega uma complexidade muito grande, dado sua continuidade no tempo e espaço, o

que torna necessário historicizá-lo, empregando o conceito/concepção adequado a cada período. O caso é entender como e porque determinado jornalismo crítico se apresenta em contextos diferenciados, o que requer olhar atento sobre os conteúdos veiculados por esses meios em determinadas temporalidades (temas, hierarquização das informações, linguagem) (GRINBERG, 1987). Importa, pois, discutir os critérios que configuram esse novo jornalismo, para não incorrer em confusões que não condizem com a realidade dos meios de comunicação e do contexto histórico, o que pode contribuir para a definição das etapas do jornalismo crítico na história da imprensa no Brasil. Isso permitirá entendimento mais elaborado sobre o jornalismo alternativo atual, já que os estudos nesse sentido são ainda escassos, como bem afirmou Célia Amorim (2008), ao explicar que é mais comum encontrar pesquisas sobre as grandes mídias, postura que em partes pode ser vista como de recusa em aceitar a persistência histórica desse tipo de jornalismo.¹ Mas também pode estar ligada à própria falta de critérios para se determinar o que é um jornalismo alternativo no tempo presente, já que pesquisas sobre esse tipo de imprensa em contextos mais distantes são bem significativos.

NOVA GERAÇÃO DOS ALTERNATIVOS: CARACTERIZAÇÃO

Antes de exemplificar quais seriam alguns dos representantes da imprensa de contestação, importa configurar quais as características dessa *nova geração dos alternativos*. Tornou-se muito comum ligar a imprensa crítica de hoje com os nanicos dos tempos do regime autoritário, o que é simplificação forçada e que não condiz com as características de cada período. Assim, por exemplo, no estudo realizado em Porto Alegre por Ana Maria Netto Machado foram catalogados 111 periódicos alternativos apenas naquela cidade, entre os anos de 1997 e 2002. Atente-se para o fato de que a autora não se preocupou em conceituar o que seria um jornal alternativo hoje, antes, denominou de “alternativo” qualquer periódico não-vinculado aos grandes meios de comunicação (MACHADO, 2008), o que tornou a ideia inoperante. Nesse sentido, Peruzzo chamou a atenção para a confusão que se faz entre os termos *comunicação popular*, *comunicação comunitária* e *imprensa alternativa*, que não

¹ Vale destacar o grupo de estudos sobre a história da mídia alternativa, ligada à Rede Alfredo de Carvalho, que tem como objetivo recuperar a história das experiências do jornalismo alternativo no Brasil.

significam a mesma coisa, ainda que haja pontos de convergências entre eles (PERUZZO, 2006).²

Rivaldo Chinem (2004) também tratou do tema dos novos alternativos, que relacionou à internet, entendida como importante meio de informação alternativa, além de destacar as possibilidades de veicular ideias dos mais variados grupos sociais via blogs, sites, TVs a cabo etc sem precisar de mediadores mercadológicos; seria uma espécie de democratização da mídia. Não se trata de contrariar as afirmações de Chinem, porém, *alternativo* foi usado pelo autor como sinônimo de inovação de caráter técnico. A internet se configura sim, atualmente, como uma modalidade de acesso à informação, mas isso não a torna, necessariamente, alternativa. É um meio que é denominado de alternativo, o que supõe que tudo o que aparece nesse suporte seja sinônimo de *informação alternativa*. Não é o veículo, o jornalista ou o acesso à notícia que configura um meio nesse gênero, mas o conteúdo publicado e as posturas defendidas, sejam em páginas impressas, imagens multimídias, ondas de rádios ou material disposto na rede mundial de computadores.

Para Vanderlei de Souza Carvalho, o que caracteriza a imprensa alternativa é o fato de não ser uma empresa capitalista, caso dos jornais de partidos políticos, sindicatos e de instituições da sociedade civil – como os jornais de bairro –, concepção que exclui qualquer publicação que seja regida pelas regras do mercado. Em suas palavras:

Nem todo veículo de comunicação é uma empresa capitalista, logo, nem todo meio de comunicação destina-se a veicular a concepção burguesa de mundo. Há uma imprensa que se especializa em comunicar outras concepções de mundo relativas aos projetos políticos de partidos, sindicatos e outras organizações da sociedade. Esta imprensa é definida pelos especialistas como imprensa alternativa, ela apresenta outras concepções de mundo, veiculando outros valores e interesses que não aqueles da grande imprensa. De todo modo, a distinção só vem a confirmar a grande imprensa como atividade capitalista (CARVALHO, 2004, p. 10).

² Importa ressaltar, quanto às assertivas de Peruzzo, que as comunicações comunitárias e populares muitas vezes podem se enquadrar no segmento da imprensa alternativa, dado o sentido do conteúdo veiculado, mas isso não é regra. Por isso destaca-se que toda comunicação alternativa, no sentido defendido aqui, pode ser popular ou comunitária, mas nem todo meio de comunicação popular e comunitário pode ser considerado alternativo, já que pode não contar com conteúdo articulado à mídia alternativa.

Diante de posições tão variadas, é preciso reafirmar que a ideia geral de *alternativo* proposta aqui se aproxima das elaboradas por Downing (2002) que, na tentativa de estabelecer limites para o uso do conceito, adotou o termo *mídia radical* para classificar o que entendia como manifestação alternativa contrária às políticas, prioridades e perspectivas hegemônicas. De acordo com sua análise, a mídia alternativa precisa carregar dois propósitos essenciais: expressar, a partir dos setores subordinados, oposição direta à estrutura de poder e seu comportamento; e obter, horizontalmente, apoio e solidariedade, construindo uma rede de relações contrárias às políticas públicas ou mesmo à própria sobrevivência da estrutura de poder (DOWNING, 2002, p. 29-30). Ademais, a mídia radical estaria sempre próxima a movimentos sociais, tanto que, em sua visão, um seria impulsionador do outro. Para complementar esse entendimento de imprensa alternativa, cabe mais uma vez as palavras de Grinberg, que delimitou sua classificação:

Para ser verdadeiramente alternativa, não basta que um meio esteja à margem das redes de distribuição da grande imprensa, mas deve ostentar uma **diferença qualitativa** em face dela. Nesse sentido, o alternativo opõe-se ao meramente complementar ou marginal, pois simplifica, embora em medida variável, um **questionamento do status quo** (GRINBERG, 1987, p. 24 – grifo meu).

Com o propósito de delimitar as generalizações correntes quanto ao conceito de imprensa alternativa, é importante apresentar algumas das características que distinguem a nova geração. Para tanto, há que se considerar o que era a imprensa nanica, analisada especialmente por Kucinski,³ e deixar claro em quais aspectos essa e a atual se afastam ou se aproximam. Assim, ao propor uma nova leitura da imprensa crítica atual, vale lembrar que esta se situa num contexto diferente dos alternativos que circularam durante a ditadura militar, o que por si já estabelece experiências jornalísticas diversas entre os dois períodos. Mesmo que ambas tenham trilhado o caminho do engajamento, preocupadas com as questões sociais e agindo de forma crítica quanto à política, cumpriram trajetórias distintas, o que impõe a necessidade de não as confundir historicamente.

Segundo as assertivas de Kucinski, a imprensa nanica dos anos de chumbo (1968-1975) era marcada pela negação do mercado (no sentido

³ A comparação se dá em referência aos nanicos exatamente pelo fato de que a maioria das confusões conceituais remete exatamente a esses periódicos em seu tempo histórico.

capitalista do termo: do lucro), isto é, não apenas era excluída do jogo mercadológico, contando com número reduzido de anúncios publicitários, como também ela muitas vezes não intentava participar, pelo menos não nos moldes da grande imprensa. Há casos marcantes que denotam essa característica, como foi o do *Pasquim*, quando Jaguar se recusou a fazer a empresa crescer, pois não lhe agradava a ideia de tornar-se patrão. Na patota, o que importava era a luta, a participação direta na sociedade civil, oferecer novas informações, humor e crítica; não era o lucro que orientava suas práticas jornalísticas. *Bondinho* também trilhou o mesmo caminho. Foi lançada em novembro de 1971, como revista de serviços voltada para a classe média paulistana, o que possibilitou certo sucesso comercial ao atrair anunciantes. No entanto, logo adotou a postura de desobrigação com os compromissos assumidos e com convenções. Rompeu as amarras ideológicas e rejeitou o próprio sucesso econômico, caracterizando-se como veículo crítico ao regime autoritário (KUCINSKI, 1991).

A imprensa dita nanica atuava especificamente contra a ditadura, seu inimigo comum. As críticas voltavam-se às torturas, violações dos direitos humanos, ao discurso oficial (grande imprensa) e ao modelo econômico. Os alternativos do período ditatorial dividiam-se em duas correntes principais: os políticos – no mais das vezes marxistas – e os existencialistas - contraculturais -, mas ambos, no final, atuavam no plano político, opondo-se ao regime (KUCINSKI, 1991, p. XIII-XIV). Para Kucinski,

O que identificava toda a imprensa alternativa era a contingência do combate político-ideológico à ditadura, na tradução de lutas por mudanças estruturais e de crítica ortodoxa a um capitalismo periférico e ao *imperialismo*, dos quais a ditadura era vista como representação (KUCINSKI, 1991, p. XVI).

Não admira que essas publicações foram perseguidas e censuradas, o que refletiu, muitas vezes, em prisão e exílio de seus jornalistas. O contexto nacional de falta de liberdade originou o tipo de imprensa alternativa do período. Num momento de exceção, no qual a expressão foi limitada pelos militares, inclusive na grande imprensa, que se calou por pressão e pela ajuda econômica que recebeu,⁴ a sociedade

⁴ Ver (KUSHNIR, 2004). Nesta obra, a autora demonstra como em vários momentos jornalistas e empresas aceitaram as imposições do regime militar em troca de vantagens individuais.

civil organizou um reduto que contestava os abusos do governo. Esse foi o percurso do jornalismo alternativo, que se lançou num projeto de combate contra o governo autoritário, os assassinatos, a censura e, ainda, os costumes da sociedade conservadora. Postaram-se ao lado da população para defender seus interesses, lutar pelos que se viam marginalizados naquele momento e para sustentar as ideologias de esquerda. Para tanto, os jornalistas arriscaram carreiras e mesmo a vida nos periódicos de contestação. Estes, feitos muitas vezes de forma rudimentar, em locais adaptados e, não raras vezes, escondidos, foram por um período – especificamente após o AI-5 - uma das principais armas contra os militares, foco de resistência que catalisava personagens das mais diferentes áreas. Militantes, guerrilheiros, artistas e intelectuais, todos viram na imprensa nanica um meio de combate à ditadura.

Diferentemente daquela, a *nova geração dos alternativos – a mídia alternativa* -, tal como aqui proposta, carrega outras especificidades. Claro que a postura crítica e de combate se mantém e o posto de espaço de resistência contra o *mainstream* dominante não desapareceu, no entanto, a questão é: **a que** resistem e **o que** contestam? Seria um jornalismo alternativo **a quê**? Ao responder essas perguntas é que se começa a desenhar a face dessa nova imprensa engajada. Primeiramente, e ao contrário dos periódicos na ditadura, tratam-se de empresas jornalísticas juridicamente estabelecidas, o que significa que fazem parte do mercado e disputam o leitor e a publicidade - e aceitam a situação conscientemente. Não estão fora do sistema e na verdade, buscam o lucro para continuar a divulgar ideias diferenciadas. O que afasta, porém, este novo jornalismo de crítica da grande imprensa não é o desprezo ao lucro, mas seu peso no cotidiano de produção. E, no outro polo, é na responsabilidade social e na preocupação com a formação e informação do leitor que a *mídia alternativa* diverge da grande imprensa. Deste modo, ao mesmo tempo guarda distância tanto das experiências durante a ditadura, como das grandes empresas de comunicação. Em síntese, é ligada ao mercado e objetiva o lucro, mas não o coloca à frente de suas ideologias.

Outra característica interessante do jornalismo alternativo atual é a dependência da publicidade. Se antes os alternativos até mesmo evitavam ter ligação com grandes empresas capitalistas e, quando não, eram excluídos da lista de verbas desses agentes do mercado, agora não negam a importância das receitas advindas deles. A revista *Caros Amigos*, uma das principais representantes desse novo segmento alternativo atual, deixou registrada sua posição ao ser indagada por um leitor que cobrava maior rigidez na veiculação de anúncios publicitários. Sobre a publicação

de um anúncio da Coca-Cola, em outubro de 2006, a redação afirmou o seguinte:

No aspecto financeiro, qualquer publicação institucional (e a *Caros Amigos* é uma publicação institucional) só pode existir, manter-se **no mercado** e garantir a qualidade editorial se tiver, equilibradamente, três fontes de receita: venda em bancas, venda de assinaturas e anúncios pagos. Nossa receita em bancas e assinaturas não cobre os custos; se não tivermos publicidade, anúncios pagos, o prejuízo mensal será insuportável, estaríamos mortos há muito tempo (CAROS AMIGOS, n. 117, 2006, p. 8 – grifo meu).

Portanto, têm concorrentes, espaço publicitário com preço fixo, são distribuídas por empresas terceirizadas, possuem um corpo de funcionários tanto no campo jornalístico como administrativo e pagam impostos. Se nos nanicos o mercado influía menos, na mídia alternativa atual tem peso expressivo.

No que concerne a que é alternativa, contra o que combate, há diferenças nas caracterizações das temáticas, ainda que os inimigos sejam muito semelhantes. Mesmo que seja possível aproximá-las quanto às críticas ao governo, à imprensa e ao sistema econômico, o que se observa é que esses três itens não significam a mesma coisa antes e atualmente. Quanto ao governo, o Brasil saiu de uma situação de exceção, de ditadura, governado por militares de linha dura, para um regime democrático e aberto, no qual prevalece a liberdade de expressão. Assim, a nova mídia alternativa colocou-se, principalmente, contra os dois mandatos de FHC, num claro posicionamento à esquerda. Desta feita, como daquela, há oposição ao modelo econômico. Hoje, apesar de também contestar o capitalismo – assim como os nanicos -, o alvo principal é a globalização econômica e a política neoliberal, sistemas que ainda não vigoravam durante os anos 1960-1970.

A imprensa é outro alvo de críticas, cujo foco diz respeito à atuação dos grandes meios de comunicação. Contudo, fique claro que, atualmente, essa grande imprensa age independente de repressão. Se a grande imprensa defende o neoliberalismo e a globalização, se apoiou em massa o governo de FHC – ainda que houvesse espaços de críticas -, foi por comungar essa visão de mundo. E neste ponto contrapõem-se os novos alternativos: acusam os empresários da comunicação de alienarem o povo brasileiro, não veicularem as notícias de forma responsável, não aprofundar as análises e de manipularem a informação. Se durante o

período ditatorial até mesmo a grande imprensa sofreu com a censura e com a pressão financeira, como foi o caso do *Estado de S. Paulo*, hoje o quadro é outro. Mesmo com todos os problemas claramente identificados com a adoção das políticas neoliberais, a grande imprensa insiste em mostrar o potencial do sistema, o grau de desenvolvimento que pode gerar, sem atentar para as perdas sociais causadas pelo capitalismo financeiro de hoje: o capital especulativo, que não prima mais pela produção, como era nos tempos da ditadura, mas pelas movimentações de ações e capital pelas bolsas de valores mundiais.

Como se vê, assim como os nanicos, é uma imprensa de oposição direta à elite nacional e aos partidos políticos do campo da direita, porém, num outro contexto e com novas proposições. Deste modo, a tese é que a mídia alternativa se caracteriza também por atuar estritamente do lado da esquerda e da crítica ao modelo capitalista. Pode-se inferir que, neste aspecto, não se diferencia substancialmente da anterior, o que não deixa de ser verdade, mas não é suficiente. Primeiro, porque a esquerda, o capitalismo e a própria imprensa sofreram transformações. Ademais, tratam-se de publicações políticas e não-partidarizadas, que oferecem uma leitura crítica da realidade nacional, em oposição ao jornalismo pragmático executado pela grande imprensa. Os nanicos, durante o regime autoritário, muitas vezes eram jornais de partidos, mas que se caracterizavam principalmente por atacar a ditadura, numa clara convergência de objetivos com a imprensa não-partidarizada, isto porque tinham um inimigo comum e tanto a sociedade civil como os políticos da oposição empenhavam-se em derrubar um governo abusivo. Isto é, os interesses de ambos em muitos pontos eram os mesmos, o que não é o caso no contexto iniciado nos anos 1990, pois não se pode asseverar que jornalismo político e jornalismo partidarizado, mesmo que estejam ambos no campo da esquerda, ajam da mesma maneira e tenham objetivos comuns.

Mesmo com a aparente similitude entre a mídia alternativa de hoje e a imprensa nanica, tais semelhanças têm limites que, observados mais de perto, expõem particularidades. Significativas transformações em todos os setores, daquele momento até o início do século XXI, obrigam a enxergar a postura do jornalismo alternativo de forma diferenciada. Por exemplo, se há oposição ao discurso oficial dos grandes meios de comunicação, esta se dá de outra maneira, já que anteriormente havia censura, enquanto hoje a mídia desfruta de liberdade sem, contudo, cumprir o papel de quarto poder, defensor dos interesses coletivos.

É por isso que, para se caracterizar a mídia alternativa, há que se estabelecer fronteiras, para que o termo adquira capacidade analítica. Na visão aqui proposta, não basta trilhar um caminho diverso ao da grande imprensa e veicular outro tipo de informação. Apesar de serem possíveis outras leituras, no presente trabalho, entende-se a nova geração de alternativos como a composta por veículos que assumem suas posições ideológicas de esquerda, que contestam a globalização e o neoliberalismo, que não aceitam as práticas individualistas dos grandes meios de comunicação e que não negam a participação efetiva no mercado editorial. Assim, revistas de segmentos profissionais, como as de arquitetura, medicina, ocular etc a internet e a TV a cabo, ou mesmo os impressos culturais e acadêmicos, que objetivam discutir teorias, literatura, cultura no geral, por vezes denominados de *meios* alternativos de informação, não configuram o conceito de *mídia alternativa*, marcada pelo engajamento político-ideológico e que objetiva formar uma opinião pública dotada de senso crítico. Trata-se de uma mídia pautada não pelos critérios de tematização presentes na grande imprensa, mas pela preocupação política e social. Por isso, o comum é encontrar nesses meios análises ideologicamente de esquerda, com críticas diretas às políticas consideradas direitistas, além de estarem muitas vezes ligados, mesmo que não diretamente, a movimentos sociais.

Entre as várias possibilidades de se classificar uma publicação como alternativa, haja vista até mesmo o inchaço do mercado editorial e os mais diversos meios de comunicação atuais, o que se convencionou estabelecer como essa nova mídia alternativa, para elencar critérios e clarear o que configura esse jornalismo engajado, é a atuação permanente contra o neoliberalismo, a globalização, a direita política e a grande imprensa – com reflexo em todos os campos em que esses segmentos podem influir. Mesmo que não trabalhe em conjunto, essa mídia mantém **conteúdo articulado**, caminha na contramão do sistema capitalista especulativo e veicula informações que visam melhorias nas condições sociais da população. A característica principal então, que determinaria essa nova geração, é a *crítica social e política*. Estes novos opositores da ordem estabelecida oferecem informações alternativas a grande imprensa capitalista e, nesse sentido, cabe um adendo: em função desse conteúdo articulado é que outros meios de comunicação, que oferecem informações diferentes à da grande imprensa, não são classificados como alternativos, por exemplo, os pequenos jornais de cidades do interior, que sustentam pautas regionais e notícias que não são encontradas nas páginas dos grandes periódicos; ou mesmo a imprensa popular e de

bairros, que tem objetivos específicos que não se articulam ao de caráter alternativo aqui entendido. Abaixo se pontuou, de forma didática, algumas diferenças entre o jornalismo alternativo da época da ditadura e o atual. Note-se, porém, que não há como negar a proximidade entre essas experiências e o quanto a nova é herdeira da prática anterior.

Quadro 1. Características específicas da imprensa antiga e da imprensa de oposição.

Imprensa alternativa (1964-1980)	Nova imprensa alternativa (1988-atual)
<ul style="list-style-type: none"> - Menor dependência do mercado. - Atuava sem ter como objetivo o lucro e nem o desenvolvimento empresarial. - Trabalhava sem contar com publicidade privada nem estatal – com raras exceções como o <i>Pasquim</i> e <i>Bondinho</i>, por determinado período. - Tinha um inimigo comum: a ditadura. - Criticava o governo, o capitalismo imperialista, a intervenção dos EUA na América Latina, e a grande imprensa (censurada). - Os jornalistas arriscavam a própria vida por uma causa. - Os periódicos eram censurados e perseguidos. As bancas que os vendiam sofreram atentados a bombas. - Muitos jornais eram de partidos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Maior dependência do mercado. - Atua visando o lucro (mesmo que este não seja seu foco principal) e precisa do desenvolvimento empresarial para se manter. - Depende principalmente da publicidade estatal, já que empresas anunciam pouco, haja vista o conteúdo dos periódicos. - Não tem um inimigo específico. - Critica a direita no geral, o neoliberalismo, a globalização, as injustiças sociais e a grande imprensa (livre). - Os jornalistas trabalham livremente. - Os periódicos não sofrem pressão, nem censura. Atuam num cenário democrático e com liberdade de expressão. - Não-partidarizada.

Muitas experiências iniciadas desde o final dos anos 1980, mas com destaque para a década seguinte, abriram nova concepção e prática jornalísticas, no caminho da crítica e do engajamento. Mesmo que haja diferentes ideologias na mídia alternativa e que uns veículos sejam mais

moderados que outros, todos seguem o rumo da esquerda. Desde *Carta Capital*, que critica o sistema de forma moderada, já que sustenta em seus quadros jornalistas de linhagens mais diversificadas – ainda que seu editor Mino Carta apareça com uma postura mais radical -, até o jornal *Brasil de Fato*, que sustenta um jornalismo muito mais contundente, o que se observa é uma coerência entre os assuntos e os posicionamentos desses periódicos, apontando para uma linha articulada de ação. A revista *Cult*, por exemplo, apesar de oferecer um conteúdo diferenciado e ser marcada por certa independência editorial, além de não contar com grande número de anúncios em suas páginas, não entraria no campo da mídia alternativa, no sentido proposto, porque veicula outro tipo de informação. Não tem a intenção de se colocar politicamente no espaço público e nem de formar opinião, pois seu objetivo é discutir literatura e cultura, mesmo que esporadicamente não deixe de se posicionar sobre os acontecimentos que afetam o Brasil e o mundo. Enfim, não mantém um conteúdo articulado com a mídia de engajamento. Esta última, aliás, não à toa se destaca no campo da crítica, pois é feita, muitas das vezes, pelos mesmos jornalistas que atuaram na imprensa dos anos de chumbo, o que não permite, no entanto, igualar experiências históricas distintas por conta da continuidade dos sujeitos.

Tratou-se de não confundir pessoas que deixaram seus nomes na história da imprensa recente, com os estilos jornalísticos, específicos de cada período. O fato de serem os mesmos profissionais que atuaram nos nanicos dos anos de ditadura militar os responsáveis, em grande parte, por essa mídia alternativa atual, não justifica a comparação e ligação desses recentes com aqueles do passado. É nesse sentido que será possível entender a posição que os novos alternativos ocupam na imprensa brasileira atual, pois não se trata nem de continuidade com o jornalismo de décadas atrás, nem de participação na grande mídia empresarial. Entre a luta específica de um e a prática mercadológica de outro, essas publicações de crítica política e social encontraram um nicho no mercado que valoriza ideias e análises mais profundas não se abstenho, porém, de participar do jogo capitalista que, por sua vez, açambarcou a imprensa como um todo. Vale reafirmar, essa nova mídia configura não apenas uma nova visão à noção de *alternativo*, mas também representa uma força relativamente jovem e específica no mercado editorial brasileiro.

A ausência do tratamento realmente crítico da realidade nacional por parte da grande imprensa deixou espaço para o surgimento de novos periódicos, caracterizados como os novos opositores. Apesar de terem

criado sítios na internet, fóruns de discussões de mídia e órgãos de crítica geral aos meios de comunicação, as características principais dessa mídia alternativa ligam-se à linha editorial diversa da vigente na grande imprensa, além de funcionar também como combatente ao sistema de concentração da propriedade dos meios de comunicação. Atende os leitores que buscam novos olhares e interpretações das notícias produzidas pela imprensa-empresa ou, ainda, os que procuram outros modelos informativos, outras vozes e diferentes conteúdos. O que se destaca nessa diferenciação é a posição ideológica assumida por cada setor da mídia, tanto político-social como profissional, quanto às práticas jornalísticas.

À medida que os grandes veículos de informação defendem a objetividade e a imparcialidade, e se valem do lide e do não-posicionamento político – pelo menos não declarado -, os alternativos levam a cabo textos mais analíticos, opinativos, críticos e socialmente comprometidos. Interessam-se pelos marginalizados, por movimentos populares e problemas sociais – o que os diferenciam de muitos **meios** alternativos atuais de acesso à informação. Não julgam os setores da sociedade compostos pelos grupos esquecidos e desprezados - garís, moradores de favelas, trabalhadores rurais, prostitutas, usuários de drogas, mendigos -, com base em recursos legais, aplicando de forma seca a lei. Ao contrário da justiça oficial, legalista, cega às questões que marginalizam grande parte da sociedade, a mídia crítica leva em consideração os meios em que vivem esses grupos, as injustiças às quais estão expostos, a educação de má qualidade, a família desestruturada pelo desemprego, a falta de assistência médica, a violência policial e a falta de segurança. Para além de mostrar o outro lado da notícia e dessa população miserável, aquele que o jornalismo oficial evita veicular e, quando publica, é para mostrar as questões relacionadas às drogas, violência, roubos e assassinatos, a mídia alternativa dá destaque a realizações que acontecem nas comunidades pobres, como projetos sociais e educativos, manifestações culturais da periferia, enfim, o lado humano que insistentemente é obscurecido pela grande imprensa. É um posicionamento que os jornalistas revolucionários da ditadura carregam ainda hoje. Assim como se colocavam contra um determinado regime e sistema durante o governo militar, hoje se posicionam criticamente frente às desigualdades sociais impostas pelo neoliberalismo no âmbito mundial.

Com o constante controle da notícia nas grandes redações e a assepsia dos textos das grandes empresas de comunicação, a mídia alternativa surgiu como opção diferenciada no consumo de

conhecimento, serviços e cultura. Trata-se de observar que a geração de jornalistas que sustentou posições engajadas e responsáveis frente à opinião pública e em favor da liberdade e democracia, muitas vezes sendo militantes ou simpatizantes do campo ideológico da esquerda, mantiveram seus ideais e suas vigilâncias e voltam a se postar contra os abusos cometidos, sejam por governos, empresários ou meios de comunicação. Tanto na política como culturalmente, esses homens de imprensa mantêm a postura característica de sua geração, porém, com novos objetivos e num outro tempo. Nesse processo, aos experientes jornalistas juntaram-se novos, o que propiciou trocas e compartilhamentos de discursos que estabeleceram as engrenagens desse novo jornalismo. Assim, emergiu a nova geração dos profissionais de imprensa engajados que, destaque-se, não é homogênea, pois agrega tanto jovens como consagrados jornalistas, alguns até mesmo ícones da profissão. Nessa frequente troca de conhecimentos e experiências entre a geração que travou a luta contra a ditadura e essa mais jovem, é que se configura a batalha por um mundo diverso. Em comum, carregam a valorização do texto literário e caudaloso, que vem se construindo no jornalismo crítico do final do século XX e início do XXI. Essa é a face de outra imprensa crítica que, na junção entre juventude e experiência, e marcando uma posição alternativa no campo midiático nacional, renova a concepção de jornalismo alternativo e responsável socialmente, o que mais uma vez demonstra o potencial desses profissionais de se adequarem aos momentos históricos em que se encontram e de prezarem a crítica permanente.

Há, portanto, novas tarefas para essa geração diversificada, engajada na luta por uma mídia alternativa. Isso porque, quando os grandes meios de comunicação passaram novamente a desfrutar de liberdade em meados da década de 1980, as práticas jornalísticas se apresentaram em novos padrões, que transformaram a maneira de agir dos profissionais, já que a notícia adquiriu regras de produção com o lide, impessoalidade, falta de opinião, objetivismo e “imparcialidade”. Trata-se de uma imprensa-empresa que mais se preocupa em auferir lucros e conquistar leitores pelos serviços que presta (como divulgar os filmes em cartaz nos cinemas, a programação da TV, a classificação dos campeonatos de futebol, as dicas de moda e culinária, além dos horóscopos e palavras-cruzadas que entretêm o leitor) do que estimular um debate público sobre assuntos que realmente interferem nas questões sociais e aprofundar análises que esclareçam os leitores sobre assuntos complexos, ligados à economia e à política. Mesmo que nos últimos anos

sejam muitas as maneiras encontradas para democratizar a informação e abrir a possibilidade de participação de um número maior de cidadãos no processo informativo, isso não significa que a intensificação numérica de notícias e ideias reflitam no beneficiamento de conteúdos alternativos. Esses aparecem na maioria das vezes em espaços específicos de divulgação de conhecimento e opinião: a mídia alternativa. Na verdade, o excesso de informação vazia mais confunde do que explica e causa um sentimento de inaptidão particular do leitor, já que não faltam fontes. Parece que o problema da alienação é personalizado e interiorizado, quando na realidade é social e externo.

A NOVA GERAÇÃO – MÍDIA ALTERNATIVA

Ao tratar especificamente de alguns dos representantes dessa mídia alternativa atual, vale iniciar com as maneiras encontradas para, pelo menos, tentar controlar a imprensa-empresa. Tais iniciativas funcionariam como uma espécie de *ombudsman*,⁵ não de um determinado jornal ou revista, mas da mídia como um todo. Em 1986, apareceu no mercado a revista *Imprensa*, criada por Sinval Itacambira Leão, que tinha como objetivo comentar os periódicos em circulação. A publicação não cumpriu suas metas e alguns descontentes deixaram a equipe e dedicaram-se a outros projetos, como o lançamento do *Jornal dos Jornais*, em março de 1999, inspirado na coluna comandada por Alberto Dines entre 1975 e 1977, na *Folha de S. Paulo*. A escolha do título já denota a preocupação de se resgatar as origens e as práticas de vigilância e crítica de mídia (CARRATO, 2002, p. 71-73). A despeito de tais iniciativas, há de se observar que a atitude mais expressiva nesse caminho foi a criação do *Observatório da Imprensa*, em 1995, encabeçado por Dines e que conta atualmente com grandes nomes do jornalismo nacional, entre os quais Muniz Sodré, Celso Calheiros e Ulisses Capozzoli. Entidade civil não-governamental e não-partidária, teve suas raízes no LABJOR (Laboratório de Jornalismo) da Unicamp e zela pela ética na imprensa, além de cumprir o papel de vigilância frente aos meios de comunicação. Moldou-se nos exemplos de duas entidades semelhantes: a FAIR (*Fairness & Accuracy in Reporting*), norte-americana, que remonta a 1986; e o *Observatoire de la Presse*, francesa, datada de 1995. O sucesso foi tamanho que, em 2008, lançou programa na TV pública com versão na Internet. Os jornalistas que colaboram com o *Observatório da Imprensa* realizam um

⁵ Termo de origem escandinava, que significa representante ou procurador.

trabalho árduo, já que precisam fazer a crítica aos colegas de profissão, o que lhes vale, não raro, ataques e inimizades. Na verdade o *ombudsman*, desde o início, foi mal visto no Brasil, tanto que os que se propuseram a este papel sofreram pressões internas nos órgãos em que trabalharam. Caio Túlio Costa conta que, quando saiu de férias, em janeiro de 1991, no banheiro da *Folha de S. Paulo* surgiu a seguinte inscrição: “podem cagar à vontade, o *ombudsman* saiu de férias” (CARRATO, 2002, p. 76). Vê-se, pois, que essa autocrítica no Brasil, por parte da imprensa, sempre foi problemática, tanto que, nos dias de hoje, não passam de dez o número de publicações que mantêm a figura em suas equipes.⁶

Outro ponto importante é que os profissionais que exerceram ou exercem essa função, políciaram-se o tempo todo, sob o risco de verem as portas das empresas jornalísticas fecharem-se para eles. Talvez por isso, em todos esses anos que a *Folha de S. Paulo* sustentou o cargo do *ombudsman*, não se tenha notícia de qualquer atrito entre a direção da empresa e os profissionais que fizeram esse papel. Noutros termos, o profissional sabe em quais limites deve conter seus comentários. Nota-se, assim, a importância das iniciativas alternativas para o controle da informação e da mídia. Mais que a vigilância da imprensa, cria-se a necessidade e a demanda pública por veículos jornalísticos que se comportem de outra maneira frente à realidade nacional, frente aos problemas sociais e às relações polêmicas entre imprensa e poder. Foi nesse contexto que surgiu o hoje quinzenal *Jornal Pessoal*,⁷ periódico que se convencionou tomar como o primeiro dessa nova geração dos alternativos. Capitaneado por Lúcio Flávio Pinto, que se dedicou a uma empreitada particular ao iniciar o jornal em setembro de 1987, tornou-se o mais importante veículo independente da região amazônica brasileira, editado em Belém. Foi baseado em experiência similar dos EUA, o *I. F. Stone's Weekly*, comandado por Isidoro Stone, em Washington. A decisão de criar um novo periódico ligou-se ao fato dele não encontrar nas bancas as notícias mais importantes do dia. Lúcio Flávio Pinto seguiu o exemplo. Trabalhou 17 anos no jornal da família Mesquita, *O Estado de S. Paulo*, defendendo a Amazônia brasileira, mas a partir de 1988, segundo sua justificativa, o jornal assumiu posição antinacionalista com relação àquela região, o que o levou a deixar a empresa e dedicar-se a uma

⁶ Apesar do papel do *ombudsman* ser menos atacado hoje na imprensa, trata-se de uma função ainda pouco representativa nos meios de comunicação. Por exemplo, em 2002, apenas 6 dos 371 jornais diários contavam com um *ombudsman* em suas redações. Ver Carrato (2002, p. 70).

⁷ Para maiores detalhes sobre o *Jornal Pessoal* ver: (VELOSO, 2008; AMORIM, 2008).

iniciativa pessoal, engajada e ideológica, que é a de matizar as informações publicadas na imprensa e tratar das questões que envolvem a Amazônia. Em setembro de 2008, o jornal completou 20 anos, período em que Lúcio Flávio perdeu muito dinheiro, ganhou muitos inimigos, sofreu agressões e recebeu muitas ameaças de morte. Desde seu lançamento, o *Jornal Pessoal* não aceita publicidade e se mantém exclusivamente pelas vendas em bancas, característica que, até onde se sabe, é única no periodismo nacional. A tiragem está na casa dos dois mil exemplares quinzenais, em formato ofício.⁸

Observa-se que, como já mencionado, os principais veículos que se destacaram (destacam) nessa nova geração crítica são, na maioria das vezes, projetos dos mesmos jornalistas que compuseram os quadros da imprensa alternativa durante o regime militar. Raimundo Pereira, idealizador de *Amanhã*, *Opinião* e *Movimento* na década de 1970, arriscou com *Política* (1993), que não passou do primeiro número. Contudo, em 1997, desenvolveu o site Oficina de Informações que, inicialmente, propôs-se a noticiar e discutir as notícias diárias difundidas pela internet, mas logo se tornou referência no campo da informação alternativa, ou seja, em contraposição à grande imprensa. Em outubro de 1999, o site passou a editar *Reportagem*, mensário que discutia os fatos relativos à sociedade brasileira de forma analítica e questionadora, com textos mais longos e grandes reportagens. Durou, nesse formato, até junho de 2005 (momento em que somava 69 edições), quando cedeu lugar a um projeto que tinha como objetivo não deixar morrer a memória sobre os acontecimentos da ditadura militar.

O grupo do Oficina de Informações lançou, em julho de 2005, uma série de doze edições nomeada *Retrato do Brasil*, que substituiria, por tempo determinado, *Reportagem*. Tratava-se de uma referência e homenagem aos fascículos homônimos publicados nos anos 1980.⁹ Com

⁸ Instituto Gutenberg. Boletim nº 34, set.-out. 2000. (série eletrônica). Disponível em www.igutenberg.org/jj343x1.html. Acesso dia 12 fev. 2008.

⁹ *Retrato do Brasil* foi uma série de 43 fascículos publicados entre 1984 e 1985. Do expediente faziam parte o artista gráfico Elifas Andreatto, o historiador Raymundo Faoro, o economista Luiz Gonzaga Belluzzo, os jornalistas Mino Carta, Hélio Bicudo e Nirlando Beirão. Com um mercado editorial receptivo, dada a mobilização popular do momento, os fascículos fizeram sucesso entre professores, profissionais liberais e integrantes do movimento sindical. Em 1986, dado o sucesso e empolgação dos responsáveis, *Retrato do Brasil* ganhou uma versão diária, um jornal, com sede na rua Nestor Pestana, região central da capital paulista, e circulava com oito páginas. Mas teve vida curtíssima. Foram menos de dois meses, no período exato entre 3 de outubro e 29 de novembro, deixando um dívida que se aproximava de 5 milhões de dólares.

o final da série, em agosto de 2006, a equipe não abandonou o sonho de reeditar *Retrato do Brasil*, tanto que, de setembro de 2006 a janeiro de 2007, o título "Reportagem" voltou à capa do mensário, dividindo espaço com "Retrato do Brasil". Isto é, o grupo responsável pela publicação juntou os dois títulos na mesma revista. A partir de janeiro, não circulou por alguns meses, para retornar apenas em julho de 2007. Nessa nova versão, a equipe decidiu assumir de vez o título *Retrato do Brasil*, modelo que se tornou padrão desde então. Tanto o site como o mensário mantêm a qualidade informativa. No grupo encontram-se, entre outros nomes, os de Roberto Davis (Presidente) e Raimundo Pereira (Supervisão Editorial), e contou por bom tempo com Mino Carta (Supervisor Editorial), o que denota a face contestatória e, muitas vezes, de esquerda da publicação.



Figura 1 - Edição nº 9 - Abril 2008

A Mino Carta coube a fundação de mais um veículo de destaque entre os alternativos atuais: o semanário *Carta Capital*. O jornalista foi protagonista de uma das fases mais ricas da *Veja*, no início dos anos 1970, pois desafiou os desmandos e ameaças do Ministro da Justiça, Armando Falcão. Em plena censura, convidou Plínio Marcos para escrever textos contundentes contra o governo, já que este teve sua peça *Abajour lilás* vetada, e contratou Luiz Weis, do grupo do Herzog, num claro enfrentamento ao governo. A pressão não tardou, isto porque a Editora Abril dependia da liberação do governo para receber um empréstimo de 50 milhões de dólares da Caixa Econômica Federal, o que

não acontecia pela conduta da revista capitaneada por Carta. Depois de muita conversa com Victor Civita, Carta resolveu sair de férias em dezembro de 1975, para apaziguar a situação. Quando voltou, Civita exigiu que o editor demitisse Plínio Marcos, o que ele se recusou a fazer. Foi chamado mais tarde, no dia 13 ou 14 de fevereiro de 1976, para mais uma conversa que o próprio Mino Carta assim narrou:

Ele me disse: "Mino, por favor, me ajude." Propus: "O senhor recoloca meu nome no expediente"- meu nome tinha sido tirado - "e chama o Plínio Marcos de volta"- ele tinha sido mandado embora -, "porque, para mim, o protocolo continua vigorando [um acordo firmado que durante a saída de Carta, ninguém seria demitido]. Do meu lado, vou fazer uma carta de demissão e entregar aos redatores-chefes num momento qualquer situado entre hoje" - era dia 13 ou 14 de fevereiro - "e 1º de abril"- data de encerramento do protocolo. Ele perguntou: "Mas o que vai dizer o Falcão?" Eu disse: "Nada. Já marquei uma entrevista com ele." De fato, tinha marcado para dali a dois dias. Falcão me recebeu cordialmente: "Mino, você precisa tomar umas férias. Aliás, pode tomá-las na minha fazenda de Quixeramobim, que é uma maravilha, um lugar delicioso." Perguntei como estavam as coisas e ele me respondeu: "Coloque-se no meu lugar. A Editora Abril tem quatro diretores, Victor Civita, Roberto Civita, Edgard de Silvio Faria" - que era casado com a filha do Giordano Rossi, sócio minoritário - "e Pompeu de Souza" - que depois virou senador do PMDB. "Eles vêm aqui e dizem que a culpa é sua; que se não fosse você a revista falaria bem da gente, que você é o cara que impede que isso aconteça. O que você quer? É claro que eu vou pedir a sua cabeça. Ponha-se no meu lugar." Eu disse: "Você tem toda razão. Quanto a Quixeramobim, pode esperar." Saí da revista, e a censura também (ABREU; LATTMAN-WELTMAN; ROCHA, 2003, p. 192-193).

Mino Carta saiu de *Veja* indignado com a família Civita, principalmente com Roberto, a quem chamou de "besta quadrada", perdulário, arrivista e exibicionista. A briga chegou às vias de fato no episódio em que Carta correu atrás de Roberto Civita para esmurrá-lo. Enquanto este se refugiava dentro do carro, Carta destruía o capô e cuspiam no pára-brisa (CAROS AMIGOS, n. 105, 2005, p. 37-38). O espírito crítico e impulsivo de Mino Carta voltou a se manifestar no início dos anos 1990, quando seu sobrinho, Andrea (filho de Luiz Carta), convidou-o para trabalhar na Carta Editorial. Aceitou o convite, deixou a

IstoÉ em agosto de 1993 e, um ano depois, lançou *Carta Capital*, que começou mensal, passou para quinzenal (março de 1996) e tornou-se semanal a partir de agosto de 2001. Com tiragem aproximada de 75 mil exemplares, propôs-se a abordar temas políticos, econômicos e culturais, seguindo a linha do *The Economist*. Merece destaque a posição que o periódico assumiu nas eleições presidenciais de 2002, quando Mino Carta não escondeu que a revista apoiaria a candidatura de Lula, além de afirmar que votaria no candidato do PT. Em entrevista a *Caros Amigos*, asseverou que não existe imparcialidade na imprensa e que cada órgão tem uma postura política, por mais que tente escondê-la. E garantiu, ainda, que o governo nunca financiou sua revista, já que sempre anunciou mais na revista *Exame*, um periódico de negócios, do que na *Carta Capital*. Em sua opinião, o problema não é apoiar esta ou aquela candidatura, mas esconder tal apoio, como faz a grande imprensa. Carta não deixou dúvida e sustentou que sua revista é de esquerda (CAROS AMIGOS, n. 105, 2005, p. 38).



Figura 2 - Carta Capital
Edição nº 492 – Abr. 2008

Na sequência dessas experiências, surgiu a revista *Caros Amigos*, em abril de 1997. Quando chegou às bancas, tinha o objetivo de criticar o neoliberalismo, abrir espaço para as questões sociais, elaborar textos com maior profundidade analítica e destoar da grande imprensa nacional. Com tal proposta e diante do aspecto físico que apresentava, poucos acreditavam que a publicação pudesse ter vida longa. Formato tabloide, maior do que o convencional utilizado pelas revistas, capa toda em preto-

e-branco, com tiragem inicial de 50 mil exemplares, já anunciava que vinha para incomodar, tanto a prática jornalística como os membros do poder. Contava com um time de colaboradores de característica postura crítica, já que em seu primeiro número apareceram os nomes de Mylton Severiano, Luis Fernando Veríssimo, Frei Betto, Ignácio de Loyola Brandão, Plínio Marcos, José Hamilton Ribeiro, Roberto Freire, Júlio Medaglia, Mário Prata, Emiliano José, Paulo Freire, Ricardo Kotscho, Diogo Pacheco, Matthew Shirts e Jaguar. O grupo foi capitaneado por um dos idealizadores que, até abril de 2008, foi o editor do periódico, Sergio de Souza. A partir desta data assumiu um dos principais colaboradores do mensário, Mylton Severiano. Além disso, há de se observar que novos nomes foram agregados no quadro de colaboradores, enquanto outros se retiraram (FIORUCCI, 2009).



Figura 3 - Edição nº 1 – abril 1997

Outro periódico que surgiu recentemente constituiu-se numa tentativa de ressuscitar o *Pasquim*. Em 1999, Ziraldo lançou no mercado *Bundas*, que ironizava *Caras*, revista dedicada a temas supérfluos. Contou com vários colaboradores dos velhos tempos, como Chico Caruso, Paulo Caruso, Jaguar, Millôr, Angeli e Miguel Paiva. Os dois primeiros números esgotaram-se e os editoriais de Luis Fernando Veríssimo causaram sensação. Mas a estreia bombástica não se manteve. Logo começaram os desentendimentos internos nos quais, de um lado, o grupo encabeçado por Miguel Paiva defendia uma publicação de sátira aos costumes burgueses, enquanto, do outro, Ziraldo queria veicular matérias políticas. Nesse ritmo, teve edições semanais até o final de 2000, quando se

transformou em *Bundas Almanaque*, mensal. O periódico foi marginalizado no quesito publicidade, o que fez sua tiragem diminuir até desaparecer. Mesmo cheio de dívidas, Ziraldo não desistiu da ideia de um tabloide nos moldes do antigo *Pasquim* e lançou, junto com seu irmão Zélio, o *Pasquim 27*. Com 44 páginas em formato *standard* (tamanho do jornal comum) e tiragem inicial de cem mil exemplares, apostaram em um nome já conhecido do público. A vendagem, entretanto, não foi a esperada, nem o número de anunciantes. Em sua edição 117, de julho de 2004, com uma homenagem a Leonel Brizola na manchete – “Adeus, velho Briza” –, anunciava que mais um sonho acabava naquela derradeira edição do jornal. No embalo dessas iniciativas da imprensa de oposição, apareceram vários veículos ligados ao Fórum Social Mundial, como a revista *Fórum*, a publicação eletrônica *Carta Maior* e o semanário *Brasil de Fato*.



Figura 4 - Edição nº 4 – jul. 1999

Fórum surgiu junto com o primeiro evento do FSM, em janeiro de 2001, na cidade de Porto Alegre, mas seu primeiro exemplar só circulou em abril. Com a dimensão de 23x30 cm, média de 44-60 páginas, colorida e periodicidade mensal, volta-se para temas que tratam das injustiças sociais, projetos de incentivo à cultura na periferia nacional e para questões do meio ambiente, tanto que a partir de 2005 tornou-se a única revista impressa totalmente em papel reciclado. É editada por Renato Rovai e conta com grupo de colunistas de destaque. *Carta Maior* nasceu

também por ocasião do primeiro encontro do FSM, em janeiro de 2001. Tem como seus principais temas os direitos humanos, as questões sociais e a economia e a política nacionais e estrangeiras. Possui um grupo de colaboradores e colunistas respeitáveis, entre os quais Bernardo Kucinski, Boaventura de Souza Santos, Emir Sader, Leonardo Boff e Marcio Pochmann. Na edição está Flavio Wolff de Aguiar, Marco Aurélio Weissheimer e Maurício Thuswohl. A partir de 2008 fechou parcerias com as revistas *New Left Review* e *Sin Permiso* e com o site do Instituto Humanitas da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (RS).

Já *Brasil de Fato*, data de janeiro de 2003, e visa discutir os problemas políticos e sociais brasileiros, sendo o mais envolvido com os movimentos sociais. Foi criado mediante a união do MST, Via Campesina, Consulta Popular e pastorais sociais. Em seu lançamento estavam presentes Eduardo Galeano, Sebastião Salgado, Aleida Guevara, Hebe de Bonafini, Augusto Boal, Vito Giannotti, José Arbex (1º editor) e João Pedro Stédile. Suas características principais são: tamanho *standart*, periodicidade semanal, média de 14 páginas coloridas, circulação nacional, tiragem de 50 mil exemplares e postura editorial bastante contundente. Como a grande maioria dos periódicos alternativos, foi (é) prejudicado com boicote em bancas de revistas e com a falta de publicidade em suas páginas. Tem como editor atual Nilton Viana.



Figura 5 - Edição nº 19 – Set. 2004

Outro órgão a destacar é a interessante experiência de se criar uma agência de notícias latino-americana. Em dezembro de 1999, três entidades italianas – Fundação Rispetto e Parità, a agência de notícia Adista e a Rede Radiè Resch – apresentaram a Frei Betto a proposta de organizar um núcleo que divulgasse para o mundo a vida, a cultura e os processos sociais da América Latina. Funcionaria como uma agência de notícias internacional, mas que veicularia apenas assuntos relacionados aos povos americanos, mais precisamente os esquecidos do continente. Aceito o projeto, o empreendimento começou a ser viabilizado no ano 2000, em Fortaleza, tendo como principais sócios pessoas ligadas a movimentos sociais, entre eles Frei Betto. À frente e no comando da agência, que se denominou *Adital*, estão Manfredo Araújo de Oliveira (Presidente), Ermanno Allegri (Diretor-executivo) e Ana Rogéria Mendes Araújo (Editora), profissionais que se dedicam a veicular outra visão da América Latina.

Os exemplos denotam bem as características dessa mídia alternativa, o que desmistifica a ideia de que é limitada a atuação do jornalismo crítico. Na verdade, o que ocorre é a fragmentação e a atuação desconexa desses periódicos em âmbito nacional. São muitas as iniciativas que se coadunam com as características dessa nova geração de alternativos, contudo, não representam unidade ideológica – apesar do fato de serem de esquerda -, textual, temática e política. Não obstante, cumprem importante papel ao estimular o debate social, oferecer novas ideias sobre assuntos veiculados na grande imprensa e, também, lançar novas questões ao público. Além disso, realizam análises mais aprofundadas e críticas, o que configura este jornalismo como forte agente formador de opinião pública, mesmo contando com tiragem menos significativa que algumas publicações ligadas a grandes empresas. *Veja*, por exemplo, tem tiragem acima de um milhão de exemplares **semanais**, enquanto *Caros Amigos* põe em circulação uma média de 55 mil cópias **mensais**.

Em face da mídia nacional, seja televisiva, virtual ou impressa, observa-se que a grande imprensa se diferencia dos alternativos, pois não prima pela diversificação noticiosa, já que o que se publica num jornal é veiculado por todos os outros, até aparecer outra notícia “quente”, a ser explorada editorialmente. Nesse caminho, tem papel importante a ANJ (Associação Nacional de Jornais) e a ANER (Associação Nacional dos Editores de Revista), que funcionam como campo de batalha no qual os donos e editores combatem em conjunto, colocando-se contra as reivindicações de jornalistas e contra os interesses públicos, caso estes se

caracterizem por ir contra seus interesses empresariais e privados. Em outras palavras, estas associações controlam as práticas jornalísticas, de modo a privilegiar seus interesses. Decidem o que fazer para moldar a atividade da imprensa em prol de seus lucros e tendências ideológicas.

Na contracorrente, um dos caminhos encontrados para reverter esse quadro de monopolização midiática por poucas famílias e grupos, foi a renovação da imprensa crítica, analítica e literária, o que ofereceu novas opções de fontes informativas para o público leitor e/ou televisivo. Por não ser o objetivo aqui enumerar todas as experiências relativas à imprensa crítica no Brasil, resta atentar para a importância desse segmento do jornalismo, o alternativo, o que pode ajudar a compreender a força que o debate e a informação de conteúdo podem ter quando levados a um número cada vez maior de pessoas. Parece que esse é o grande desafio dessa nova geração de alternativos: a democratização do conhecimento e a luta pela participação mais efetiva de um público mais numeroso tanto no consumo como na produção da informação. E, no outro polo, cabe a novas pesquisas entender pormenorizadamente os impactos e papéis específicos dessa nova geração, tanto dos elencados acima como o de outros menos conhecidos no mercado editorial.

REFERÊNCIAS

- ABRAMO, Perseu. *Padrões de manipulação na grande imprensa*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003.
- ABREU, Alzira Alves de. *A modernização da imprensa (1970-2000)*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.
- ABREU, Alzira Alves de; LATTMAN-WELTMAN, Fernando; ROCHA, Dora (org.). *Eles mudaram a imprensa: depoimentos ao CPDOC*. Rio de Janeiro: FGV, 2003.
- AMORIM, Célia Regina Trindade Chagas. *Jornal Pessoal: uma metalinguagem jornalística na Amazônia*. São Paulo, 2008. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – PUC, 2008.
- ARBEX JR. José. *O jornalismo canalha: a promíscua relação entre a mídia e o poder*. São Paulo: Casa Amarela, 2003.
- CÂMARA, Marcelo Barbosa. *Caros Amigos: esfera pública, política e jornalismo independente (1997-2002)*. São Paulo, 2002. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – PUC, 2002.

- CARRATO, Ângela. Jornais, ombudsman e cidadania. In. HOHLFELDT, Antonio; BARBOSA, Marialva. *Jornalismo no século XXI: a cidadania*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2002. p. 68-88.
- CARVALHO, Vanderlei Souza. *Imprensa e neoliberalismo no Brasil (1995-1998): o posicionamento da revista Veja no primeiro governo FHC*. Campinas, 2004. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Unicamp, 2004.
- CHINEM, Rivaldo. *Jornalismo de guerrilha: a imprensa alternativa brasileira da ditadura à internet*. São Paulo: Disal, 2004.
- DOWNING, John D. H. *Mídia Radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais*. São Paulo: Senac, 2002.
- FIORUCCI, Rodolfo. *A revista Caros Amigos (1997-2006) e os governos FHC e Lula: nova imprensa alternativa, política e publicidade*. Assis, 2009. Dissertação (Mestrado em História) – Unesp/Assis, 2009.
- FIORUCCI, Rodolfo. A revista *Caros Amigos*: algumas considerações sobre a sua formação. *Comunicação & Inovação*. São Caetano do Sul, vol. 8, n. 15, p. 57-64, jul./dez. 2007.
- GRINBERG, Máximo Simpson (org.). *A comunicação alternativa na América Latina*. Petrópolis: Vozes, 1987.
- PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO. *Imprensa alternativa: apogeu, queda e novos caminhos*. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social, 2005. (*Cadernos de Comunicação. Série Memória*; vol. 13).
- KUCINSKI, Bernardo. *Jornalistas e revolucionários nos tempos da imprensa alternativa*. São Paulo: Scritta, 1991.
- KUSHNIR, Beatriz. *Cães de guarda: jornalistas e censores, do AI-5 à Constituição de 1988*. São Paulo: Boitempo, 2004.
- MACHADO, Ana Maria Netto. Jornais alternativos como espaço público para produções escritas de cidadãos e professores: o caso de Porto Alegre. *Anais do I Seminário Nacional "O professor e a leitura do jornal"*. Campinas, 2002.
- MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tânia Regina de (orgs.). *História da imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008.
- MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tânia Regina de. *Imprensa e cidade*. São Paulo: Unesp, 2006.
- PEREIRA FILHO, Francisco José Bicudo. *Caros Amigos e o resgate da imprensa alternativa no Brasil*. São Paulo: Annablume, 2004.

PERUZZO, Cecília Maria Krohling. Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária. *Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*. XXIX Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação – UNB – 6-7 set. 2006.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

VELOSO, Maria do Socorro Furtado. *Imprensa, poder e contra-hegemonia na Amazônia: 20 anos do Jornal Pessoal (1987-2007)*. São Paulo, 2008. Tese (doutorado em Ciências da Comunicação) – USP, 2008.

