

A REPERCUSSÃO DOS MÉDIA ALTERNATIVOS NO CIBERESPAÇO: ESTUDO COMPARATIVO DAS PÁGINAS “OUTRAS PALAVRAS” E “O CORVO”

Lina Moscoso Teixeira

linamoscoso@gmail.com

Universidade Nova de Lisboa

Ana Jorge

anaratojorge@outlook.pt

Universidade Católica de Lisboa

Introdução

No momento de crise política no Brasil é pertinente falar dos média alternativos como mecanismos de defesa de governos. Os principais grupos de comunicação do país praticam oligopólio e recebem concessões e verbas do governo para manipular informações. O atual presidente Michel Temer reserva quantias do orçamento governamental a empresas como a Rede Globo, Editora Abril, Estadão e Folha de S. Paulo, de acordo com informações de “Outras Palavras”. Portanto, é relevante tornar de conhecimento público que há meios noticiosos que funcionam como alternativa aos tradicionais, em que é possível ler fatos mais próximos da realidade que são omissos pelos média de corrente principal. *Mídia Ninja*, *Outras Palavras*, *Brasil de Fato*, *El País Brasil*, *O Cafezinho*, *Pragmatismo Político*, *Revista Fórum* e outros adotam postura contra injustiça social e em defesa popular e fornecem notícias da real situação política que o país vive e denunciam articulações do governo ilegítimo (segundo juristas e especialistas, o *impeachment* da presidente Dilma Rousseff não poderia ter acontecido por falta de provas).

Meios tendenciosos são recorrentes no Brasil. A Rede Globo, por exemplo, perdeu credibilidade em virtude de ligações históricas com governos e até interveniências graves em eleições. Apoiou o golpe da Ditadura Militar (1964 a 1985). Em 1989, entrevistou nas eleições presidenciais ao manipular o último debate entre os candidatos Fernando Collor de Melo e Luiz Inácio Lula da Silva, favorecendo o primeiro. E após descobertas de corrupção por Collor, o presidente eleito, apoiou o movimento “caras pintadas” para retirada do mesmo do poder. Atualmente, a Globo corrobora com o governo Temer e disponibiliza-se para disseminação de factos instigadores da defesa de leis de interesse estatal.

O problema é que a rede possui grande audiência e maior fatia do mercado de comunicação do país – 70% do mercado de publicidade na TV e 48% da audiência. Assim, outros meios não ganham concessão para atuar. A não ser pela internet, que hoje é mecanismo eficaz na propagação de notícias e surgimento de meios alternativos. Entretanto, o Brasil nunca adotou a Lei dos Meios que prevê os percentuais de acesso ao mercado pelos veículos. A Constituição de 1988 determina que a comunicação não pode, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio. Esse artigo nunca foi regulamentado pelo Congresso brasileiro.

Em Portugal, a lei impõe a todos e a cada um dos operadores de rádio e televisão (generalistas ou temáticos informativos de cobertura nacional) que assegurem uma informação que respeite o pluralismo, atenta a forma imediata e generalizada como chegam aos espectadores e o compromisso assumido nos respetivos processos de licenciamento ou de autorização.

O jornalismo pensado no viés mercadológico ainda preocupa pela omissão de fatos que devem ser de acesso à população. A comunicação é um direito humano e não uma questão de mercado. O Estado precisa intervir para garantir esse direito. Isso impõe limites à concessão e favorecimento da pluralidade de vozes. Conhecer média alternativos e buscar contrapontos é fundamental, em meio a tanta informação divulgada. Opções que não sejam vinculadas a empresas, governos e Estado. E assim não ter como meio de busca de conteúdos apenas a imprensa tradicional que, normalmente, norteia a divulgação dos fatos por interesses comerciais.

Média alternativos

Os média alternativos são meios de comunicação que se colocam à parte de Estado e empresas, desafiando as formas capitalistas dominantes de produção, estruturas de média, conteúdo, distribuição e recepção (Fuchs, 2010). São comumente orientados em direção às comunidades e, portanto, podem ser definidos como meios que dão voz às comunidades. Contudo, esses instrumentos comunicacionais não apenas dão voz às minorias, mas também questionam e desestabilizam a fórmula moldada de se fazer jornalismo; deitam ainda por terra as certezas e mecanismos de exercer controlo e impor conformismo (Bailey et al., 2008).

O cerne do meio alternativo é a crítica da razão de um sistema global, capitalista, de desordem, da ideologia verticalizada. Esse tipo de média pretende trazer textos carregados de opinião e sem amarras, que abordem os problemas sociais.

Reflexivos, muitas vezes, convidam a massa ou grupo de leitores interessados em um novo tipo de jornalismo a pensar e potencialmente a formular uma opinião contestatária. Como afirma Fuchs, “os média alternativos são meios de comunicação que desafiam as formas capitalistas dominantes de média, produção, estruturas de média, conteúdo, distribuição e recepção” (2010, p. 178).

Para Downing (2001, citado em Fuchs, 2010, p. 182), os média alternativos têm o potencial de estimular o debate público. Eles não são apenas os média, mas os média incorporados na sociedade. Portanto, meios contra-hegemônicos devem ser vistos como parte de um contexto político mais amplo.

O alijamento dos conteúdos mais críticos pelos média de massas fez surgir uma “alternativa”. Para Couldry e Curran (2003), as vozes de ativistas políticos e das minorias estão fora do desenho dos meios tradicionais de jornalismo, e consequentemente a sua viabilidade política, está em causa. Na conclusão dos autores, o espaço de conteúdo político tem sido sacrificado por mais programação comercialmente viável. A exposição contempla, ainda, a hipótese de que há notáveis casos em que a lógica da média tem minado a viabilidade e a coerência organizacional dos movimentos sociais. Casos representativos de sociedades governadas por ideologias de direita, em que os meios de comunicação mais tradicionais deliberadamente assumem posições pró-governistas e agem com negligência para com as manifestações populares.

Para traçar um comparativo e entender os conceitos opostos, os *mainstream media* – os média tradicionais – são tomados como organizações estatais ou companhias comerciais, vertical ou hierarquicamente estruturadas e, por fim, carregam um discurso dominante. Assim, são, sobretudo, considerados enquanto mecanismos de larga escala engendrados em direção à homogeneidade.

Os média alternativos colocam-se na contramão desta tendência e surgem como espaços de divulgação de conteúdos mais libertários (sem censura e mais próximos da realidade) e analíticos de fatos polémicos sobre política, ambiente, economia, capitalismo, saúde, sociedade, violência, conflitos, educação. Evitam a lógica de comunicação ‘emissor-recetor’ e procuram antes fazer com que o leitor possa interagir e participar da informação, explorando as possibilidades da internet.

Os média alternativos têm, de facto, ganho terreno no virtual: a escala de protestos a nível global parece impossível sem a comunicação e coordenação de capacidades da internet (Couldry & Curran, 2003). A rede mundial foi capaz de alterar a noção de espaço, construindo ramificações de média e novas paisagens

sociais (Castells, 2001). Concretamente, as redes sociais hoje funcionam como repositórios de notícias de livre acesso e podem contribuir, assim, para a divulgação de conteúdos alternativos. Novos modelos comunicacionais gerados a partir do fenómeno internet exploram a sua relação com o conceito multimédia (Castells, 2001).

O ciberespaço e os meios noticiosos

Sobre internet e meios alternativos é possível estabelecer ligações necessárias ao entendimento dos conceitos e atuação dos média de contra-hegemonia. A rede mundial foi capaz de alterar a noção de espaço, ao construir ramificações de média e novas paisagens sociais, como argumenta Castells (2001). A internet é flexível, aberta e multidirecional. Segundo o autor, novos modelos comunicacionais gerados a partir do fenómeno internet exploram a sua relação com o conceito multimédia. Assim, é possível fazer circular conteúdos alternativos sem censura. Outra razão para o otimismo, como nos apresentam os teóricos James Curran, Natalie Fenton e Des Freedman (2012), é que a internet é menos sujeita a censura do Estado do que os média tradicionais, e é, portanto, mais capaz de hospedar um discurso global irrestrito livre entre os cidadãos. É sítio aberto a vozes dissidentes questionarem quem deve ter acesso à esfera pública e que temas devem estar em pauta.

De acordo com Couldry e Curran (2003), as práticas de ativismo global parecem estar associadas em vários caminhos à internet. A rede mundial e outras tecnologias permitem que as pessoas organizem políticas de forma a superar limites do tempo, do espaço, identidade e ideologia, resultando na expansão e coordenação de atividades que não seriam possíveis ocorrer por outros meios, mesmo para aqueles que ainda estão no fosso digital, o que pode ser superado com a assistência de grupos dedicados a transferência de tecnologia.

Outro viés do jornalismo praticado na internet é a intensificação da comunicação mais democrática, no sentido de o leitor ter o direito de escolher o que vai apreciar. Ao mesmo tempo, novas maneiras de escrever permitem a contestação de valores e verdades antes ditas pelo jornalismo de corrente principal – por meio da interação própria dos modelos digitais de informação. Nas páginas da *Web* é possível comentar, gostar e partilhar notícias.

Outras possibilidades oferecidas pela internet colocam-se ao nível do financiamento. A imprensa alternativa precisou criar um meio economicamente viável para se manter e ter público, sem abrir mão da qualidade e da autonomia, procurando a garantia editorial sem base na dependência da publicidade como fonte de receita, que ocorre nos média *mainstream*. Hoje é comum adotar o esquema de *crowdfunding* (financiamento coletivo por meio de múltiplas fontes, em geral pessoas físicas interessadas na iniciativa) para manutenção de informativos. Assim, meios jornalísticos tiveram de se reinventar a fim de se adequar ao período pós-industrial e ao hábito dos leitores de consumir conteúdo gratuito.

Contexto e método

Com as transformações ocorridas nos últimos tempos, a partir da emergência da internet, o tema comunicação alternativa adquire relevância. Temática relativamente nova com pouco material a respeito, sobretudo no que toca à repercussão dos meios alternativos específicos e com perfis diferentes no ciberespaço. A importância também está centrada na caracterização de veículos necessários à leitura, além da abordagem de consumo de mídia, como forma de localizar de que modo as pessoas estão a apropriar-se das notícias e os comportamentos dentro do espaço virtual. Dar a conhecer esse tipo de mecanismo aberto à disseminação de conteúdo livre, qual a ressonância com a utilização da internet e mostrar como repercutem – no âmbito textual – entre o público geral – é fulcral.

Este estudo incidiu sobre as páginas classificadas como alternativas “O Corvo” e “Outras Palavras”, a partir de Portugal e Brasil, respetivamente. “O Corvo” é um despertar para os problemas da cidade de Lisboa com críticas ao sistema de gestão. Funciona como voz do povo ao receber e divulgar suas queixas e necessidades, sempre com informações especializadas locais. Trata-se de um meio comunitário para ouvir e receber retorno dos leitores. Pratica um jornalismo participativo, independente e vivo, como se autocaracteriza, tendo como lemas a cooperação popular e a interação.

Já a página “Outras Palavras” define-se como meio de comunicação partilhada e de pós-capitalismo, uma asserção que aborda o tempo de enormes transformações em que vivemos, incluindo textos críticos sobre a situação mundial na pós-modernidade. O veículo foi lançado em 2009 e o perfil do Facebook em agosto de 2010. Um dos pontos de foco dos média alternativos em

questão é a colaboração que supera a competição. O mecanismo de atuação é a cultura livre. A comunicação compartilhada ou “mídia livre”, aberta, disponível no espaço virtual, surge, por meio de “Outras Palavras”, no rasto da nova cultura de transformação do mundo. A tentativa é de retirar essa mídia alternativa da invisibilidade, algo que se distancia da comunicação mercadológica.

Em “O Corvo” e “Outras Palavras” a recepção é aberta, aproveitando as possibilidades da convergência de mídia. Esse modelo de informação que tem atraído cada vez mais leitores e, portanto, a propagação de notícias em diferentes meios e nas redes sociais – sítios de grande repercussão, polemização, replicação e visualização. É mais fácil e cómodo abrir a *timeline* de uma rede social como o Facebook, e encontrar notícias que agradam. Elas estão ali expostas para serem lidas ou não, comentadas ou não, compartilhadas ou não. Na época da coleta de dados para a investigação, a página de “O Corvo” no Facebook possuía 9.057 seguidores. Já o “Outras Palavras” possuía, em março de 2015, 265.111 fãs da página no Facebook.

No que toca ao financiamento, estes são meios independentes. Por conseguinte, vivem, muitas vezes, com recursos dos próprios criadores, como é o caso de “O Corvo”; ou então os meios acabam por depender de contribuições dos leitores, como o “Outras Palavras”.

Foram analisadas peças publicadas por ambas no período de 23 de novembro a 23 de dezembro de 2015 para atestar a ressonância de conteúdo e alcance de leitura, bem como mostrar a popularidade dos média alternativos e que sentido esse tipo de jornalismo faz nos dias de hoje – provocações de senso crítico sobre os temas quotidianos, o despertar para reflexões e para o debate e/ou assimilação de informações não ditas pela imprensa massiva. Além disso, foram realizadas entrevistas com membros dos públicos leitor e não leitor das páginas, concretizadas entre fevereiro e março de 2016, para avaliar a recepção e o consumo de mídia.

Resultados

Em primeiro plano, o acesso aos conteúdos dos média alternativos é vasto e através das redes sociais é possível averiguar visualizações, gostos e partilhas em um número significativo. As peças publicadas por “Outras Palavras” receberam, no período analisado, até por volta de 8000 *likes*, o que mostra o amplo acesso a este tipo de conteúdo alternativo. Em um dos textos de maior alcance sobre política, a

página retorna ao *impeachment* da presidente Dilma Rousseff, por meio de uma entrevista com a professora da Universidade de São Paulo (USP), Marilena Chauí. Ela fala sobre a questão de a ideia de um *impeachment* ser resultado do ódio da classe alta direcionado ao populismo. A peça alcançou 1.744 pessoas e foi copiada 1.486 vezes. Nos comentários (155), verificaram-se discussões acirradas sobre a pertença a classes sociais e o posicionamento de política social.

Será que de fato ela se coloca na pele da sociedade da tal classe média proto fascista e das classes menos favorecidas, pois como sabemos ela não vive nem perto desse contexto, pelo contrário ostenta o Capitalismo. Assim socialização ela só deve conhecer em seu próprio imaginário, através de inferência... Não podemos nos deixar influenciar por esse discurso que traz contradição em sua própria realidade. (Carlos dos Santos Junior, 16 de dezembro de 2015).

A publicação que mais recebeu gostos durante o período de avaliação da pesquisa foi elaborada por “Outras Palavras” sobre novo estudo constatou que as emissões de carbono continuarão a crescer no mundo, enquanto o modelo de transporte individual não for substituído. As repercussões foram muitas por ser um assunto que se refere ao uso particular de carros.

Dois aspetos que acrescento; Se há solução ela passa pela eliminação dos translados desnecessários, de pessoas, matérias-primas e produtos (as altas concentrações urbanas são incompatíveis com sustentabilidade). (Cicero Petracco, 8 de dezembro de 2015)

As apreciações foram representadas por 8179 pessoas que gostaram da nota e 91 republicaram em suas *timelines*.

“O Corvo” levantou discussões a respeito do património histórico de Lisboa. Um exemplo foi a crítica a demolição ao Chafariz da Cova da Moura, monumento nacional, em 12 de novembro de 2015. Nos comentários, julgamentos ao governo socialista. O texto obteve 26 gostos e 56 compartilhamentos.

Os exemplos oferecidos evidenciam as hipóteses levantadas de que meios virtuais alternativos possuem público (que critica, comenta e gosta) e levantam discussões sobre temas polémicos. São textos que embasam discussões e provocam reflexões. Assim, os comentários expressam o efeito dos conteúdos nos leitores. Os gostos demonstram concordância aos temas e a partilha o grau de importância do assunto. Avaliações aprofundadas, críticas e esclarecimentos

nos comentários são reflexos de algum tipo de repercussão no pensamento e nas ideias do público leitor.

Ao tomar por base a análise das peças e entrevistas aos leitores, o debate demonstra o impacto dos conteúdos e a imposição e até mudança de opinião dos usuários da internet. Portanto, os textos apresentados pelos média alternativos observados agregam valor ou despertam para algum tipo de manifestação por parte dos usuários da internet e das páginas do Facebook de “Outras Palavras” e “O Corvo”.

Mesmo com ideologias contrárias às dos artigos publicados, as pessoas têm interesse em ler as análises postas à prova, o que permite-nos chegar a conclusão que o meio virtual é responsável por dissipar informações em grande velocidade e extensão. Leitores andam à procura de temas de interesse na rede, que dizem respeito aos gostos pessoais ou ligam-se à profissão. Essa foi também uma conclusão retirada da análise das entrevistas.

Ainda sobre os resultados das interlocuções, os portugueses costumam ler mais a imprensa internacional. Já os brasileiros priorizam a comunicação do seu país. No geral, brasileiros consomem mais páginas alternativas e os portugueses mais as tradicionais, dentro do universo investigado. Portanto, em Portugal poucos meios de contra-hegemonia atuam. Entretanto, é um formato em fase de crescimento no país. Cada vez mais surgem veículos alternativos para integrar a comunicação portuguesa. O que pode ser explicado pelo fato de o público ter interesse e se informar mais pela imprensa tradicional, mesmo que através das redes sociais (dado coletado nas entrevistas). “Em Portugal e daquilo que conheço existe pouco jornalismo alternativo de qualidade” (Ana Negrão, arquiteta, não leitora).

Os resultados mostram que há consumo diário de média no Facebook, principalmente. Até pela falta de tempo e pela praticidade de ler notícias pelo telefone móvel. Fica mais fácil abrir apenas a rede social e ter acesso a informações das mais variadas, como foi afirmado pelos entrevistados. “É mais fácil ir onde queremos” (Martha Tavares, restauradora, leitora d’ “O Corvo”).

Outro ponto a ser ressaltado é que conteúdos d’ “O Corvo” e “Outras Palavras” acabam por despertar o senso crítico no público e a concretização de um ativismo em defesa de causas. Os comentários representam a voz ativa concedida pela liberdade do ciberespaço. E a formação de opinião é também detetada, além da assimilação dos conteúdos. Se há debates sobre os temas é porque as pessoas leram, refletiram e opinaram. Ou pelo menos viram e gostaram.

Em comparativo das páginas investigadas, “Outras Palavras” possui um público muito maior nas redes sociais e no *site* do que “O Corvo”, como apontámos na

seção anterior. Nessa questão é possível levantar razões lógicas. A primeira é a discrepância sobre a dimensão territorial dos países de origem das duas páginas. “Outras Palavras”, do Brasil, é mais visto e mais comentado supostamente por falar mais de assuntos do país que possui população 20 vezes maior que Portugal. Portanto, há menos pessoas para ler e para discutir publicações d’ “O Corvo”.

Para além disto, uma questão que interfere no alcance das páginas é a cultura. O Brasil é o segundo país com maior número de usuários do Facebook, perdendo apenas para os Estados Unidos, de acordo com pesquisa realizada pelo *site* SocialBakers. Já Portugal fica atrás disso. Logo, os portugueses veem menos que os brasileiros notícias publicadas na rede social, conclusão que ingere sobre a repercussão dos meios.

Tanto “O Corvo” quanto “Outras Palavras” são grandes ações coletivas que têm contribuído para construir um novo formato de comunicação. Uma forma mais ampliada de informar. Pela valorização da diversidade, horizontalidade e consensos. Assim, os meios estudados entram nessa esfera de cooperar com a transformação do mundo em busca da igualdade de direitos através do compartilhamento de informações necessárias ao desenvolvimento do olhar crítico e da formação de opinião.

Considerações finais

Uma das conclusões alcançadas é de que os médias alternativos têm que investir tanto nas plataformas e possibilidades disponibilizadas pela internet, quanto na interação com os internautas, facilitando desde a produção e difusão de informações pelos indivíduos. Isso amplia a informação e dissemina ideias livres de comprometimento de mercado. No caso dos meios comunitários também é válida a disseminação. Toda a comunicação deve ser compartilhada e deve estar disponível a quem interessar. Trata-se do acréscimo de mais espaço para o ecoar das vozes muitas vezes emudecidas pelos grupos mediáticos hegemônicos, contribuindo, ainda, para o declínio ou rutura do “monopólio da informação”.

A comunicação compartilhada pode abrir caminho para semear novas relações comunicacionais e para abrir fóruns de debate sobre os assuntos relevantes para as comunidades mundiais. É preciso tornar possível um jornalismo visível a todos e sem perder de vista a clarificação de ideologias, já que não se pode chegar a uma imparcialidade. E evitar, acima de tudo, desigualdade, autoridade, conflitos e devastação.

Que mais veículos em uma linha de abertura de conteúdos possam surgir a fim de contribuir com o debate e enriquecimento da comunicação na nova era. Bem como fornecer base de contestação às comunidades de forma a cooperar na luta por um futuro melhor de manutenção dos direitos de cidadania.

No entanto, em relação à sustentabilidade, mecanismos de divulgação da notícia necessária aos veículos alternativos, e investimentos nesse âmbito, cabe uma reflexão: como mídia alternativos se vão manter e evoluir em que pese a manutenção da ideologia de contra-hegemonia e de rompimento com a lógica de mercado? E o que será da comunicação que entrou na pós-modernidade com o apoio luxuoso da internet?

A comunicação se configura como espaço aberto na pós-modernidade, um lugar estratégico no social, no político, entre outros espaços. É a produção de conhecimento que se instaura com os avanços tecnológicos e com a instalação de novos rumos de informação. A comunicação contemporânea não é mais definida apenas por meio do esquema básico emissor-recetor, porém possibilitando diversos processos comunicativos que vão muito mais além. Os meios alternativos funcionam nesse sentido, isto é, promovendo a produção de conhecimento. Por outro lado, apesar de conseguir o alcance e a disseminação das informações na rede, a imprensa contra-hegemônica necessita de recursos para produção e investimento em novas tecnologias. Talvez o financiamento colaborativo possa ser a saída, tendo em vista os exemplos bem-sucedidos em voga.

A comunicação é entendida de forma mais complexa, como produtora de sentidos intelectivos e sensíveis. Com a vigência da contemporaneidade, ela foi libertada de seu aprisionamento funcional ao campo dos significados. Hoje não mais pode ser resumida como mero aparato tecnológico. A comunicação passou a ser percebida no ato da mediação, com interesses e regimes gramaticais próprios. A deixar de lado o patamar de superestrutura.

É preciso, contudo, não deixar que os meios alternativos sejam apenas uma voz da comunidade, mas várias vozes. Não fiquem apenas em pequenos grupos, porém que cheguem àqueles que controlam a informação e aos que elaboram políticas públicas. A tirar, assim, a ênfase da tecnologia, no que pese a informação, e transferir ao indivíduo. Neste novo paradigma, o jornalismo ainda tem uma função importante e os novos mídia papéis de agentes democráticos.

Referências bibliográficas

- BAILEY, O.; CAMMAERTS, B. & CARPENTIER, N. (2008). *Understanding alternative media issues in cultural and media studies*. Berkshire: Open University Press.
- CASTELLS, M. (2001). *A Galáxia da Internet*. Rio de Janeiro: Zahar.
- COULDRY, N. & CURRAN, J. (2003). *Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World (Critical Media Studies)*. Oxford: Rowman & Littlefield.
- CURRAN, J.; FENTON, N. & FREEDMAN, D. (2012). *Misunderstanding the Internet*. Londres e Nova Iorque: Routledge.
- FUCHS, C. (2010). *Alternative Media as Critical Media*. Salzburgo: Universidade de Salzburgo.