

Moisés Sbardelotto

Do papel aos bits
As alternativas do jornalismo independente
contemporâneo

Porto Alegre
2006

Índice

1	Introdução	11
2	A imprensa alternativa no contexto brasileiro	19
2.1	Por que alternativa?	20
2.2	Antecedentes na história	23
2.3	As experiências a partir da década de 60	27
2.4	A função da imprensa alternativa no Brasil	35
2.4.1	Liberdade de expressão	36
2.4.2	Crítica da realidade nacional	38
2.4.3	Mobilização social	39
3	O contexto político-econômico do jornalismo pós-85	43
3.1	Anos 80: a abertura política e a informatização das redações	44
3.1.1	A herança do período militar	44
3.1.2	O governo José Sarney (1985-1990)	45
3.1.3	Jornalismo nos anos 80 – o computador chega às redações	47
3.2	Anos 90: impeachment, estabilidade econômica e o jornalismo online	50
3.2.1	Governo Fernando Collor de Melo (1990 - 1992)	50
3.2.2	Governo Itamar Franco (1992-1994)	52
3.2.3	Governo Fernando Henrique Cardoso (1995-1998) – primeiro mandato	53

3.2.4	Governo Fernando Henrique Cardoso (1999-2002) – segundo mandato	54
3.2.5	Jornalismo nos anos 90 – os primórdios do jornalismo online	55
3.3	Anos 2000: Lula no poder e o desenvolvimento do jornalismo online	58
3.3.1	Governo Luís Inácio Lula da Silva (2003-)	58
3.3.2	Anos 2000 – a consolidação do jornalismo online e as novas possibilidades de comunicação	59
4	A imprensa alternativa brasileira contemporânea	63
4.1	Caros Amigos: a precursora da imprensa alternativa pós-abertura política	64
4.1.1	Poucos caros amigos	67
4.2	Bundas: oferecendo o outro lado da realidade	68
4.2.1	Bundas e os problemas internos	69
4.3	OPasquim21 e a promessa de novidade com características do passado	71
4.3.1	Novas tentativas, mesmos problemas	75
4.4	Os desafios da imprensa alternativa atual	77
4.4.1	Altos custos de produção	78
4.4.2	Retração no mercado publicitário e mercantilização	80
4.4.3	Concorrência e monopolização	81
4.4.4	Falta de mobilização social	82
4.5	Internet, blogs e a crise do jornalismo	84
4.6	Jornalismo na web: novas possibilidades na transmissão de informação	85
4.7	Os blogs e o jornalismo self-made	88
4.7.1	Blogs e o jornalismo online	90
4.8	Alternativa em bits e pixels	92
4.8.1	A contra-informação no mundo virtual	95
4.9	Novas possibilidades com desafios persistentes	97

4.9.1	Monopolização e conglomerados do mundo online	99
4.9.2	Dependência entre as mídias	101
4.9.3	Zonas desconhecidas e acessibilidade . .	104
4.9.4	Velocidade e excesso de informação . . .	105
4.9.5	Pulverização e ausência de mobilização .	108
5	Considerações finais	111
6	Referências bibliográficas	119

*Monografia apresentada ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo.
Orientadora: Prof^{ta} Dr^a Virgínia Fonseca.*

*Aos inconformados, insubordinados, incompreendidos,
loucos, aprendizes, curiosos,
não-heróis e sonhadores.*

Non bene pro toto libertas venditur auro
Liberdade e soltura não são por ouro compradas.
Fábulas esópicas

Em um mundo que realmente foi posto de cabeça para baixo,
a verdade é um momento de falsidade.
Guy Debord

Resumo

Este trabalho analisa as atuais características da imprensa alternativa brasileira, seu papel e seu espaço de ação na sociedade contemporânea. Utiliza-se a pesquisa bibliográfica e a análise comparativa de *blogs*. Estuda-se, assim, a concepção de “imprensa alternativa” e seu papel na história do jornalismo brasileiro, em especial durante a ditadura militar. Descreve-se também o contexto político, econômico e tecnológico do jornalismo após a abertura política. Discorre-se sobre as revistas *Caros Amigos* e *Bundas*, e o jornal *OPasquim21*, títulos alternativos que ganham destaque no cenário nacional pós-ditadura. Estuda-se, a partir disso, a crise da imprensa alternativa e a sua possibilidade de encontrar um novo espaço de atuação na Internet, em especial nos *blogs*. O que se verifica, por fim, é que as publicações estudadas permaneceram muito atreladas às características das experiências da época da ditadura, além de sofrerem com as atuais barreiras econômicas em razão das novas tecnologias. Isso as impediu de alcançar um número maior de leitores e de os mobilizar em torno de uma agenda cívica na nova realidade social. Observou-se, também, que o mundo virtual apenas revigora os desafios dessa imprensa em outro suporte, o *online*. Com as novas possibilidades de comunicação e o surgimento de novas tecnologias, ocorrem ainda fortes modificações no jornalismo, independentemente de seu suporte físico. O processo digital de tempo real estabelece novos parâmetros sociais, que modificam as bases do jornalismo em geral.

Capítulo 1

Introdução

Há espaços, na sociedade contemporânea, para experiências alternativas, como as vistas no período da ditadura? Quais seriam as funções a desempenhar por esses periódicos que pretendem realizar uma outra forma de jornalismo num contexto social diferente do das décadas passadas, com novos desafios? Esta pesquisa é uma tentativa de reconhecer os atuais espaços de atuação de uma nova imprensa alternativa e seu papel na sociedade brasileira contemporânea, correlacionando as novas experiências com as passadas, da época da ditadura, como os clássicos *Pasquim*, *Versus* e *Movimento*.

O Brasil viveu sob o regime militar nas décadas de 1960, 1970 e parte de 1980. A partir de 1968, com o Ato Institucional Nº 5, as liberdades individuais passam a estar sob controle do Estado, incluindo também a mídia em geral. Para tentar esquivar-se da censura e poder falar daquilo que a grande imprensa não fala, surgem diversos periódicos, de tiragem grande ou pequena, geralmente tablóides, feitos muitas vezes por jornalistas originários da grande imprensa, que passam a enfrentar os temas proibidos e os censores. Sentindo-se limitados e até mesmo calados em seu dia-a-dia profissional nos grandes jornais – pela ditadura ou pela sistemática de produção das redações –, passam a encontrar espa-

ços mais livres fora das grandes empresas ao criar seus próprios veículos.

Costumou-se chamá-la de “imprensa alternativa”, assim como “nanica”, “política” ou ainda “independente”. Em sua extensa pesquisa sobre essa imprensa na época da ditadura, Bernardo Kucinski analisa o termo “imprensa alternativa” em quatro significados essenciais de sua função:

O de algo que não está ligado a políticas dominantes; o de uma opção entre duas coisas reciprocamente excludentes; o de única saída para uma situação difícil e, finalmente, o do desejo das gerações dos anos de 1960 e 1970, de protagonizar as transformações sociais que pregavam (KUCINSKI, 2003, p.13).

Em princípio, esses jornais representam principalmente uma “alternativa” à grande imprensa, que se sente acuada, silenciada ou mesmo alinhada aos censores. E ela, a grande imprensa, permanece assim por medo de ter suas redações fechadas ou seus exemplares censurados, e dessa forma perder grande parte de sua credibilidade e também de sua renda, e ter de fechar. Esses jornalistas independentes, então, encontram nesses outros veículos os espaços para comentar a situação do país, longe de uma linha editorial cristalizada e omissa frente à realidade; um espaço de crítica, análise e interpretação dos fatos que a grande imprensa se priva de fazer.

Nesse período, as empresas de comunicação em geral, e de jornalismo em particular, passam por um processo de profissionalização e modernização crescentes para conseguir acompanhar uma tendência mundial de mercantilização dos bens culturais. A notícia passa a ser vista como fonte de lucro, como um produto a ser vendido. Ou seja, as redações passam a “produzir” notícia em grande escala, com o objetivo de gerar lucro para as empresas.

Por essas razões, a imprensa alternativa torna-se um contraponto e um espaço de liberdade para jornalistas, artistas e intelectuais.

tuais, contra o ritmo de produção em escala e a fixação no lucro dos grandes jornais. Conscientes dos protestos que ocorriam em todo o mundo, em especial os de Maio de 1968, os “colaboradores” dessa imprensa encontram nela um dos poucos espaços em que a pauta de direitos iguais e liberdade de expressão pode ser difundida e proposta.

A partir das décadas de 70 e 80, porém, com a consolidação das empresas de indústria cultural e a monopolização crescente do mercado, especialmente o de bens culturais e de comunicação, uma nova realidade aguarda a imprensa alternativa. Grandes conglomerados, envolvendo rádios, jornais e emissoras de TV, começam a surgir. As empresas que não se adaptam ao novo molde perdem mercado, tornam-se alvo de negociações, até transformarem-se em parte de um grupo maior.

Jornais e revistas alternativos passam a ter, dessa forma, concorrentes desiguais, com muito maior capital para investir e tiragens também muito maiores, sem contar as vendas por assinatura, que também crescem nessa época. Mesmo assim, é uma década que, em razão de todos esses fatores, proliferam jornais alternativos, que tentam encontrar uma forma diferente de fazer jornalismo e, assim, combater um processo que, no seu entender, cria uma monopolização também da opinião pública. Porém, assim como vários veículos alternativos são criados, vários não conseguem manter sua periodicidade, tanto em razão da censura – que ou prende jornalistas e fecha jornais, ou impede a circulação dos impressos e assim inviabiliza economicamente as redações –, como da má administração e da falta de verbas.

No final da década de 80, então, com o fim do regime militar, o Brasil retoma sua trajetória no regime democrático. Agora, os jornais têm liberdade de expressão, direito garantido pela Constituição de 1988. Com a eleição do primeiro presidente pós-ditadura, Fernando Collor de Mello, o “neoliberalismo”, também conhecido como “capitalismo global”, começa a ser implantado no país, obedecendo às exigências do Consenso de Washington, que ganha espaços na América Latina.

Inicia-se, assim, um crescente aperfeiçoamento da gestão interna das empresas de comunicação, tudo visando à maximização dos lucros. Passada a ditadura política, impera agora uma ditadura econômica, que reclama por mudanças para que a marcha da tecnologia e do lucro siga adiante. Apenas os que aceitam as exigências dessa ditadura econômica podem acompanhar a evolução dos jornais e da imprensa.

A partir da metade da década de 90, com o aparecimento da Internet e da comunicação mediada pelo computador, os custos tecnológicos tornam-se muito maiores, e as funções do jornalista mudam, passando da extrema especialização (pauteiro, repórter, redator, copidesque, diagramador, editor, fotógrafo etc.) a um acúmulo de funções. Com menor tempo disponível para suas leituras, o leitor sofre fortemente a atração dessa nova mídia, muito mais prática e com mais recursos. Assim, para sobreviver, os grandes jornais têm de lançar versões *online*, sob pena de se tornarem obsoletos e perderem mercado.

Em razão de todos esses fatores, as publicações alternativas quase desaparecem em todo o período pós-ditadura. A concorrência é desigual, e as grandes empresas de comunicação mantêm, obedecendo as leis do mercado, o monopólio da opinião pública. Se, sob a ditadura, já era difícil e arriscado aventurar-se na experiência alternativa, a situação política, econômica, social e cultural atual, torna a “aventura” ainda mais complicada. A chamada imprensa alternativa passa, então, a ser definida como algo do passado, fenômeno longínquo em relação à nova situação brasileira e mundial.

Com a similaridade de análise e interpretação dos fatos em toda a grande imprensa, todavia, faz-se necessário ouvir vozes que digam aquilo que não é dito. Sob a égide da objetividade, perde-se a capacidade crítica do jornalismo como contra-poder, como porta-voz da população diante do Estado e do mundo econômico, e até mesmo diante da própria imprensa. O leitor fica sem outras possibilidades de análise e de interpretação dos fatos, distintas das oferecidas pelas grandes empresas de comunicação.

Entretanto, mesmo durante todo o processo de modernização, crescimento e concentração da grande imprensa, surgem publicações que tentam ir contra a nova realidade do jornalismo. São experiências que implantam os mesmos processos de produção de notícias e a mesma visão crítica da realidade que a imprensa alternativa utilizava na década de 60.

Tem-se assim, por exemplo, as revistas *Caros Amigos*, que já alcança quase uma década de existência, e *Bundas*, lançada em junho de 1999, tendo Ziraldo, cartunista desde a antiga *Pif-Paf*, como editor-chefe. Também de Ziraldo, surge em 2002, o jornal semanal *OPasquim21*, identificado com a imprensa alternativa até no nome, herdeiro do antigo clássico *Pasquim*, que mesclava humor e crítica política em plena ditadura.

Aí temos, então, questões que nos levam a desenvolver este trabalho. “Alternativa” seria a imprensa que, como define Kucinski (2003): não esteja ligada a políticas dominantes; seja uma opção entre duas formas de se fazer jornalismo reciprocamente excludentes; e seja a única saída para uma situação difícil, como a de um jornalismo homogêneo e massificado. *Bundas*, *OPasquim21* e *Caros amigos* tornaram-se porta-vozes dos anseios e propostas da conhecida imprensa alternativa da década de 60 em plenos anos 2000. Porém, encontram difíceis condições políticas e econômicas de manter-se, tendo uma vida breve, como no caso de *Bundas* e *OPasquim21*, além de participarem de um mercado de consumo ainda mais restrito e com mais concorrência, como *Caros amigos*.

Com o avanço da Internet, ademais, o jornalismo encontra um novo espaço de atuação, com uma abrangência que não se assemelha nem um pouco ao espaço concorridíssimo de veículos impressos. O que se vê no mundo virtual é um acesso ilimitado, com a possibilidade de se ter uma convergência de linguagens que nenhum jornal impresso conseguirá superar – e talvez nem igualar. Com o aparecimento dos *blogs*, ou diários pessoais *online*, todo cidadão com acesso à Internet passa a ser uma fonte de informação em potencial, como define Daniela Ramos:

Os weblogs, popularmente conhecidos como “blogs” são, talvez, a expressão mais visível do que temos visto nos últimos anos como um exemplo da escrita fragmentária e inacabada. O texto neste suporte está sempre em processo e chega ao extremo de proporcionar que cada pessoa seja uma mídia em potencial, já que basta preencher um cadastro e publicar um blog na internet. Não demorou muito para a prática criar polêmica entre os jornalistas (RAMOS, 2005, *online*).

Assim, baseando-nos na experiência vivida por *Bundas*, *OPasquim21* e *Caros amigos*, e com as perspectivas que se abrem com a comunicação mediada por computador, faz-se necessário analisar qual a função de uma imprensa alternativa na sociedade brasileira contemporânea. Essa imprensa, como a conhecemos na década de 60, tem ainda espaços na sociedade atual? Com o avanço da informatização, qual o papel da Internet, em especial dos *blogs*, nesse contexto? É apenas um espaço a mais para aumentar a concorrência, ou é um espaço privilegiado para a antiga imprensa alternativa reencontrar suas funções e a sua expressividade, em outro suporte e com outra linguagem?

Dessa forma, nesta pesquisa temos o objetivo principal de fazer um estudo exploratório sobre a possibilidade e o lugar de ação, na sociedade atual, de uma imprensa alternativa como a que enfrentava a ditadura, revelando suas deficiências e suas contradições. Dentro desse panorama, colocar-nos-emos algumas questões a respeito dos *blogs* como espaço alternativo na grande rede, oferecendo alguns elementos para uma análise crítica dessa nova mídia.

Para que tais objetivos sejam alcançados, utilizaremos como método a pesquisa bibliográfica, além da análise comparativa de *blogs* que favoreçam a compreensão de nosso objeto de estudo. A pesquisa bibliográfica é a identificação, localização e apresentação de uma bibliografia pertinente a determinado assunto em um texto sistematizado, ou, como afirma Ida Stumpf (2005), é o

conjunto de procedimentos para “identificar, selecionar, localizar e obter documentos de interesse para a realização de trabalhos acadêmicos e de pesquisa, bem como técnicas de leitura e transcrição de dados que permitem recuperá-los quando necessário” (STUMPF, 2005, p.54).

Tanto em razão de parte de nosso objeto de estudo se encontrar na Internet, como os *blogs*, além do fato de já existirem diversas pesquisas e artigos publicados unicamente na grande rede, faz-se necessário utilizar a Internet como fonte de pesquisa. No entanto, concordamos com Yamaoka (2005), quando afirma que alguns fatores afetam o processo de recuperação dessa informação, a saber, a volaticidade da informação, a confiabilidade, a qualidade das informações e as limitações dos atuais mecanismos de busca. Para resolver tais empecilhos, neste estudo utilizou-se apenas artigos e pesquisas publicados em *sites* confiáveis, como os de grandes jornais e revistas, ou de portais especializados em informações acadêmicas, além de textos completos publicados em portais de universidades e bibliotecas *online*.

Dessa forma, esta pesquisa começa recuperando o conceito de “imprensa alternativa”. Resgatando um pouco de sua história no jornalismo brasileiro, em especial durante o período de seu apogeu, a ditadura, averiguaremos suas principais funções em seu contexto social (capítulo 1).

Além disso, para se poder compreender a situação concreta em que a imprensa alternativa se encontra hoje, faz-se necessária uma análise do contexto político, econômico e tecnológico do jornalismo a partir do final da ditadura (capítulo 2). Todos esses fatores irão pesar sobre a realidade dos jornalistas e sobre as experiências alternativas que surgem no período.

A partir da experiência de *Bundas*, *OPasquim21* e *Caros Amigos*, procura-se analisar se é possível que a imprensa alternativa siga existindo como tal, acompanhando suas contribuições ao jornalismo brasileiro e os principais desafios enfrentados por essas publicações (capítulo 3). Após um breve histórico desses veículos, analisa-se, no caso de *Bundas* e *OPasquim21*, o que levou ao

seu desaparecimento e, no caso de *Caros Amigos*, as suas maiores restrições atuais.

Procura-se, também, observar se a Internet e os *blogs* seriam uma “alternativa” à imprensa alternativa, comprometida pelas mudanças jornalísticas e empresariais da imprensa para se adaptar aos novos tempos e às novas necessidades (capítulo 4). Analise-se, assim, se os *blogs* podem ser um “oásis de renovação” da imprensa alternativa, ao oferecerem um espaço livre para o debate e a discussão de idéias.

Dessa forma, percorrendo a história do jornalismo alternativo, nosso intuito é esquadrihar algumas possibilidades de atuação desse tipo de jornalismo na sociedade contemporânea. A partir destas páginas, percorrendo algumas de suas experiências, tanto impressas como *online*, deseja-se observar os desafios e as possíveis alternativas disponíveis ao jornalismo independente.

Capítulo 2

A imprensa alternativa no contexto brasileiro

Para encontrar as atuais características da imprensa alternativa brasileira e seu espaço de ação, faz-se necessário, antes, percorrer brevemente o caminho realizado por essa mesma imprensa na história do jornalismo brasileiro, em especial no auge de sua atuação, no período da ditadura militar. Nosso enfoque, nesta pesquisa, é identificar o papel e o espaço de atuação da imprensa alternativa hoje, o que nos impõe a necessidade de esclarecer a concepção de “imprensa alternativa” e, depois, de discutir o papel e o local de ação dessa imprensa em outros tempos.

Antes disso, convém esclarecer que nosso intuito é o de contribuir para uma maior compreensão da realidade de um jornalismo independente na sociedade brasileira e a sua relação com a democracia e a atual realidade do país. Nesse sentido, nossa interpretação, hoje, da imprensa alternativa é perpassada pela sua necessidade em uma sociedade democrática, como analisa Ignacio Ramonet:

Há muitas e muitas e muitas décadas que a imprensa e os meios de comunicação representam, no contexto democrático, um recurso dos cidadãos contra os abusos dos poderes. Na realidade, os três po-

deres tradicionais – legislativo, executivo e judiciário – podem falhar, se equivocar e cometer erros. Com maior frequência, é claro, nos Estados autoritários e ditatoriais, onde o poder político se torna o principal responsável por todas as violações de direitos humanos e por todas as censuras contra as liberdades. [Em um] contexto democrático, os jornalistas e os meios de comunicação consideraram, com frequência, ser um dever importante denunciar estas violações de direitos. [...] Foi por este motivo que, durante muito tempo, se falou no “quarto poder”. Definitivamente, e graças ao senso cívico dos meios de comunicação e à coragem de jornalistas audaciosos, as pessoas disputam deste “quarto poder” para criticar, rejeitar e resistir, democraticamente, às decisões ilegais que poderiam ser iníquas, injustas e até criminosas para com pessoas inocentes. Dizia-se, muitas vezes, que era a voz dos sem-voz (RAMONET, 2006b, *online*).

A partir desse aspecto, nosso objetivo neste capítulo é sublinhar alguns pontos de destaque nos estudos sobre imprensa alternativa brasileira e fazer um breve relato da presença desse tipo de jornalismo na história da imprensa brasileira, no período do regime militar. Procura-se, também, indicar alguns pontos-chaves do papel das publicações alternativas no contexto social em que se desenvolveram.

2.1 Por que alternativa?

A “imprensa alternativa”, no Brasil, designa aqueles jornais e revistas surgidos no contexto da ditadura militar, que formam um grande bloco de resistência, tanto política – em oposição ao regime, ao modelo econômico adotado, à violação dos direitos humanos a partir dos Atos Institucionais e à censura imposta –, como jornalística – criando um espaço independente da chamada grande

imprensa, contra o discurso oficial, sem uma estrutura hierárquica fixa e sem a obrigatoriedade da conquista de lucro. Três dos principais estudos já realizados sobre essa imprensa alternativa no Brasil são os textos de Sérgio Caparelli (1986 e 1988), José Luiz Braga (1991) e Bernardo Kucinski (2003). De certa forma, os três apresentam conceitos semelhantes, mas Kucinski, por ter publicado seu texto mais recentemente, oferece alguns aprofundamentos maiores, tanto a respeito do conceito de imprensa alternativa como da história dessas publicações.

Em sua extensa pesquisa sobre o tema, Kucinski oferece uma definição histórica inicial sobre o termo:

Durante os quinze anos da ditadura militar no Brasil, entre 1964 e 1980, nasceram e morreram cerca de 150 periódicos que tinham como traço comum a oposição intransigente ao regime militar. Ficaram conhecidos como *imprensa alternativa* ou *imprensa nanica*. A palavra *nanica*, inspirada no formato tablóide adotado pela maioria dos jornais alternativos, foi disseminada principalmente por publicitários, num curto período em que eles se deixaram cativar por esses jornais. Enfatizava uma pequenez atribuída pelo sistema a partir de sua escala de valores e não dos valores intrínsecos à imprensa alternativa. Ainda sugeria a imaturidade e promessas de tratamento paternal. Já o radical de *alternativa* contém quatro dos significados essenciais dessa imprensa: o de algo que não está ligado a políticas dominantes; o de uma opção entre duas coisas reciprocamente excludentes; o de única saída para uma situação difícil, e finalmente, o do desejo das gerações dos anos de 1960 e 1970, de protagonizar as transformações sociais que pregavam (KUCINSKI, 2003, p.13).

São publicações que surgem a partir da intenção de alguns jornalistas de criar espaços não existentes mais na imprensa tra-

dicional. Colabora nesse sentido a postura de Caparelli, quando afirma que “alternativa indica uma relação com outro, um *alter* que chama a si os que se desviam de um caminho inicial, no caso, a imprensa tradicional” (CAPARELLI, 1986, p.45). São experiências que buscam praticar uma forma de jornalismo diferente da realizada por outras publicações contemporâneas.

Seguindo a perspectiva de Kucinski, os principais jornais da época da ditadura, considerados alternativos, eram contrários à política dominante – ditatorial e contrária aos direitos mais básicos da cidadania, como a livre expressão. Faziam, dessa forma, com que os leitores vissem já nas suas manchetes e títulos que se tratavam de outros jornais, com outra preocupação que não a apresentada pela grande imprensa, que muitas vezes se tornou mera porta-voz do regime para manter suas edições nas bancas e assim não perder anúncios.

De acordo com Braga, “a imprensa alternativa se vê como jornalismo de oposição. Sua estrutura, sob forma de pequena empresa, tenta evitar a dualidade entre os proprietários e os jornalistas, para superar o controle da palavra pelo poder econômico” (BRAGA, 1991, p.228). Segundo ele, é importante não restringir essa forma de imprensa apenas como uma complementação à grande imprensa, ficando circunscrita a determinados públicos com interesses bastante específicos.

[A imprensa alternativa] não é produzida para um setor de interesses limitados da sociedade. Por sua abordagem temática, ela pode ser caracterizada como “imprensa de interesse geral”. [...] Enquanto “alternativa”, ela se propõe a ser a busca de uma outra forma, suscetível de substituir a grande imprensa. Não seria complementar ou secundária com relação ao jornalismo de grande empresa, mas igual ou equivalente (BRAGA, 1991, p.228).

Essas características apontam um horizonte bem claro a respeito da alternativa que as publicações assim intituladas procuram

ser. Como afirma o autor, mesmo que a imprensa alternativa não soubesse entrar em competição pelo mercado com a grande imprensa, sua pretensão é de construir formas diferentes de interpretação da realidade, ultrapassando “uma postura de simples suporte de uma opinião, em benefício de um trabalho mais complexo de coleta e de análise sobre a diversidade do social” (BRAGA, 1991, p.229).

Caparelli (1986), avançando nesse sentido, suscita uma questão a respeito dos outros momentos históricos em que esse tipo de jornalismo surge na sociedade. O autor procura aumentar o campo de visão histórico sobre essa outra imprensa.

A maior parte desses traços alternativos pode ser encontrada em épocas diferentes. Funciona como um fogo-fátuo a iluminar zonas obscuras do autoritarismo. Ela vive, ou sobrevive, nos regimes fechados em que o poder estabelece um controle cerrado do sistema de comunicação. Quando se fala em controle de mensagem, entende-se também ação de monopólios da indústria cultural (CAPARELLI, 1986, p.42).

Isso nos permite formular as questões que fazemos nesta pesquisa, não resumindo nosso enfoque apenas sobre o período do regime militar. O fato de “traços alternativos” estarem presentes em épocas diferentes nos leva a tentar encontrar esses aspectos na imprensa de hoje. Já o autoritarismo, como o próprio autor ressalta, pode também ser identificado na ação dos monopólios da indústria cultural, como atualmente, uma vez que não se vive mais em regimes políticos fechados. Contudo, sob a forma da indústria cultural, continua existente “um controle cerrado do sistema de comunicação” (CAPARELLI, 1986, p.42).

2.2 Antecedentes na história

Caparelli (1988) também levanta alguns questionamentos que nos parecem pertinentes para a análise da imprensa alternativa histo-

ricamente. Citando estudo realizado por Mar de Fontcuberta e Gomez Mompart, o autor observa que “o alternativo em comunicação não existe como definição estável nem pode existir” (CAPARELLI, 1988, p.8). Segundo ele, “o alternativo depende da conjuntura concreta de cada panorama comunicativo e mais do que falar de comunicação alternativa é necessário se referir a elementos alternativos de comunicação” (CAPARELLI, 1988, p.8).

Com isso, tem-se de reconhecer a dificuldade de considerar os mesmos padrões para comparar épocas distintas. Isso não impede, entretanto, que se procure entender se hoje é possível uma imprensa alternativa como a que existiu durante a ditadura militar. Se o alternativo depende de cada conjuntura concreta de cada panorama comunicativo, não podemos restringir sua existência a apenas duas décadas ou a determinado contexto político. Se considerássemos isso, não haveria por que perseguir uma resposta para a pergunta a respeito do papel e do espaço de atuação de uma imprensa alternativa hoje.

Por escapar a qualquer definição que venha a circunscrevê-la apenas a determinado contexto geográfico, histórico, político, econômico ou social, não podemos afirmar que foi apenas nas décadas de 60, 70 e 80 que a imprensa alternativa se desenvolveu ou fez parte do jornalismo brasileiro. Kucinski, por exemplo, estuda apenas esse período histórico por ser o momento em que essa imprensa ganhou maior relevância, e por ter sido justamente o momento em que o conceito surgiu. Foi nessa época que a imprensa *underground*, como também era chamada, teve um maior impulso, sofreu com os bloqueios da ditadura e refletiu todo o movimento revolucionário mundial, especialmente a partir de 1968. Caparelli (1988) não só percebe isso, como chama a atenção para o fato de a imprensa alternativa já existir antes, mesmo que não fizesse parte das preocupações dos estudiosos – e nem dos governos – da época. Como o próprio autor afirma, “a expressão pode ter 20 anos, mas o fenômeno é mais antigo” (CAPARELLI, 1988, p.9). Além de não ser algo oriundo nem de determinada época,

nem de determinado lugar ou cultura, as alternativas à imprensa são uma constante histórica.

As pesquisas de Caparelli (1988) deixam claro que o aparecimento de veículos alternativos na imprensa não é exclusividade nem do Brasil, nem de alguma década específica. Estados Unidos, Europa, União Soviética e China, em anos diferentes, também tiveram seus exemplares alternativos, guardando-se suas peculiaridades. Caparelli mostra que até mesmo na Revolução Francesa, assim como na Revolução Russa, havia imprensa propondo uma sociedade nova, em oposição ao sistema comunicativo aristocrático.

Na América do Sul, durante as ditaduras militares que se tornaram comuns durante a década de 70, a pauta política era quase a mesma nos diferentes países, incluindo perseguições aos jornalistas, fechamento de publicações e censura. Dentro desse panorama, foram diversas as formas com que elementos alternativos se fizeram presentes na imprensa da maioria dos países do sul do continente.

Márcio Tonetti (2004) verifica que, no Brasil, as publicações com elementos alternativos remontam a um passado histórico pré-republicano.

Desde a colonização portuguesa, a pequena imprensa assumiu um ideal peculiar. A singularidade expressa na grande maioria pelas produções “pasquineras”, típica do período regencial [...] denunciava até pelos títulos dados aos jornais, a situação política que corroia o Brasil. Por trás desses títulos, sugestivos por sinal, se escondia na verdade *O Grito dos Oprimidos* (exemplo de pasquim nascido em 1833 que alardeava as condições revolucionárias provincianas) (TONETTI, 2004, *online*).

Gondim et al (1998) afirma que o primeiro jornal brasileiro já nasce contestando o poder: o *Correio Braziliense*, de Hipólito José da Costa. Surgido para combater a Coroa, sob o cerco da

censura, o jornal era impresso em Londres, com uma linha editorial “direcionada a defender o que julgava ser direito dos brasileiros: a liberdade” (GONDIM, 1998, p.07). A partir de janeiro 1822, com o fim da censura prévia, aparecem outros diversos jornais adversários da monarquia, pregando a independência, como o *Revérbero-Constitucional Fluminense*, de Gonçalves Ledo, o *Correio do Rio de Janeiro*, de João Soares Lisboa, além de *A Malagueta*, *Malaguetas Extraordinárias*, dentre outros.

Nesse mesmo ano, o da independência, surgem os conhecidos *pasquins*. Caracterizados pelo deboche e combatividade verbal, mostravam sua irreverência até nos nomes, como *O Macaco Brasileiro*, *A Mulher do Simplício* ou *A Mutuca Picante*. Como analisa Nelson Werneck Sodré,

Foram [...] os males do meio e do tempo, agravados e alastrados às vezes, traduzidos na violência como norma e na injúria como moeda corrente, responsáveis pela fisionomia apresentada pelo pasquim. Tal fisionomia foi traço geral, igualou os que defendiam o governo e os que faziam oposição. [...] O pasquim trazia para a rua uma política habitualmente preparada em gabinetes, introduzia o elemento popular naquilo de que ele havia sido propositadamente excluído (SODRÉ, 1983, p.156).

Em razão disso, “durante todo o Primeiro Império, conta-se muita perseguição à imprensa, por causa dessas irreverências, divergências políticas e pelas suas lutas em favor de mais liberdades políticas” (GONDIM, 1998, p.13), levando os pasquins a ter vida efêmera e a desaparecerem rapidamente. Mesmo assim, essa imprensa contestadora continuava a se desenvolver, algumas vezes com maior expressividade, outras vezes mantendo-se limitada a pequenos grupos sociais que buscavam seus direitos.

Para Caparelli (1986), o reaparecimento dessa imprensa no Brasil a partir da década de 60, de maneira “vitalizada”, se deve

ao fato de que “o bloqueio da informação por parte do poder obrigou a numerosos grupos formarem seus próprios canais de expressão” (CAPARELLI, 1986, p.47). Foi nesse período que essa imprensa ganhou um impulso gigantesco no Brasil, fenômeno favorecido principalmente pela realidade política. Cabe-nos, porém, interpretá-la não como algo historicamente localizado, mas sim como um valor historicamente presente de contestação e de oposição ao discurso oficial.

Resta-nos, então, procurar aprofundar ainda mais a especificidade do termo. Se historicamente ela teve seu valor, diferenciado em cada geração, como atualmente a imprensa alternativa é entendida? Procuraremos compreender mais alguns elementos para sua análise, especialmente no que se refere à sua função de um modo geral, mas principalmente dentro do contexto social em sua “época de ouro” no jornalismo brasileiro, nas décadas de 60, 70 e parte dos anos 80, em plena ditadura.

2.3 As experiências a partir da década de 60

No Brasil, a década de 60 ficou marcada como a década do início da ditadura no país, que determinou limites muito bem estabelecidos para o cidadão comum e muito mais para a imprensa. Especialmente a partir do Ato Institucional Número 5, de 1968, as liberdades foram restringidas, e a imprensa, colocada sob censura. É nessa nova situação política, que também envolve uma nova situação econômica e social, que a imprensa alternativa brasileira vai ganhar contornos bem específicos, de contestação à ditadura e à violação dos direitos humanos. Como observa Kucinski, “os primeiros jornais alternativos nasceram no vazio deixado pelo desbaratamento da imprensa vinculada ao campo popular e pelo estreitamento do espaço crítico na grande imprensa” (KUCINSKI, 2003, p.38).

José Luiz Braga (1991), em sua pesquisa sobre o *Pasquim*, um

dos mais expressivos títulos alternativos que surgem durante o regime, verifica que a situação da época colabora para o surgimento de outras experiências jornalísticas. Segundo ele, havia disponibilidade de um grande número de profissionais, “qualificados e críticos”, que “concebem seu trabalho em uma perspectiva que se acomoda mal na imprensa-indústria” (BRAGA, 1991, p.227). Com a mídia em geral vivendo um empobrecimento de seu conteúdo jornalístico – em consequência da censura, do alinhamento de empresas com o regime, de uma produção dirigida ao consumo de massa – esses profissionais que deixavam as grandes empresas encontravam nos títulos alternativos um espaço de manifestação onde regular suas idéias e posições.

Esses fatores, segundo o autor, teriam sido fundamentais para toda uma gama de publicações que vão surgindo no país a partir desse período. Não fazemos aqui uma análise detalhada de cada publicação, visto que não é esse o nosso objetivo, mas retomamos determinadas experiências vividas por alguns dos principais exemplares da chamada imprensa alternativa da época.

Uma dessas publicações, a inaugural, é a de Millôr Fernandes. Ao perder seu espaço na revista *O Cruzeiro*, Millôr lança, independentemente, uma revista com o mesmo nome de sua seção na publicação: nasce, assim, a *Pif-Paf*. Como afirma Kucinski (2003), a revista surge sem nenhum esquema profissional de produção. Os desenhos de colaboradores como Ziraldo, Fortuna e Claudius são entregues a Millôr, que produz o resto, “uma precariedade que se tornaria marca registrada da imprensa alternativa” (KUCISNKI, 2003, p.48).

A revista nasce apenas como crítica de costumes, porém, a partir da repercussão entre os leitores, passa a ficar cada vez mais política, o que leva à prisão de Claudius, em razão de uma charge publicada, tornando-se o primeiro humorista preso no período pós-1964. Na sua última edição, a de número 8, Millôr publica, na contracapa, a “Advertência!”:

Quem avisa, amigo é: se o governo continuar deixando que certos jornalistas falem em eleições; se

o governo continuar deixando que certos jornais façam restrições à sua política financeira; se o governo continuar deixando que alguns políticos teimem em manter suas candidaturas; se o governo continuar deixando que algumas pessoas pensem por sua própria cabeça; e, sobretudo, se o governo continuar deixando que circule esta revista, com toda sua irreverência e crítica, dentro em breve estaremos caindo numa democracia” (FERNANDES apud KUCINSKI, 2003, p.49).

Essa edição é apreendida em diversos lugares. Dias depois, Millôr encerra *Pif-Paf*. Apesar de sua grande vendagem sem nenhuma campanha publicitária, a revista fecha “porque foi lançada sem organização administrativa apropriada, sem funcionários de apoio, de modo amadorístico e voluntarista” (KUCINSKI, 2003, p.50).

Em 1969, nasce um dos principais jornais alternativos, *O Pasquim*. Entre seus fundadores, estava Tarso de Castro, Jaguar, Sérgio Cabral e Claudius. Depois, somam-se Henfil, Millôr, Ziraldo, Fortuna, Chico Buarque, Caetano Velloso, Glauber Rocha, Cacá Diegues, dentre outros. O periódico ficou conhecido por seu humor e por sua intelectualidade-boêmia, típica da contracultura carioca. “Seus alvos principais eram a ditadura militar, contra a qual se opunha de maneira visceral, a classe média moralista e a grande imprensa” (KUCINSKI, 2003, p.209). Ficou conhecido também por suas entrevistas, publicadas na íntegra, marcadas por um texto quase literal, com expressões e jargões que começaram a ser usados também nos textos jornalísticos de outros veículos.

Durante sua existência, o *Pasquim* atingiu vendagens astronômicas, alcançando quase 200 mil exemplares por edição. Enfrentou a censura, tendo nove de seus integrantes presos. A partir do seu número 300, o jornal passa a ser publicado sem censura prévia. No entanto, por problemas administrativos e financeiros, deixa de circular no início de 1985, após diversas trocas de dire-

tores e muitas desavenças internas com relação à linha editorial praticada pelo jornal.

Lançado em São Paulo pelo jornalista gaúcho Marcos Faerman, o jornal bimestral *Versus* foi “uma das mais radicais manifestações de comunicação alternativa” (KUCINSKI, 2003, p.249). Lançado em outubro de 1975, *Versus* era, segundo seu fundador, “um jornal de reportagens, idéias e culturas, que propunha a ‘cultura como forma de ação política’” (FAERMAN apud KUCINSKI, 2003, p.249). Não foi submetido à censura prévia e começou suas vendas de mão em mão, “sem nenhum capital inicial, sem empresa, sem equipamentos” (KUCINSKI, 2003, p.250). No seu apogeu, em 1977, vendia 35 mil exemplares.

Além de ser de esquerda “sem ser doutrinário, cultural sem ser estritamente literário, e jornalístico sem ser contingente” (KUCINSKI, 2003, p.250), *Versus* abordava também toda a tragédia da América Latina, que vivia sob regimes autoritários não apenas naquele momento histórico, mas desde a sua “descoberta”. A publicação era uma “revista da América Latina chocada pelo domínio das ditaduras” (KUCINSKI, 2003, p.256). Segundo Faerman, a publicação era uma continuadora das publicações uruguaia *Marcha* e da argentina *Crisis*. Abrigava em suas páginas textos de Rivaldo Chinem, Eduardo Galeano, Eric Nepomuceno, Fernando Moraes, Maurício Kubrusly, além de charges de Angeli e dos irmãos Chico e Paulo Caruso. No final de sua existência, *Versus* foi apropriado pelo Partido Socialista dos Trabalhadores, que o transformou em seu porta-voz, extinguindo-o em 1979.

Opinião nasce em outubro de 1972, em pleno auge da ditadura militar, integrado por jornalistas profissionais, como Bernardo Kucinski e Rodrigues Pereira, além do empresário Fernando Gasparian. Desde o início, o jornal se mostrou influente, com um primeiro número superando os 30 mil exemplares vendidos. Seu teor contra a ditadura foi uma das razões que o levaram a estar constantemente sob censura. Com a publicação do número 24, o primeiro censurado desde Brasília, Raimundo Pereira, Tárik de Souza e Fernando Gasparian, integrantes de *Opinião*, são

presos. De acordo com Rivaldo Chinem, a edição 212 sofreu veto de 23 matérias, num total de 97 laudas (CHINEM, 1995). Bombas explodiram na sede do jornal. Matérias foram censuradas. Com a ruptura entre Raimundo e Gasparian, o jornal, que ainda enfrentava os dissabores da ditadura e as freqüentes apreensões de edições, continuou até 1977. O editorial do número 230, a última edição, dizia que o jornal só voltaria a circular quando estivesse totalmente livre da censura. Calculava ainda que se às 5.796 páginas impressas fossem acrescentadas as matérias vetadas pela censura, o total chegaria a 10.548 (CHINEM, 1995, p.70). Gasparian, ao fechar *Opinião*, contabilizou prejuízos de três milhões de cruzeiros, em razão das cinco apreensões sofridas pelo jornal.

Raimundo Pereira, entretanto, quis investir em uma nova publicação. É assim que surge *Movimento*, uma propriedade coletiva de seus integrantes, gerido por um conselho de orientação editorial formado por nove componentes, como Chico Buarque e Fernando Henrique Cardoso, e um conselho da redação com poderes deliberativos, constituído por 12 jornalistas fundadores. Segundo Chinem, em torno de *Movimento* uniram-se cerca de 500 pessoas, 300 delas jornalistas. “*Movimento* uniu várias correntes da esquerda, atraindo tanto militantes que haviam se afastado da luta armada, como grupos novos que se animavam com o surgimento do novo jornal, vendo nele um espaço em que seria possível o exercício da ação política” (CHINEM, 1995, p.73).

O número zero, destinado apenas a apresentar o programa e a equipe do novo jornal, foi considerado um “atentado à segurança nacional” (CHINEM, 1995, p.73). Chinem (1995) contabiliza que, nos três primeiros anos de existência, foram vetados pela censura mais de seis mil artigos e ilustrações de *Movimento*, além de 4,5 milhões de palavras proibidas, o que resultou numa série de prejuízos em razão das perdas nas vendas e na preparação, despachos e recebimentos do material censurado. A última edição saiu em novembro de 1981, após seis anos e meio do lançamento de *Movimento*.

Uma experiência local foi o *Coojornal*. O jornal surgiu após

a saída dos jornalistas Elmar Bones, Jefferson de Barros, José Antônio Severo e Gilberto Pauletti da empresa jornalística *Caldas Júnior*, a sexta maior empresa de jornalismo do país. Na *Caldas Júnior*, eles haviam dirigido o novo jornal do grupo, o *Folha da Manhã*, e introduziram importantes inovações nas outras publicações. Porém, quando o novo jornal passa a crescer e a influir na cena política regional, a *Caldas Júnior* passa a diminuir o “poder” desses jornalistas na publicação, temerosa de maiores problemas com o governo da época.

Surge, então, nos jornalistas responsáveis do *Folha da Manhã* a idéia de se criar um jornal independente, a partir da formação de uma cooperativa. Fundada em 1974, nasce a *Coojournal*. Após um período de atuação junto a outras cooperativas e empresas gaúchas, a organização lança o seu próprio jornal. Segundo Kucinski, o *Coojournal*

Tornou-se um jornal “memorialista”, referenciado no plano do jogo político, não do ideológico, muito menos do psicológico ou do cultural. [...] Registrava episódios de censura, de autoritarismo nas redações, o lançamento de novos jornais alternativos, lançava as sementes de uma ideologia de imprensa alternativa cooperativista (KUCINSKI, 2003, p.276).

Foi um jornal que conseguiu grandes espaços publicitários, mas, por erros administrativos, além de divisões internas provocadas por visões políticas diferentes, não consegue suportar as dificuldades e lança sua última edição em março de 1983.

Em geral, no final da década de 80, juntamente com o fim da ditadura, as publicações alternativas passam por diversas dificuldades, relacionados com a mudança social levada a cabo com o surgimento de um novo capitalismo, chamado “neoliberal”, e, em menor grau, com as problemáticas internas dos grandes jornais alternativos. A imprensa em geral passou a gozar novamente de liberdades, e o jornalismo crítico começa a ser praticado também nas páginas das grandes publicações. Os partidos políticos e

os movimentos sociais passam a se reorganizar abertamente, fazendo com que os jornais alternativos já não fossem mais o centro articulador de uma mobilização social. O que se vê, então, é uma crescente pulverização de toda a imprensa alternativa em diversas manifestações circunscritas a sindicatos e movimentos sociais específicos, assim como na área da comunicação popular.

Perante a saturação do mercado de trabalho pelas primeiras turmas das novas escolas de comunicação, as turmas seguintes aproximam-se de sindicatos e de movimentos eclesiais de base. Formando pequenas redações, cooperativas e mutirões, lançam jornais voltados aos problemas específicos da região, do bairro, eventualmente, de um movimento de base. Tomam como modelo o padrão da Imprensa Alternativa e modificam-no através de propostas de comunicação direta entre jornalista e público. Criam jornais em que as bases populares são ao mesmo tempo o sujeito da comunicação e seu próprio agente (KUCINSKI, 2003, p.141).

Para Regina Festa (1986), no final do período militar a imprensa alternativa não desapareceu, apenas mudou de lugar social. Aqui podemos citar a experiência de *Tribuna Metalúrgica*, jornal do Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo e Diadema, que surge em 1979, com tiragens de 20 a 30 mil exemplares. O Sindicato dos Bancários também lança a *Folha Bancária*, alcançando 35 mil exemplares diários. No ambiente rural também surgem experiências próprias, como *Enxada*, do Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Macapá, *A Foice*, do Sindicato de Correntina, na Bahia, o *Picareta da Justiça*, jornal de nove sindicatos de trabalhadores rurais do Paraná, dentre outros. Começam a surgir também publicações político-partidárias, representantes de novas e tradicionais tendências da esquerda, como *Voz da Unidade*, *Tribuna da Luta Operária*, *Hora do Povo*, *Em Tempo*, *Alicerce*, *Companheiro*, etc. No final da década de 70 e início dos 80, surge

também uma imprensa alternativa especializada, como *Mulherio*, jornal de um grupo de mulheres, *Cadernos do Terceiro Mundo*, sobre política, economia, sociedade e cultura nos países do Terceiro Mundo, e *Porantim*, jornal ligado ao Conselho Indigenista Missionário.

Para Braga (1991), no entanto, essas derivações jornalísticas dos movimentos de base não fazem parte da imprensa alternativa. Segundo ele, “essas exclusões podem ser verificadas nas escolhas dos assuntos, nos modos de produção e na composição dos grupos que produzem os jornais alternativos” (BRAGA, 1991, p.228). A imprensa político-partidária, controlada de perto por um partido ou sindicato, que lhe oferece suporte financeiro e uma linha rígida de ação, segundo o autor, “não tem que se preocupar em sobreviver economicamente, em termos de empresa” (BRAGA, 1991, p.229). Já “a distinção relativa à imprensa sindical é a mais evidente, devido aos objetivos específicos desta” (BRAGA, 1991, p.229). Aqui, no entanto, nos parece pertinente deixá-las dentro do panorama geral da imprensa alternativa, por recuperarem algumas características de uma outra forma de fazer jornalismo.

Para Kucinski, essas novas publicações de base são “as mais importantes tentativas de construção de um jornalismo alternativo, apesar do caráter paroquial de suas propostas editoriais” (KUCINSKI, 2003, p.156), enfrentando as mesmas problemáticas das outras publicações alternativas: a falta de recursos, os bloqueios políticos e a conseqüente diminuição de leitores e da mobilização social que promovem. Segundo o autor, “é o fracasso dessa alternativa, mais do que qualquer outro, que aponta para o encerramento da possibilidade de uma imprensa alternativa” (2003, p.157).

Esse breve histórico, assim, apesar de reconstruir sucintamente as principais experiências da imprensa alternativa brasileira permite uma visão das diferentes possibilidades que o jornalismo encontrou no país. Nossa intenção aqui foi tentar perceber quais as principais preocupações desses jornalistas que se reúnem em torno de uma proposta independente e diferenciada dos grandes

jornais. Com visões distintas, todos buscam um ponto comum nas novas publicações alternativas, um espaço onde tenham voz para dizer o que pensam, sem os bloqueios de uma linha editorial rígida. Esses jornalistas se reúnem nas publicações alternativas em busca de um jornalismo que tenha uma outra função social, função essa que tentaremos analisar a partir de agora.

2.4 A função da imprensa alternativa no Brasil

Depois do resgate histórico da imprensa alternativa no mundo e do desenvolvimento dessa mesma imprensa no Brasil, podemos agora tentar compreendê-la em sua generalidade. Caparelli (1986) indica que por “imprensa alternativa” podemos subentender o trabalho de jornalistas que procuram dizer o que não é dito e realizar uma crítica social que traga mais elementos para a compreensão da realidade. Algo que Tonetti (2006) explicita com outras palavras:

A essência da pequena imprensa, a de mobilizar e servir a opinião pública, em prol das mudanças, não vem atrelada, nesse ínterim, a interesses comerciais, que por sua vez é o que contrapõe a imprensa artesanal à imprensa industrial. [...] O jornal era o instrumento que fazia ouvir a voz do povo. [...] E com tal ímpeto, sua influência se mostrou evidente na derrocada dos regimes totalitários (TONETTI, 2006, *online*).

Temos, assim, alguns elementos que nos fazem retomar a primeira definição de Kucinski (2003) sobre imprensa alternativa. Relembrando, o autor nos afirmava que a imprensa alternativa contém quatro significados essenciais: o de ser algo que não está ligado a políticas dominantes; o de uma opção entre duas coisas

reciprocamente excludentes; o de única saída para uma situação difícil, e finalmente, o do desejo de protagonizar as transformações sociais que as gerações dos anos de 1960 e 1970 pregavam (KUCINSKI, 2003). Podemos dizer que esses significados – sublinhando novamente o fato de que podem ser encontrados também em vários períodos históricos –, são a explicitação dos três grandes pilares, a nosso ver, de uma imprensa alternativa: a *liberdade de expressão*, a *crítica da realidade* e a *mobilização social*.

Porém, poder-se-ia perguntar: não são esses, também, os papéis de toda e qualquer imprensa? Sim, diríamos, porém com o detalhe de que a grande imprensa trabalha efetivamente com vistas ao lucro. Para Braga (1991), “a produção em pequena empresa, além da conjuntura que impede seu crescimento, indica o papel secundário do lucro na tomada de decisões dos jornais alternativos” (BRAGA, 1991, p.229). O não funcionamento em razão do lucro, ou mesmo a gratuidade, é demonstração de liberdade e de contestação dessa imprensa também aos interesses comerciais.

Ganham maior valor, neste caso, os princípios que destacamos anteriormente. Torna-se necessário, então, verificar brevemente como os três pilares de uma comunicação alternativa – liberdade, crítica e mobilização – se manifestam na imprensa alternativa brasileira.

2.4.1 Liberdade de expressão

Para o jornalista da grande imprensa brasileira à época da ditadura, talvez em razão do dilema de valores entre jornalismo e capitalismo, e comunicação e censura, a imprensa alternativa torna-se um espaço de liberdade fundamental. Não apenas por uma questão de rebeldia ingênua ou infantil. Muito menos pela simpatia de jornalistas desgostosos e ranzinzas, descontentes com tudo. A imprensa alternativa demonstrava, na sua crítica à ditadura e ao modelo econômico capitalista, toda uma nova proposição de construção social, que a realidade em que viviam obstruía e até mesmo rejeitava.

No campo político, a ditadura impedia quaisquer discursos sobre democracia. No campo econômico, a concentração de capital era a regra. No campo jornalístico e da cultura, quaisquer manifestações em favor de uma liberdade estética e de expressão eram impedidas em nome da moral e dos bons costumes. Dessa forma, a imprensa alternativa conjuga duas forças igualmente compulsivas:

O desejo das esquerdas de protagonizar as transformações que propunham e a busca, por jornalistas e intelectuais, de espaços alternativos à grande imprensa e à universidade. É na dupla oposição ao sistema representado pelo regime militar e às limitações à produção intelectual-jornalística sob o autoritarismo que se encontra o nexo dessa articulação entre jornalistas, intelectuais e ativistas políticos (KUCINSKI, 2003, p.14).

O que havia entre os jornais alternativos era o desencantamento com a imprensa tradicional e a falta de espaço para a atuação dos jornalistas.

Na origem de toda a aventura alternativa havia a liderança de jornalistas, ansiosos por se libertarem das restrições da grande imprensa e um episódio específico de fechamento de espaços na grande imprensa, um incidente que empurrava jornalistas em direção a uma alternativa, às vezes ainda mal formulada, imprecisa (KUCINSKI, 2003, p.24).

A liberdade, então, que a imprensa alternativa possui, tanto na organização, como na produção e no modo de fazer jornalismo, colabora para a criação de uma nova cultura, que marca profundamente duas maneiras opostas de se relacionar com o mundo e os fatos:

Os protagonistas da imprensa alternativa dos anos de 1970 constituíam, assim, uma subcultura que se distinguia do grosso dos jornalistas e intelectuais pela sua disposição contestatória, pela sua propensão ao ativismo, pela sua intransigência intelectual e, em certa medida moral, pela afinidade com os motivos ideológicos que moviam os ativistas políticos (KUCINSKI, 2003, p.36).

Nesse ponto, o valor e a função das publicações alternativas era compreender a situação e então tomar partido, para realmente informar a sociedade, com liberdade de expressão e análise. Em princípio, o papel de informar criticamente a sociedade é da imprensa em geral. Porém, quando essa mesma imprensa não realiza a sua função, os alternativos surgem como um outro meio de se acessar aquilo que não é dito. E aí é que está a força de sua crítica.

2.4.2 Crítica da realidade nacional

Dentro de um panorama de busca de liberdade contra os receios de uma grande imprensa que aceita ficar calada para manter sua margem de lucro, a crítica da imprensa alternativa, principalmente ao próprio jornalismo, torna-se natural. E numa realidade ditatorial, com a censura à imprensa e aos cidadãos, que perdem seus direitos, a crítica ao sistema político é uma necessidade ética que os alternativos não têm medo de levar adiante. “Opunham-se por princípio ao discurso oficial” (KUCINSKI, 2003, p.14).

A situação brasileira do período torna-se insuportável para toda uma gama de livres-pensadores, que não acreditam na realidade absurda que o país vive. O que identifica, assim, toda a imprensa alternativa é a “contingência do combate político-ideológico à ditadura, na tradição de lutas por mudanças estruturais e de crítica ortodoxa a um capitalismo periférico e ao *imperialismo*, dos quais a ditadura era vista como uma representação” (KUCINSKI, 2003, p.14).

Dessa forma, esses pensadores e ativistas políticos encontram espaço para suas discussões e proposições críticas na imprensa alternativa. “Pode-se traçar, assim, uma demarcação entre imprensa convencional e imprensa alternativa no Brasil pelos seus papéis opostos como agregadores ou desagregadores da sociedade civil, em especial, dos intelectuais, jornalistas e ativistas políticos” (KUCINSKI, 2003, p.21).

Na junção de um espaço livre para a tentativa de realizar uma crítica social e política em plena ditadura e de vozes importantes do pensamento crítico brasileiro da época, a imprensa alternativa consegue, assim, promover também uma mobilização social, muitas vezes ultrapassando os limites da contenção ditatorial. Passamos agora, a ver como essa mobilização se processa.

2.4.3 Mobilização social

Nos jornais alternativos, há uma preocupação em manter uma organização e hierarquia que se diferenciem da imprensa tradicional. De certa forma, organização sim, mas sem hierarquia. Até mesmo na gestão e na administração internas os alternativos tentam, muitas vezes sem sucesso, encontrar uma forma de se diferenciar do modelo tradicional.

É por isso que a reorganização política em plena ditadura, quando os partidos perdem sua importância, acontece na própria imprensa alternativa. É ela o local privilegiado para reunir não apenas as esquerdas, mas também os movimentos sociais, além de grande parte dos pensadores críticos do país, que estão politicamente calados.

Está, assim, nessa imprensa, o espaço para uma nova reorganização social. Os primeiros jornais começam justamente como uma válvula de escape à situação ditatorial. Depois, com a sua maior proliferação e com o avanço de uma cultura alternativa de ordem mundial, uma nova força política vai se organizando. A partir do final da década de 70, a imprensa alternativa se vê muito mais arranjada com o crescimento dos movimentos basis-

tas, como as Comunidades Eclesiais de Base, da Igreja Católica, sindicatos e movimentos sociais.

[Ao] impulso essencialmente jornalístico, somava-se o apelo geral revolucionário das gerações dos anos de 1960 e 1970, fazendo dos jornais alternativos, primeiro, instrumentos de resistência ou de uma revolução supostamente em marcha, depois, numa segunda fase, derrotando esse apelo, caminho de trânsito da política clandestina para a política de espaço público durante o período de abertura. Na fase final a articulação se desdobrou, abarcando parte do movimento popular de base. Assim, apesar de sua natureza essencialmente jornalística, a imprensa alternativa acabou se tornando o principal espaço de reorganização política e ideológica das esquerdas nas condições específicas de autoritarismo (KUCINSKI, 2003, p.15).

Kucinski analisa essa mudança de paradigma da imprensa alternativa como um preocupar-se menos com a organização política e mais com a prática jornalística. De certa forma, acreditamos que as duas vertentes, tanto a organização política como a prática jornalística alternativa, são as preocupações essenciais da imprensa alternativa. Justamente pelo recuo do jornalista em relação aos meios de comunicação de massa é que essa imprensa começa a repensar e a “re praticar” toda uma nova forma de fazer jornalismo. Os ativistas políticos, por sua vez, sentem a necessidade de repensar sua relação com a sociedade e promover melhorias no sistema político. Concordamos com Kucinski, assim, quando afirma que a “imprensa alternativa dos anos de 1970 pode ser vista, no seu conjunto, como sucessora da imprensa panfletária dos pasquins e da imprensa anarquista, na função de criação de um espaço público reflexivo, contra-hegemônico” (KUCINSKI, 2003, p.21).

Guardadas as proporções, acreditamos que quaisquer alternativas à imprensa tradicional, independente da época ou do lu-

gar, sempre procuram, nas condições sociais de cada uma, criar um espaço livre para uma reflexão contra-hegemônica, possibilitando uma crítica independente de relações políticas, necessidades econômicas ou impedimentos sociais e morais. Na realidade atual, o espaço público reflexivo, indicado por Kucinski, mostra-se novamente necessário e, principalmente, buscado pela população: uma imprensa alternativa pós-ditadura.

Para compreender, então, como surgem as novas experiências da imprensa alternativa e o papel desempenhado por elas na nova realidade, passaremos agora a analisar a situação política, econômica e tecnológica do jornalismo brasileiro a partir do final da ditadura e as conseqüências que essas mudanças trouxeram à realidade da imprensa alternativa.

Capítulo 3

O contexto político-econômico do jornalismo pós-85

Após realizar o estudo prévio sobre a imprensa alternativa brasileira no período da ditadura militar, cabe-nos seguir analisando o que ocorreu no Brasil após o “período de ouro” desse tipo de imprensa até os dias de hoje. Pretende-se, assim, identificar algumas pistas quanto à pertinência de uma imprensa alternativa, nos termos da que existiu, no contexto atual. Para tanto, procura-se compreender o que aconteceu no Brasil e no jornalismo, nos últimos anos, até o momento atual.

O tempo decorrido desde a abertura política soma mais de duas décadas. Nesse período, tanto o Brasil mudou, especialmente nos aspectos político e econômico, quanto o jornalismo – técnica, funções e espaço público de ação. Não entraremos em maiores detalhes com relação aos governos da época, visto que não é esse nosso objetivo. Faz-se aqui apenas uma localização histórica de toda a conjuntura na qual o jornalismo brasileiro vai se desenvolvendo e na qual a imprensa alternativa, nosso objeto de estudo, vai sofrendo grandes transformações.

3.1 Anos 80: a abertura política e a informatização das redações

3.1.1 A herança do período militar

O fracasso do modelo político-econômico adotado pelo regime militar leva o país a entrar numa das maiores crises de sua história. Isso se reflete nas elevadas taxas de inflação, de endividamento externo e no déficit público durante o último governo militar, o do chefe de governo João Figueiredo (1979-1985). Nesse período, a redemocratização entra na pauta das principais organizações sociais de oposição.

A situação encontrada para iniciar um novo período democrático revela as distorções do modelo de desenvolvimento adotado. Com relação à educação, por exemplo, as medidas adotadas não conseguiram surtir efeito, especialmente nas regiões Norte e Nordeste, permitindo que milhões de crianças continuassem sem frequentar escolas por falta de vagas (COTRIM, 1999). A concentração da produção rural nas mãos de latifundiários, por sua vez, acentuou-se fortemente durante o regime, com grandes áreas improdutivas ou voltadas para as culturas de exportação, como a soja. Com a construção de estradas integrando as diferentes regiões do país, há também um elevado crescimento da frota de veículos rodoviários. Isso leva o país a importar enormes quantidades de combustível, justamente num período em que o mundo vive uma forte crise do petróleo (COTRIM, 1999).

Em termos econômicos, vê-se um processo defensivo nas decisões políticas em face das pressões dos credores internacionais. O governo Figueiredo, no final de 1982, aceita as regras do Fundo Monetário Internacional (FMI) para obter novos empréstimos e contornar parcialmente o estado de insolvência crônica do país. Disso provém, como constata Lopez (1997), o declínio dos reajustes salariais semestrais e a desvalorização do Cruzeiro perante o dólar. No último governo militar, a inflação bate recordes históricos, gerando um forte endividamento externo. Por isso, diver-

dos segmentos da sociedade, entre eles partidos, setores da Igreja, universidades, estudantes, imprensa, artistas, sindicatos, passam a reivindicar o fim do regime militar e a democratização do país.

Segundo Cotrim (1999), esse movimento vai sendo organizado pelas lideranças políticas de oposição em uma campanha nacional em favor das eleições diretas para presidente da República, conforme a emenda proposta pelo então deputado Dante de Oliveira. Sob o lema “Diretas já”, as multidões buscavam o fim do regime, contando também com o apoio das primeiras greves de trabalhadores contra o achatamento dos salários (COTRIM, 1999).

Porém, uma série de manobras da elite, liderada pelo deputado paulista Paulo Maluf e ligada ao regime militar, impediu a implantação das eleições diretas. Em janeiro de 1985, novamente por meio do Colégio Eleitoral, o governador de Minas Gerais, Tancredo de Almeida Neves, é eleito presidente da República, e o senador e presidente do Partido Democrático Social (PDS), José Sarney de Araújo Costa, seu vice. O novo presidente afirma que sua eleição será a última por via indireta, objetivo que procuraria alcançar por meio de um governo de transição democrática. No entanto, 12 horas antes da posse, Tancredo Neves fica doente, é submetido a várias cirurgias e vem a falecer no mês de abril de 1985. Seu vice, José Sarney, assume, assim, o comando da nação.

3.1.2 O governo José Sarney (1985-1990)

Sarney havia feito sua carreira política em apoio à ditadura militar. Havia sido político da Arena¹ e presidente nacional do PDS. Liderando o partido, ajuda a impedir a aprovação da emenda cons-

¹ A partir de 1965, com o Ato Institucional N° 2, era permitida a existência de apenas duas associações políticas nacionais, nenhuma delas podendo usar a palavra “partido”. Criou-se então a ARENA (Aliança Renovadora Nacional), base de sustentação civil do regime militar, e o MDB (Movimento Democrático Brasileiro), com a função de fazer uma oposição bem-comportada que fosse tolerável ao regime.

titucional Dante de Oliveira. Para superar essa imagem negativa, jura honrar os compromissos políticos assumidos por Tancredo Neves.

Em 1986, a equipe econômica do novo governo toma medidas visando o combate da inflação. A saída proposta pelo governo é o Plano Cruzado, simbolizado pelo lançamento de uma nova moeda, do fim da correção monetária, do congelamento dos preços e pelo reajuste automático dos salários sempre que a inflação atingisse 20%. Entretanto, o congelamento acaba sendo burlado pelos produtores e comerciantes, e a inflação continua a crescer, o que leva o governo a implantar o Plano Cruzado II, reajustando os preços das tarifas públicas, do álcool, da gasolina e de uma série de produtos, o que também não surte efeito (COTRIM, 1999). Apesar do plano, a inflação continua a crescer. O governo tenta, então, aplicar novas políticas de combate à inflação, como o Plano Bresser (1987) e o Plano Verão (1989), ambos sem sucesso.

Para Cotrim (1999), o governo Sarney não soube administrar a crise econômica, que continuou extremamente grave até o final do seu governo. Segundo o autor, Sarney não conseguiu equilibrar três grandes problemas da economia de então: a inflação, a dívida externa e a dívida interna do governo. Para Lopez (1997), já que os economistas do governo foram incapazes de mudar a situação nacional, o centro das esperanças da população foi deslocado para a Assembléia Nacional Constituinte, reunida a partir de fevereiro de 1987.

Depois de 20 meses de trabalho, em 1988, a Assembléia promulga a nova Constituição do Brasil, que confirma como regime político brasileiro o estado democrático de direito. Com a Constituição, restaura-se a liberdade de imprensa, e a publicação de notícias, comentários e opiniões por qualquer veículo de comunicação social passa a ser um direito inalienável.

3.1.3 Jornalismo nos anos 80 – o computador chega às redações

No jornalismo brasileiro da década de 80, há uma consolidação das empresas de indústria cultural, processo iniciado ainda na década de 50. Constata-se uma monopolização crescente das empresas em geral, assim como das empresas de comunicação. *Globo*, *Editora Abril*, *Folha de S.Paulo* e *O Estado de São Paulo* passam a concentrar grande parte das publicações nacionais e da renda oriunda da comunicação. Grandes conglomerados, envolvendo rádios, jornais e emissoras de TV, começam a surgir, ditando as leis do jornalismo contemporâneo.

As empresas que não se adaptam ao novo molde perdem mercado, tornam-se alvo de negociações, até transformarem-se em parte de um grupo maior. O próprio regime militar também colabora nesse sentido, como ficou patente nas relações comerciais entre a empresa *Globo* e o grupo *Time-Life*, com grande soma de dinheiro destinada à modernização da empresa brasileira. É o que constata Fonseca:

Especialmente a partir das últimas décadas do século XX, parte dos interesses financeiros e industriais inseridos em políticas globais de expansão e diversificação foi investida na aquisição de ações em setores de informação e comunicação, instaurando o período de compras, fusões, associações e outras formas de crescimento corporativo que dão origem aos conglomerados na arena global do comércio de informação e comunicação (FONSECA, 2005, p.218).

Dessa forma, vendo potenciais fontes de renda em todos os lugares, as grandes empresas de comunicação passam a investir na oferta de novos espaços de comunicação. A partir desse período, os veículos direcionam seus produtos culturais para os diferentes grupos sociais, ou seja, passam a segmentá-los, visando a públicos específicos, desde compradores de carro, donas-de-casa,

executivos, crianças etc. Há, assim, uma crescente segmentação da imprensa, com grandes empresas obtendo ainda mais lucros e mercados mais abrangentes.

O que facilita essa diversificação são as mudanças tecnológicas que o jornalismo vive a partir desse período. No início da década de 80, o modo de produzir, de comunicar e de existir de um jornal passa por uma grande revolução, conhecida também como pós-industrial. Provocadas por diversos fatores culturais sociais, econômicos, científicos e tecnológicos, as novas tecnologias da década respondem pela criação, edição e difusão de informações de uma maneira completamente nova. Com a chegada do computador às redações, há um salto qualitativo nas técnicas de produção de jornais.

A informatização das redações começa no final dos anos 60 e no início dos anos 70 em todo o mundo. O jornal *Folha de S.Paulo* é o primeiro do Brasil a introduzir terminais de computador em suas redações, por meio de um projeto que vinha sendo elaborado desde 1968 e que só é efetivado em 1983: o *Projeto Editorial da Folha*. Por meio dele, os terminais de vídeo na redação passam a abolir definitivamente a máquina de escrever.

Após o projeto da Folha, outros grandes jornais brasileiros também começam suas “aventuras” pelo mundo das novas tecnologias. Para Vianna, “a explosão tecnológica criou uma nova tendência: a constante preocupação dos grandes jornais com a dinâmica da informação, impulsionando também os pequenos impressos do interior do País a se desenvolverem” (VIANNA, 1992, p.27). Mas ficava a pergunta: por que informatizar? “Os editores, secretários, diretores e engenheiros do jornal explicaram que a decisão pela sua [da *Folha de S.Paulo*] informatização não foi diferente dos demais veículos: economia e maior agilidade na elaboração e distribuição do periódico” (VIANNA, 1992, p.32).

Justamente os sinais mais evidentes da transformação das redações estão na redução do tempo entre a cobertura do acontecimento e a informação à disposição do leitor, já que a estrutura de produção computadorizada dinamizava as operações de edição,

de venda de publicidade e de circulação. O Diretor Executivo do *Estado de São Paulo*, Luciano Ornellas, no entanto, é enfático: a decisão de informatizar partiu da idéia de que o jornal que não se adaptasse aos novos tempos certamente acabaria. “Os custos de produção cresceram de tal maneira que não havia outro caminho a não ser a informatização” (ORNELLAS apud VIANNA, 1992, p.52). Só no Projeto Editorial da Folha, que levou a cabo todo esse processo, foram investidos cerca de 4,5 milhões de dólares. Até 1990, a imprensa fez investimentos de 100 milhões de dólares, conforme estimativa da Associação Nacional de Jornais (BAHIA, 1990).

Com a informatização, há também uma mudança no quadro de funcionários das grandes empresas de jornalismo. Segundo cálculos de Vianna (1997), antes da chegada dos terminais de vídeo na redação da *Folha de S.Paulo*, o jornal contava com cem digitadoras, dois engenheiros eletrônicos, quatro técnicos, 95 pestapistas, 56 fotocopiadores e 102 revisores. Com a nova configuração, a revisão foi extinta por completo, e a arte-final também desapareceu.

A imprensa alternativa, por sua vez, não deixa de participar de todo esse processo, tentando, no entanto, elaborar uma outra forma de fazer jornalismo. Porém, as barreiras econômicas são grandes. Toda a revolução tecnológica tem um alto custo, ao qual os títulos alternativos que vão surgindo não tem condições de pagar. Em 1986, Raimundo Pereira, que participou das publicações alternativas *Amanhã*, *Opinião*, *Movimento* e *Política*, todos já inexistentes, lança o novo jornal diário *Retrato do Brasil*, contando com colaboradores como Helio Bicudo, Mino Carta e Raymundo Faoro. Após algumas semanas, torna-se semanal, depois irregular, até desaparecer (KUCINSKI, 2003).

Tarso de Castro, dos ex-jornais alternativos *O Pasquim*, *Já* e *Enfim*, cria o semanário nacional *standart O Nacional*, com 30 mil exemplares de tiragem e participações de peso como Eric Nepomuceno e Paulo Caruso. Durou apenas 11 meses e 50 edições, até setembro de 1987 (KUCINSKI, 2003).

Existe ainda a concorrência com a grande imprensa, que, com a abertura, passa também a empregar o jornalismo crítico em suas publicações. Bandeiras exclusivas da imprensa alternativa, como a campanha da anistia, também começam a fazer parte dos grandes títulos. Com o passar do tempo, porém, os jornalistas que começavam a se tornar muito inconvenientes eram demitidos, tornando efêmera essa aproximação entre estilos da imprensa alternativa com os da grande imprensa. As demissões cortavam justamente os jornalistas mais experientes, dando lugar a uma nova geração, cooptada num projeto de jornalismo “que tornava desnecessária a busca de alternativas, negava as antigas utopias e propunha a manipulação consciente e sofisticada do mercado” (KUCISNKI, 2003, p.198).

3.2 Anos 90: impeachment, estabilidade econômica e o jornalismo online

3.2.1 Governo Fernando Collor de Melo (1990 - 1992)

Após o governo Sarney, em 1989, numa agitada eleição realizada em dois turnos, após 30 anos sem voto direto para presidente da República, o candidato vitorioso é o ex-governador de Alagoas, Fernando Collor de Melo, do Partido da Renovação Nacional (PRN). Com uma imagem de político jovem, preocupado em combater os “marajás” (funcionários do serviço público com altos salários) e em empreender a modernização administrativa do Estado, Collor propunha um projeto de governo baseado na privatização de empresas estatais, no combate aos monopólios, na abertura do país à concorrência internacional e na desburocratização das regulamentações econômicas. Com essas medidas, pretendia combater a hiperinflação herdada do governo Sarney, que, nos seus últimos 12 meses, acumulou o índice de 2.751,34% (COTRIM, 1999).

Em 16 de março de 1990, dia seguinte à posse, Collor anuncia um plano econômico que, entre outras coisas, bloqueia contas e aplicações financeiras nos bancos, confisca cerca de 80% do dinheiro que circula no país e extingue a moeda vigente restabelecendo o antigo Cruzeiro. O Plano Collor pretende conter o processo inflacionário no país. Porém, após um controle inicial, a inflação volta a crescer, e o governo vai perdendo credibilidade.

Segundo Lopez, “ao longo dos anos 1990-1991, os ricos ficaram 5% mais ricos, o salário mínimo atingiu seu valor mais baixo desde 1940 [...] e a taxa de desemprego aumentou em 28% nas seis principais regiões metropolitanas” (LOPEZ, 1997, p.148). Muitos desses fatos têm origem nas primeiras medidas do governo Collor, considerado um governo “neoliberal”. Para Paulo Vizontini,

As idéias neoliberais de economistas como Hayek e de determinados círculos empresariais pouco teóricos começaram a ganhar audiência nos anos 70, quando a crise do modelo econômico do pós-guerra introduziu uma prolongada recessão, que combinava modestos índices de crescimento com inflação elevada. Para eles a crise seria decorrente dos aumentos salariais e dos gastos sociais do Estado, e a solução seria reduzir o tamanho e as funções do Estado, que deveria concentrar-se sobretudo na estabilidade monetária. Esta política foi perseguida através da limitação da emissão monetária, aumento da taxa de juros, redução de impostos para os rendimentos mais elevados, redução dos gastos sociais, privatização facilitada das empresas públicas, e *last but not least*, liberalização dos controles financeiros e comerciais internos e externos (VIZENTINI, 1997, p.42).

Em nível mundial, as políticas neoliberais foram organizadas numa tentativa de reação dos Estados Unidos para impor um programa de ajuste global para os países desde o final dos anos 80,

conhecido pelo termo *Consenso de Washington*. O documento parte do pressuposto de que os recursos de instituições financeiras internacionais, como o Fundo Monetário Internacional (FMI) e o Banco Mundial (Bird), destinados aos países em desenvolvimento, estavam sendo desperdiçados. Sem resolver suas crises, muitos países estavam se tornando inadimplentes. Como forma de evitar o agravamento desses problemas, as principais medidas defendidas pelo Consenso para os Estados são a diminuição das barreiras alfandegárias e das barreiras contra investimentos estrangeiros e transações de moeda estrangeira, a implementação de uma maior disciplina fiscal, a reforma tributária, a liberalizações das taxas de juros, a redução dos gastos públicos (VIZENTINI, 1997). No Brasil, as práticas neoliberais, contudo, suateiam empregos e salários. Em 1993, o IBGE divulga estatística informando que o Brasil possuía 32 milhões de miseráveis (COTRIM, 1999, p.359).

Além da crise econômica e social, depois de dois anos de mandato do governo Collor começam a explodir na imprensa inúmeras denúncias de corrupção envolvendo a cúpula governamental. Após uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI), o processo de *impeachment* do presidente é aprovado. Em 1992, Collor é impedido de exercer a função de presidente da República. Em outubro do mesmo ano, o vice-presidente, Itamar Augusto Cautiero Franco, torna-se o novo presidente da República.

3.2.2 Governo Itamar Franco (1992-1994)

Derrotado na disputa pelo governo de Minas Gerais em 1986, como candidato do Partido Liberal (PL), Franco abandonou em 1989 seu partido trocando-o pelo PRN, no qual foi eleito vice de Collor. Assumiu, assim, a partir de dezembro de 1992, o comando pleno do governo federal.

Segundo Cotrim (1999), o novo presidente procurou montar um governo de entendimento nacional, que pudesse agradar ao mais amplo espectro de correntes políticas. Convidou, assim, para

compor seu ministério, figuras das mais variadas tendências ideológicas, vindas de diferentes partidos políticos, como o Partido dos Trabalhadores (PT), o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), o Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB) e o Partido da Frente Liberal (PFL).

No plano econômico, a situação é de graves problemas: inflação alta, renda altamente concentrada, recessão econômica, desemprego e agravamento do problema da fome e da indigência. Assim, para colaborar nas primeiras ações do governo, o senador e ex-ministro das Relações Exteriores, Fernando Henrique Cardoso, é nomeado Ministro da Fazenda. Após alguns meses no cargo, Fernando Henrique anuncia o Plano Real, que tem como objetivo acabar com a inflação e estabilizar a economia. A partir de julho de 1994, o Real passa a vigorar como moeda nacional.

Com o novo plano, a inflação desaba de quase 50% em junho de 1994 para índices próximos a 4% no final de julho do mesmo ano (COTRIM, 1999). Foi em razão do sucesso do plano nas camadas populares que um movimento de candidatura de Fernando Henrique a presidente da República cresce entre grande parte da opinião pública. Realizada a eleição presidencial em outubro de 1994, FHC vence no primeiro turno, com quase 55% dos votos válidos.

3.2.3 Governo Fernando Henrique Cardoso (1995-1998) – primeiro mandato

Durante seu primeiro governo, FHC tem como uma de suas prioridades fortalecer o Real para vencer a inflação e estabilizar a economia. Para Cotrim,

Havia por parte do novo governo um diagnóstico claro dos efeitos sociais perversos da inflação que assolava o país nas últimas décadas. Essa inflação crônica foi uma das grandes responsáveis pelo aumento da concentração de renda, pois uma parte da popula-

ção defendia-se com a correção monetária, enquanto a maioria dos pobres era vitimada pela corrosão inflacionária (COTRIM, 1999, p.361).

O governo empenhou-se, assim, em promover uma série de reformas envolvendo a previdência social, a administração pública e a privatização de estatais monopolistas (COTRIM, 1999). Entre essas, estão a Companhia do Vale do Rio Doce e as empresas de telecomunicação do sistema Telebrás. Em razão dessas ações, a oposição criticava a postura “neoliberal” do novo governo. Todas as medidas tomadas, contudo, não ajudaram a resolver a concentração de renda, nem o desemprego. Ao contrário: em 1995, os 10% mais ricos detinham 48,2% da renda nacional, e os 10% mais pobres, 1,1% (LOPEZ, 1997).

Em 1997, é aprovada pelo Congresso Nacional uma emenda constitucional permitindo a reeleição para presidente da República, governadores de estado e prefeitos. De acordo com Cotrim (1999), FHC, ancorado no triunfo do combate à inflação e na estabilização da moeda, disputa a eleição presidencial de 1998, vencendo-a novamente já no primeiro turno. Com a vitória, tornou-se o primeiro brasileiro reeleito em mandatos consecutivos.

3.2.4 Governo Fernando Henrique Cardoso (1999-2002) – segundo mandato

Diferentemente da primeira gestão, FHC começou seu segundo mandato cumprindo o papel que havia conseguido evitar por quatro anos: o de gerenciador de crises (COTRIM, 1999). Mesmo sem promover reformas importantes de que o país precisava, como as da Previdência, tributária, agrária, trabalhista e política, FHC passou a administrar rachas em sua base de sustentação, alimentada pelas barganhas políticas dos partidos no Congresso Nacional (GERENCIADOR, 2006).

Em janeiro de 1999, com cenário de crise mundial, aumenta

a pressão para que o governo mude o câmbio fixo, na relação de US\$ 1 para R\$ 1. Técnicos do Banco Central decidem, então, deixar o câmbio flutuante, com o objetivo de preservar as reservas nacionais, estimular as exportações e atrair investimentos estrangeiros (GERENCIADOR, 2006).

A corrupção, que contaminou o governo de Fernando Collor de Mello, também esteve presente, em episódios como o desvio de verbas da construção do Fórum Trabalhista do Tribunal Regional do Trabalho, em São Paulo, que envolveu o juiz aposentado Nicolau dos Santos Neto. Foi nesse governo que o país assistiu ao afastamento do Congresso Nacional dos senadores Antonio Carlos Magalhães (PFL-BA) e Jader Barbalho (PMDB-PA). ACM foi acusado de estar envolvido na violação do painel eletrônico do Senado. Jader foi acusado por quebrar o decoro parlamentar, por desviar verbas de projetos políticos na época em que foi ministro da Reforma Agrária.

Ao final de sua segunda gestão, Fernando Henrique Cardoso começa a gerenciar novas crises na economia. Com cenário de alta do dólar – que chegou a patamares próximos de US\$ 1 para R\$ 4 – o governo recorreu a nova ajuda financeira do FMI e reuniu os principais candidatos à presidência em torno do compromisso de respeito aos contratos firmados nos últimos oito anos (GERENCIADOR, 2006).

Os principais temas da campanha presidencial de 2002 passam, assim, pelas reformas que não foram iniciadas ou concluídas no mandato FHC, sendo alvo de discussão de todos os candidatos. O governo FHC acaba oficialmente em 31 de dezembro de 2002, após a eleição de Luiz Inácio “Lula” da Silva.

3.2.5 Jornalismo nos anos 90 – os primórdios do jornalismo online

Segundo Vianna (1997), com a eleição de Collor, a política de reserva de mercado da indústria nacional de informática sofre alterações. A partir desse momento, Collor coloca como seu objetivo

abrir o mercado e permitir a entrada de tecnologia estrangeira. Assim, o setor gráfico da imprensa foi amplamente beneficiado, já que as importações ocorrem sem maiores dificuldades. Os impressos passam, então, por um período de grande crescimento. De 4,3 milhões de exemplares diários de jornais impressos, em 1990, os números alcançam 7,9 milhões de exemplares por dia, em 2000. Porém, tudo às custas de grandes endividamentos, com 80% deles em moeda americana (FONSECA, 2005).

Em razão disso, as empresas jornalísticas e de radiodifusão deram início a um forte *lobby* junto ao governo e ao Congresso Nacional para retirar da Constituição as restrições para a associação ao capital estrangeiro para a solução dos problemas causados pelo endividamento. No final de 2002, o Congresso aprova o Projeto de Emenda Constitucional nº 36. Pela emenda, a participação de pessoas jurídicas e de capital estrangeiro no capital social de empresas jornalísticas e de radiodifusão sonora e de sons e imagens fica permitido até o limite de 30%. No entanto, com exceção da *Editora Abril*, da *Folha de S.Paulo* e dos canais de TV por satélite, poucos são os grupos que se beneficiam dessa possibilidade legal para sanar suas dívidas.

Com o crescimento da Internet, que começa a despontar como espaço informativo, a grande imprensa vê significativos espaços de crescimento. Desde 1995, já existem no Brasil os provedores de acesso privado à Internet. Nesse ano, o *Jornal do Brasil* lança a primeira edição completa de um jornal nacional na grande rede. Em seguida surgem as versões *online* d' *O Estado de São Paulo*, *O Globo*, *Estado de Minas*, *Zero Hora*, *Diário de Pernambuco* e *Diário do Nordeste* (MATTOSO, 2006). Essas versões tornam-se a saída para os jornais não se tornarem obsoletos e perderem mercado.

Com isso, a velocidade de produção da imprensa torna-se maior, em razão da publicação e do acesso instantâneos que a nova mídia permite. A organização do trabalho muda, e as funções jornalísticas concentram-se. As redações ficam menores, com uma exigência maior sobre cada jornalista. Ocorre novo processo de

conglomerado e monopólio, como, por exemplo, a parceria do *Grupo Folha de S.Paulo* e *Grupo Abril*, que cria o maior provedor de conteúdos e acesso à Internet do Brasil, o *Universo Online* (UOL), em 1996. Assim, a concorrência por anúncios, assinaturas e vendas torna-se ferrenha. Algumas empresas optam por outras formas de publicidade, escapando dos meios tradicionais, com a concentração dos anúncios nos grandes veículos, em razão de sua maior abrangência.

A concepção de fato jornalístico também sofre mudanças. A velocidade passa a ser o gradiente de credibilidade e legitimidade jornalísticas: quem publica antes merece mais atenção e consideração. Configura-se, assim, uma homogeneização das informações publicadas. Os grandes jornais provocam um efeito de “consonância” – pouquíssimas diferenças entre os títulos das capas de jornais concorrentes.

Há, dessa forma, uma modificação completa nas comunicações, tanto de estrutura, de linguagem, como de relação público-mídia. O modo de se fazer e de se ler jornal altera-se completamente. Passam a ser necessários ainda mais conhecimentos técnicos e maiores investimentos em tecnologias novas. Os leitores, por sua vez, a partir da navegação virtual, encontram na Internet uma informação mais acessível e de escolha muito mais pessoal, sem custos objetivos.

À imprensa alternativa, nesse contexto, restam poucas possibilidades. Surgem, nessa década, apenas três grandes publicações alternativas. Em 1990, nasce a versão brasileira de *Crisis*, publicação argentina, capitaneada por Marcos Faerman, ex-*Versus* e ex-*Ex*. Apenas o primeiro número é publicado. Em 1996, Sérgio de Souza e Roberto Freire, ex-*Bondinho*, ex-*Jornal Livro* e ex-*Ex*, lançam a revista mensal *Caros Amigos*, que segue até hoje. Em 1999, Ziraldo, Jaguar e outros remanescentes do *Pasquim* lançam *Bundas*, revista humorística semanal, que dura apenas um ano.

Geralmente sem uma administração profissional e com poucas possibilidades econômicas, em razão dos poucos anúncios e da tiragem menor, esses jornais acabam sucumbindo frente aos “jor-

nalões”, de enormes vendagens e grandes espaços publicitários. Mais adiante, analisaremos com maior atenção essas publicações e suas dificuldades no período.

3.3 Anos 2000: Lula no poder e o desenvolvimento do jornalismo online

3.3.1 Governo Luís Inácio Lula da Silva (2003-)

A posse de Luiz Inácio Lula da Silva como presidente da República ocorre em 1º de janeiro de 2003. O governo, à época, é considerado um novo horizonte pela imprensa internacional para uma possível nova esquerda. A chegada de Lula ao poder coincide com uma reação generalizada da população latino-americana aos partidos de centro e direita. Eleito por dizer-se contrário à política econômica neoliberal do seu antecessor FHC, Lula reflete uma insatisfação da população com relação à gestão anterior. Em seu governo, entretanto, optou por manter um modelo de política econômica similar ao do antigo governo.

De modo geral, o governo Lula caracterizou-se pela atuação no campo social. O Programa Fome Zero foi a principal plataforma eleitoral do governo Lula, projeto que pregava a eliminação da fome e a redução da pobreza no país. Apesar de muito divulgado, o programa conseguiu poucos resultados, que vieram por meio de seu principal instrumento, o Bolsa Família, considerado pelo governo como o maior programa de transferência de renda do mundo, atendendo 8,7 milhões de famílias (GOVERNO FEDERAL, 2006). Um das principais críticas da oposição, além dos poucos resultados efetivos, é com relação à “paternidade” do programa, afirmando que a proposta surgiu no governo FHC.

Desde 2004, o governo Lula vem enfrentando diversas crises políticas, que atingiram seu apogeu em julho de 2005, depois que fontes internas do governo denunciaram um esquema de corrupção envolvendo financiamento de campanhas por “Caixa 2”, que

permeava vários níveis do executivo federal e atingiu inicialmente o PT, se estendendo depois a toda a base aliada. As Comissões de Inquérito dos Correios e do chamado “Mensalão” passaram a investigar como funcionava o esquema de arrecadação e distribuição de dinheiro para parlamentares em troca de apoio.

No entanto, é difícil analisar todo esse período quando os fatos ainda estão ocorrendo. Qualquer afirmação poderá, logo em seguida, tornar-se desmentida. O que se vê é uma grande incógnita em relação às eleições de 2006, quando o governo Lula entrará na disputa pela reeleição após uma série de denúncias de corrupção e lavagem de dinheiro. Dois feitos do governo possivelmente entrarão nas discussões eleitorais. A primeira é com relação ao pagamento da dívida de 15,57 bilhões de dólares em empréstimos ao FMI, zerando uma pendência de sete anos de duração (RIBEIRO, 2006). Outra conquista celebrada pelo governo Lula foi a auto-suficiência em petróleo, com a inauguração da plataforma de petróleo P-50, no Rio de Janeiro. Com a nova plataforma, a produção nacional passará a cerca de 1,92 milhão de barris por dia, quando o consumo brasileiro de petróleo é estimado em 1,8 milhão de barris diários (LULA, 2006).

Porém, não se pode ainda fazer quaisquer análises anteriores, pois muitos fatos e seus desencadeamentos ainda estão ocorrendo. Resta apenas deixar este breve relato da situação até o momento presente, reservando à consciência de cada leitor uma análise mais aprofundada do que ocorre, no dia-a-dia, a partir destas linhas.

3.3.2 Anos 2000 – a consolidação do jornalismo online e as novas possibilidades de comunicação

Com a popularização da Internet, os jornais impressos perdem grande parte de seus leitores. A relação não é tão causal quanto possa parecer, mas sem dúvida ambos os fatores possuem ligações. Para Eivind Thomsen,

A queda de circulação ocorre de forma acentuada entre os públicos jovens. [...] Os jovens estão abandonando os jornais, percebem os jornais como uma coisa de seus pais e avós. E ali não está a informação de que precisam. Os jovens preferem outras mídias, especialmente a Internet. Os que ainda lêem jornais estão lendo menos. E os anunciantes têm um problema crescente de alcançar esse público jovem.²

Para Marcelo Rech³, há, além disso, uma tendência entre os leitores de dedicar menos tempo à leitura dos jornais. Nos Estados Unidos, segundo ele, o tempo de leitura caiu de cerca de 50 minutos para um pouco mais de 20 minutos. Entre os motivos, a fragmentação é o ponto mais forte: são diversas emissoras de rádios, várias outras de TV, milhares de *sites*. De acordo com Rech, os jornais impressos tendem, assim, a realizar diversas mudanças editoriais. Entre as principais estão a redução de páginas nos impressos, o uso de recursos de informação rápida (tabelas, gráficos), valorização dos recursos visuais (infográficos, fotos de maior impacto e mais valorizadas), com textos curtos, aproximando-se das interfaces encontradas nos *sites* noticiosos.

Na Internet, a convergência entre texto, imagem e som tem sido a marca do jornalismo que surge no início do século 21. Por reunir e explorar todas as potencialidades dos demais meios, o jornalismo *online* representa uma revolução no modelo de produção e distribuição de notícias vivenciado pelo jornalismo impresso. Em termos publicitários a imprensa atual também passa a repensar seu posicionamento com a chegada da Internet. Segundo Thomsen, os jornais americanos publicaram 120 milhões de anún-

² Diretor da empresa multimídia *Schibsted*, de Oslo, Noruega, na palestra “Uma nova perspectiva para o mundo dos jornais”, para a empresa Zero Hora, em 25 de maio de 2005.

³ Diretor de redação dos jornais da empresa *RBS*, de Porto Alegre, na palestra “A visão de futuro dos jornais da RBS”, para a redação do jornal *Zero Hora*, em 5 de abril de 2006.

cios classificados em um ano. Já o *site* de trocas e negócios *e-Bay* publicou 602 milhões de classificados no mesmo período.

O grande desafio, por isso, é construir uma linguagem própria no novo meio virtual. A mistura de elementos multimídia permite que o internauta construa seu próprio roteiro de leitura, buscando informações de seu interesse. Isso obriga o jornalista a produzir as matérias de forma especial, que despertem a curiosidade do leitor, mesclando técnicas de produção de notícias para TV, rádio e jornal e dominando as mais variadas formas de trabalhar conteúdos que sigam as novas “regras” impostas pelas novas tendências de comunicação.

No ano de 2000, por exemplo, o provedor Internet Grátis (IG) lançou o primeiro jornal totalmente concebido para a Internet, o *Último Segundo*, com material de agências de notícias e uma equipe própria de repórteres. Logo em seguida, os portais também começam a produzir conteúdos jornalísticos na nova escala. Surge, assim, um novo modelo de jornalismo, com a primazia absoluta da informação em si, direta da fonte, sem intermediários, até o “consumidor”. Pula-se a etapa de levantamento, apuração e cruzamento das informações, sem a confrontação dos mais diferentes pontos de vista. A informação passa a ser uma prestação de serviços, como a previsão do tempo, as condições do trânsito, a programação cultural etc (FONSECA, 2002).

Nesse período, surge uma outra mídia que se expande com grande velocidade. O advento e a popularização dos *blogs* são a consequência do uso dessa ferramenta como uma forma de comunicação para os mais variados fins, causando uma verdadeira transformação na Internet. São considerados mídias alternativas dentro da grande rede por serem um importante canal de contra-informação, já que qualquer usuário pode ter o seu *blog*. Eles trazem consigo o livre direito de se comunicar via Internet, estando disponível e ao mesmo tempo ao alcance de qualquer um. Mais adiante, estudaremos melhor esse fenômeno no contexto jornalístico.

Além dessas experiências alternativas *online*, no meio impresso do início do século 21 surge apenas um título independente de maior expressividade: *OPasquim21*. Inspirado no antigo *Pasquim*, que baseava sua atuação nos movimentos existencialistas e da contra-cultura norte-americanos, investindo contra a falsa moral e os bons costumes das classes médias, o jornal *standart* chega às bancas em fevereiro de 2002, comandado pelos irmãos Ziraldo e Zélio Pinto.

Nesse período, porém, como vimos, a imprensa mudou, e também mudou a sociedade. Mesmo em plena democracia pós-ditadura, as publicações alternativas percebem que as dificuldades que sofrem são talvez maiores até que os bloqueios da censura militar. No governo FHC, *Bundas* já havia desaparecido, poucos meses após seu lançamento e cerca de 70 edições publicadas. *Caros amigos* permanece até hoje, porém, com uma abrangência extremamente restrita, dirigida a leitores já bem informados que possuem outras fontes de informação. Na metade do governo Lula, *OPasquim21* já ia definhando, até encerrar suas atividades definitivamente em junho de 2004.

A partir desse contexto de grandes mudanças no jornalismo, com o surgimento de novas possibilidades de comunicação, passaremos, no próximo capítulo, a analisar a realidade da imprensa alternativa contemporânea, como *Bundas*, *OPasquim21* e *Caros Amigos*. Nossa pretensão, nesse sentido, é ver se há possibilidades para o desenvolvimento de uma imprensa crítica e independente no contexto atual e analisar as suas funções em uma conjuntura bastante diferente dos anos da ditadura.

Capítulo 4

A imprensa alternativa brasileira contemporânea

Em meio a mudanças políticas, econômicas e tecnológicas, como vimos no capítulo anterior, o jornalismo enfrenta diversos obstáculos para seguir seu curso, principalmente em termos de concorrência, de altos gastos com novas tecnologias e mudanças constantes nos padrões das grandes mídias. Da mesma forma, e com barreiras ainda maiores, a imprensa alternativa que surge a partir da abertura política sofre dificuldades bastante grandes. Mesmo vivendo em uma realidade social democrática, sem os empecilhos da censura, agora os fatores econômico e tecnológico pesam muito sobre os grupos que se formam em busca de outra forma de fazer jornalismo. Algumas publicações resistem e permanecem por um tempo maior, outras duram apenas alguns meses e algumas edições.

Como exemplos desses novos periódicos alternativos, temos as revistas *Caros Amigos* e *Bundas*, e o jornal *OPasquim21*, que surgem a partir do final da década de 90. São títulos que ganham destaque no cenário nacional, apesar de não estarem ligados a grandes grupos editoriais. Existe ainda uma outra imprensa alternativa, restrita a públicos menores, geralmente de entidades políticas e sindicais, bem localizados geograficamente, sem ex-

pressividade no país em geral, com uma linha editorial político-partidária, muitas vezes mantidos economicamente por uma organização superior – fato que nos levou a destacar apenas esses três títulos, mais próximos da definição de imprensa alternativa. Destes, apenas *Caros Amigos* mantém-se em circulação.

Neste capítulo, após uma breve síntese da história desses veículos e seu posicionamento na sociedade contemporânea, tentaremos analisar quais foram suas principais dificuldades no decorrer de suas edições e, no caso de *Bundas* e *OPasquim21*, o que levou ao seu desaparecimento.

4.1 Caros Amigos: a precursora da imprensa alternativa pós-abertura política

Lançada pela editora *Casa Amarela*, a revista *Caros Amigos* chega às bancas em abril de 1997. Dirigida pelo jornalista Sérgio de Souza, a revista, segundo sua própria definição,

traz, em cada edição, uma grande entrevista com personalidade de destaque em determinado campo de atividade, como o econômico, o político, o religioso, o artístico, o esportivo, o filosófico etc., sempre alguém de opinião independente, pronto para criticar o próprio meio em que atua. Outro ponto forte da revista são os colaboradores: Ana Miranda, José Arbex Jr., Frei Betto, Emir Sader, Guilherme Scalzilli, Carlos Castelo Branco, Leo Gilson Ribeiro, Mylton Severiano, Claudius, Guto Lacaz, Adão Iturrusgarai, Jorge Arbach, Georges Bourdoukan, Gilberto Felisberto Vasconcellos, Ferréz e muitos outros amigos. Reportagens, um ensaio fotográfico e a opinião dos leitores completam a receita editorial que se firmou e

já está no sexto [sic] ano de vida (CAROS AMIGOS, 2006, *online*).

Em sua primeira edição, *Caros Amigos* traz na capa uma foto do jornalista Juca Kfourri, convidado para a “entrevista-explosiva”, que se consagraria como o carro-chefe da revista. A capa e o interior são impressos em preto e branco. A tiragem inicial é de 50 mil exemplares, com 20.800 revistas vendidas. A partir daí, publicada mensalmente em todo o país, a revista traz como marca registrada as entrevistas “bombásticas” e as grandes reportagens.

Pelas entrevistas, já passaram grandes personalidades, como o jornalista Caco Barcellos, falando sobre a polícia que mata os pobres; o teólogo Leonardo Boff, criticando o poder da Igreja Católica; o líder do Movimento dos Trabalhadores Sem Terra, João Pedro Stédile, por mais de uma vez, comentando a reforma agrária; o médico Dráuzio Varela, falando sobre saúde; o músico Lobão e as gravadoras e rádios comerciais; o ex-jogador Sócrates, discorrendo sobre os bastidores do futebol nacional, dentre outros. Várias capas já foram reservadas a entrevistados, além de muitas páginas internas dedicadas às longas conversas.

Com relação às grandes reportagens, Francisco Bicudo Filho compara o trabalho realizado pela revista com as reportagens feitas pela revista *Realidade*, da década de 60.

Para *Caros Amigos*, a revista *Realidade* é uma referência, uma inspiração, um sonho de Ícaro a ser perseguido e, um dia quem sabe, alcançado. [...] Desde seu início, *Caros Amigos* manifesta a vontade e o desejo de oferecer aos seus leitores a grande reportagem, o texto narrativo de fôlego e profundidade, as matérias de compreensão do mundo, as histórias bem contadas (PEREIRA FILHO, 2004, p.103).

Apesar de não ser “ainda” uma revista de reportagens, *Caros Amigos*, segundo Pereira Filho (2004), vê na reportagem o seu maior objetivo. Como observa o autor, o maior obstáculo que a

impede de colocar à disposição de seus leitores, todos os meses, grandes reportagens é a falta de repórteres disponíveis para pesquisa e apuração, além da falta de infra-estrutura e dinheiro para realizar viagens.

De acordo com Pereira Filho (2004), em 2000, a equipe era composta por 15 pessoas, incluindo a redação, o setor comercial e a administração, sem contar os colaboradores. A estrutura interna de trabalho difere dos modelos hegemônicos, por “recuperar os sentimentos de fraternidade e liberdade que inspiraram inúmeros veículos da imprensa alternativa” (PEREIRA FILHO, p.119, 2004). Marina Amaral, uma das sócias da revista, afirma que *Caros Amigos* reúne duas formas de fazer jornalismo independente: não estar ligado a nenhum grupo econômico poderoso e “poder olhar para a realidade e se dar o direito de enxergar coisas que a grande imprensa normalmente não procura” (apud PEREIRA FILHO, p.124, 2004).

Como fonte de renda, a revista possui, além das vendas em banca e das assinaturas, outras publicações da editora *Casa Amarela*. A série “Rebeldes Brasileiros”, em fascículos com dois volumes de 24 edições, que traz histórias de pessoas que desafiaram o poder, e a série “História Imediata”, que aprofunda temas da atualidade, foram lançadas conjuntamente com a revista. Na área de livros, a *Casa Amarela* tem 16 títulos no mercado. A editora também mantém na Internet o *site* da revista.

Atualmente, *Caros Amigos* continua sendo vendida nas bancas, além de oferecer a alternativa da assinatura. Segundo dados disponibilizados em seu *site*, a tiragem mensal média é de 50 mil exemplares, com uma venda média de 20 mil (CAROS AMIGOS, 2006). Em 2001, havia 12.300 assinantes (PEREIRA FILHO, 2004). A principal fonte de renda permanece com as vendas em banca (56%), seguida pelas assinaturas (36%), e os 8% restantes ficam por conta da publicidade (CAROS AMIGOS, 2006).

4.1.1 Poucos caros amigos

Um dos principais problemas que *Caros Amigos* enfrenta desde o seu surgimento é a sua pouca expressividade em comparação às outras publicações nacionais. Em seu segundo número, a revista percebe que seu produto corresponde ao desejo de um “contingente de homens e mulheres, emissores e receptores, prontos para participar de iniciativas que tragam em si a intenção da busca e exposição da realidade” (CAROS AMIGOS, 1997, p.3). No entanto, com o passar dos anos, a revista acaba sofrendo um processo de “guetização”, tanto pelo seu claro posicionamento político, como também pelos temas abordados e pelos enfoques dados a eles pela revista.

Em agosto de 2001, *Caros Amigos* realiza uma pesquisa para conhecer o perfil de seus leitores. Revela-se, assim, um público-leitor masculino, entre 20 e 49 anos (72%), com curso superior completo (91%), com um número considerável de pós-graduados (19%). Seus leitores estão na classe econômica B (49%), seguida pela classe C (30%) e depois pela A (17%). Mais da metade dos leitores trabalham (67%). Dentre eles, 75% têm acesso à Internet, 22% recebem a *newsletter Correio Caros Amigos* semanalmente, e 32% visitam o *site* com certa regularidade (CAROS AMIGOS, 2006).

Com isso, confirma-se o que Muniz Sodré afirma sobre a revista, quando diz que *Caros Amigos* “ainda tem poucos leitores e não consegue ter o alcance, por exemplo, de um jornal como *Movimento*” (SODRÉ apud PEREIRA FILHO, p.120, 2004). Sodré indica *Movimento* por ter sido um dos principais títulos da imprensa alternativa durante a ditadura. Uma das principais funções dessa imprensa, como vimos anteriormente, é a mobilização nacional em torno de uma agenda política clara de crítica ao regime político. Hoje, vemos que essa agenda não existe ou, se existe, não encontra a mesma repercussão que as publicações anteriores conseguiam no seu contexto social.

Por ter poucos leitores, a grande maioria deles com uma for-

mação política bem acima da média da população, a revista acaba sendo apenas um reforço de opiniões formadas, uma publicação para um grupo específico e bem limitado. A constatação final, nesse sentido, é óbvia: a restrição em termos de público e conseqüentemente de vendas, de publicidade e de mobilização social de *Caros Amigos* é, com certeza, seu maior desafio com relação ao futuro.

4.2 Bundas: oferecendo o outro lado da realidade

Com 100 mil exemplares, *Bundas* chega às bancas em 15 de junho de 1999, com distribuição no Brasil e em Portugal. Liderada pelo jornalista Ziraldo Alves Pinto, tinha entre os colaboradores Jaguar, Lan, Millôr Fernandes, Chico e Paulo Caruso, Luís Fernando Veríssimo, Jô Soares, Carlos Heitor Cony, Frei Betto e Nani. Como a própria chamada de capa do primeiro número anuncia, “a nata do Humor e do Jornalismo brasileiro está dentro” (BUNDAS, 1999, p.1).

A publicação nasce moderna, com um projeto gráfico bastante trabalhado e rico em detalhes, impressa toda em cores, com destaque para os cartuns e charges, além dos textos assinados por seus famosos colaboradores. Dessa forma, segue os passos do antigo *Pasquim*, tanto pela temática humorística, como pela estrutura, com uma grande entrevista principal, as frases-lema de capa (como “A revista que ousa dizer o seu nome”, na edição 26) e a falta de uma linha editorial coesa, com páginas assinadas e artigos dispersos, sem um fio condutor para toda a revista. As novidades ficam por conta dos novos cartunistas, além das editoriais “Bunda da Semana”, com fotos enviadas pelos leitores, e “Bundalelê”, uma espécie de coluna sem autor, com *drops* informativos.

Em seu primeiro editorial, escrito por Luís Fernando Veríssimo, *Bundas* anuncia para que veio:

Estamos aqui em nome de todos os valores morais e cívicos, hoje tão esquecidos, contidos na palavra “Bundas”. Para dizer as coisas às claras e por inteiro. E, diante dessa social democracia que não ousa dizer seu nome em público, dessa tempestade de bosta que ameaça nos soterrar, exercendo o nosso elementar direito de autodefesa (VERISSIMO, 1999, p.6).

A revista procura, assim, fazer um contraponto opinativo à sociedade e satirizar o jornalismo estilo *Caras*, a principal revista da classe alta brasileira. Ao longo das edições, a crítica política torna-se o seu forte, principalmente no deboche e na sátira do então presidente FHC. Os cartuns e charges políticas às vezes ocupam páginas inteiras, retratando os problemas do governo federal. Uma bem humorada crítica de costumes também faz parte da revista, herança do velho *Pasquim*.

Semanal, *Bundas* dura 78 edições, até dezembro de 2000, quando termina sua circulação. Em pouco mais de um ano, a revista alcança recordes de vendas, com mais de 170 mil exemplares vendidos, porém, nas últimas edições, mantinha uma média de menos de 20 mil exemplares vendidos, quando precisaria vender pelo menos 50 mil para continuar se mantendo somente com as vendas avulsas (THEOPHILO, 2006). A realidade é tão grave que leva seu responsável, Ziraldo, com mais de um milhão de reais de prejuízo, a afirmar: “Estou devendo uma fortuna hoje. Tanto, que se eu fizer as contas, dou um tiro na cabeça” (PINTO apud THEOPHILO, 2006). Dessa forma, *Bundas* termina sua história, após cruzar o limiar do novo século desfalecendo em dívidas.

4.2.1 Bundas e os problemas internos

Em termos gerais, *Bundas* viveu dois grandes desafios. O primeiro foi administrar uma equipe antiga, que participara do antigo *Pasquim*, em um formato completamente novo, em revista,

para um público também novo, composto por muitos jovens universitários, que via na publicação uma possibilidade de encontrar a mesma verve política e humorística das décadas anteriores. O segundo é com relação à administração da revista. Já no antigo *Pasquim*, como vimos anteriormente, esse quesito nunca foi o forte dos seus integrantes. Como afirma Ivan Fernandes, empresário do setor gráfico da revista, filho de Millôr, *Bundas* termina “por excesso de fidelidade ao velho *Pasquim*. Não só no estilo editorial como no amadorismo de seu departamento comercial” (FERNANDES apud THEOPHILO, 2006, *online*). Ivan deixa a direção da revista cerca de seis meses após o primeiro número, por discordar da condução que Ziraldo dava ao setor financeiro.

Para Ziraldo, a revista era uma boa idéia, tanto em conceito quanto na forma, mas não funcionou administrativamente com as poucas vendas em banca, mas principalmente pela falta de verba proveniente de anúncios (PORTARI, 2006). Ivan Fernandes concorda com Ziraldo e questiona: “Como uma revista que teve como editor o Jaguar, personagem tão associado à mitologia de bar do Rio de Janeiro, não consegue um único anúncio de cervejaria?” (apud THEOPHILO, 2006, *online*).

Mas os problemas comerciais não podem ser considerados o único motivo que levou ao fim de *Bundas*. Praticamente desde a sua estréia, a revista atravessou momentos de turbulência interna, causados pela falta de uma linha editorial. Ivan Fernandes acredita que a indecisão na condução de *Bundas* levou-a a cometer excessos, como a reportagem sobre bonecas infláveis eróticas, com muitas fotos, que levou os leitores a criticarem o despropósito da matéria e o extremo mau gosto da revista (THEOPHILO, 2006).

Para Miguel Paiva, cartunista de *Bundas*, um grupo defendia uma revista de crítica de costumes, enquanto outra facção defendia uma revista mais politizada, estilo que acabou prevalecendo pela liderança de Jaguar e Ziraldo (THEOPHILO, 2006). Na explicação de Ziraldo,

Bundas virou uma revista política e é muito difícil ter uma revista política com o nome de Bundas. Quem sabia que ela era política, comprava Bundas com qualquer nome que ela tivesse, mas quem queria comprar uma revista chamada Bundas, chegava lá e dizia: *Não é isso que eu quero! Eu quero é bunda!* Não tem bunda nenhuma na revista. Ela tinha um erro de marketing (PINTO apud GOLDSCHMIDT, 2006, *online*).

Com a promessa de cinco almanaques que sairiam com os melhores textos e desenhos de Jaguar, Aroeira, Ziraldo e Miguel Paiva, *Bundas* desaparece das bancas sem cumprir sua dívida com os leitores. Alguns meses antes, Ziraldo ainda precisa se desfazer da revista *Palavra*, publicação basicamente voltada para o cenário cultural de Minas Gerais, também por problemas financeiros. Mesmo assim, ele promete uma nova publicação, que não sofra os mesmos problemas de *Palavra* e *Bundas*. Algum tempo depois, nasce *OPasquim21*.

4.3 OPasquim21 e a promessa de novidade com características do passado

Se *Bundas* mantinha sua identidade em relação ao antigo *Pasquim* em razão de seu projeto gráfico moderno e seu formato de revista, *OPasquim21* nasce com todo o estilo do antigo título. Com o logotipo criado sobre a antiga marca *Pasquim*, o hebdomadário nasce a partir de mais uma tentativa nostálgica de Ziraldo de ressuscitar o antigo jornal. A primeira edição sai às bancas com um editorial de Luis Fernando Verissimo:

Nossa ambição é modesta: queremos reinventar a imprensa. Ser o Gutemberg do pós-setembro 11.

Respeitaremos algumas convenções do jornalismo brasileiro – impressão em papel, cafezinho ruim, estagiárias sem *soutien* etc. – mas mudaremos o resto, pois OPASQUIM21 não pode ser igual a nada que já existe ou existiu. Inclusive o Pasquim (VERISSIMO, 2002, p.3).

Com uma base empresarial sólida, *OPasquim21* nasce de um investimento de quase dois milhões de reais (PORTARI, 2006). Impresso em tamanho *standard*, tem páginas coloridas e em preto e branco. Um exemplar número zero começa a circular por algumas redações do país para mostrar que o projeto gráfico, apesar de mais clássico e comedido, mantém alguns traços da revista *Bundas*. Em fevereiro de 2002, *OPasquim21* número 1 sai às bancas com tiragem inicial de 100 mil exemplares.

Como em *Bundas*, o discurso do novo jornal é visivelmente contra a grande imprensa e o governo da época, no segundo mandato de FHC – mesmo que, logo depois, com a eleição de Lula, as posições mudem, o que leva o jornal a rever sua função no novo cenário nacional.

Para começar, queremos deixar bem clara a nossa posição, fato inédito na imprensa nacional. Somos a favor do contrário de tudo que está aí [...] Nossa burrice oficial é proporcional ao talento desperdiçado. Nossa inteligência sempre se perde no caminho do poder, além de ser subaproveitada na grande imprensa. Assim toda reunião de talentos brasileiros, como esta, se não serve para mais nada, serve para denunciar o desperdício. Não, não, ninguém aqui quer o poder. Bom, talvez o Ziraldo. Só queremos ser o contraste (VERISSIMO, 2002, p.3).

A equipe, basicamente a mesma da antiga *Bundas*, é formada por colaboradores de renome nacional, como Fausto Wolff, Aroeira, Ferreira Gullar, Arthur Poerner, Aldir Blanc, Mauro Santayana, Paulo Caruso, Santiago e Sílvio Lancellotti. No entanto,

os amigos Jaguar e Millôr, que fizeram história no *Pasquim* e estiveram com Ziraldo nos primeiros tempos da revista *Bundas*, não aceitam o convite para participar da nova empreitada. Para Jaguar, as comparações com o antigo *Pasquim* seriam inevitáveis e, para o público leitor jovem, o nome não diria nada (PORTARI, 2006).

Ziraldo rebate as críticas de seus amigos por querer trazer de volta uma coisa do passado ao criar um jornal com “cabeça de 70 em corpinho de 21”.

Este jornal não pretende ser o renascimento do velho e heróico *Pasquim*, ao qual servi com a alma inteira. Não há aqui a intenção de reviver nada, não bastasse estarmos em um novo século para saber que os tempos são outros. [...] O que o grupo que está botando este jornal na rua pretende é fazer uma publicação que herda do *Pasquim*, além do nome de guerra, os novos significados que a palavra adquiriu por causa de sua história. Hoje, no inconsciente coletivo brasileiro, a palavra pasquim, que antes qualificava apenas um panfleto difamatório, está ligada a uma idéia de resistência, de indignação social e política, de coragem e de inventia. Tudo isto posto em prática com humor e ironia. O que queremos com o nome é que o leitor fique sabendo, de imediato, a que veio esse jornal. Ainda que lá fora não tenha mais nem a ditadura nem a guerra fria. [...] OPASQUIM21 pretende ser o jornal do futuro (PINTO, 2002a, p.2).

Em termos práticos, porém, o jornal mantém os mesmos carros-chefe do antigo *Pasquim* e da revista *Bundas*: as grandes entrevistas, publicadas na íntegra, sem edição, além dos artigos assinados por famosos colaboradores e os cartuns e charges – alguns publicados até em página dupla, em um jornal *standart*. Pelas entrevistas, passam personalidades como os políticos Armínio Fraga, José Genoíno, Aécio Neves, Hugo Chávez e Leonel Brizola, o es-

critor Ferreira Gullar, o teólogo Leonardo Boff e o presidente da República Luís Inácio Lula da Silva.

Em relação a Lula, merece destaque um texto de Ziraldo, publicado logo após a eleição vitoriosa do candidato defendido pelo *OPasquim21*.

Ó nós aqui, nós chegamos lá; Lula, nosso operário, chegou lá com os meninos guerrilheiros que encontrou pelo caminho e que não perderam a fé nem a esperança. Vivi o bastante para ver isto; eu queria ver isto! Estou muito alegre porque estou vendo isto. E porque vou poder assistir – com qualquer consequência que seja, com êxito ou fracasso, não importa, estou falando de emoção – a esta experiência absolutamente nova em nossa história. [...] A vitória de um verdadeiro homem do povo, meu representante, aquele que o Euclides disse que era, antes de tudo, um forte. Vai lá, Lula, que o Deus do Frei Betto te proteja! (PINTO, 2002b, p.62).

Especialmente em 2003, a presença do novo presidente nas capas do jornal passa a ser quase semanal. E a oposição, quando feita, é sempre suave, com um humor alegre, sem críticas severas. No número 84, a capa é uma foto de Lula, sorrindo, com um exemplar d’*OPasquim21* nas mãos e o título “O que o Lula lê”. Na matéria interna, o presidente envia um abraço ao seu “amigo Ziraldo”. As apreciações mais minuciosas da situação política ficam por conta dos cartunistas e de alguns articulistas que não se deixam levar pela euforia dos principais líderes do jornal. Em muitas cartas de leitores, há fortes críticas em relação ao posicionamento de Ziraldo frente ao governo.

Outro episódio marcante é a capa sobre a morte do jornalista Roberto Marinho, dono das Organizações Globo. Junto à caricatura do jornalista, há a manchete “Dr. Roberto – a turma d’*OPasquim21* se despede do colega”. Num texto interno de Ziraldo, há apenas frases como “não se pode discutir uma biografia

assim [de Roberto Marinho] com pequenos adjetivos, por mais que muitas pessoas possam ter razão em não admirá-lo” (PINTO, 2002c, p.3). Duas edições depois, no número 77, três cartas de leitores, de um total de seis, criticam o posicionamento tímido do jornal em relação a Marinho. Palavras como “indignação”, “decepção” e “revolta” marcam as cartas, que denunciam o “pronunciamento bajulatório” de *OPasquim21*. Como discípulo assumido da imprensa alternativa da época da ditadura, após a eleição de Lula falta ao jornal o caráter de oposição e de análise independentes, a visão independente e contrária “ao que está por aí”, que afirmava ter. Essa falta de senso crítico vai afastando os leitores e cria fortes dissidências internas.

No entanto, sem avisos prévios, em junho de 2004, *OPasquim21* se despede das bancas com 117 edições lançadas, dois anos e dois meses após seu lançamento. Em seu último texto na publicação, Ziraldo afirma que *OPasquim21* foi a “necessidade de criar um espaço em nossa imprensa para uma visão do mundo, cheia de coerência, que sempre quisemos analisar – exatamente: analisar – com Humor” (PINTO, 2004, p.3).

Novamente, como em *Bundas*, a equipe promete a publicação de almanaques contendo o melhor dos últimos dois anos de *OPasquim21*, entre charges, cartuns, textos e entrevistas. Apenas um almanaque é publicado, com material de 2003 e 2004, assim como havia acontecido em janeiro de 2003, quando é publicado o melhor de 2002 e 2003.

4.3.1 Novas tentativas, mesmos problemas

O fim de *OPasquim21* deve-se, em parte, aos problemas econômicos que se revelavam na diminuição das vendas em banca (ponto abordado em algumas das últimas edições). Com pouca publicidade, os espaços ficavam restritos a anúncios oficiais e propagandas de algumas poucas empresas. Nesse sentido, o fato de o jornal, com circulação semanal, estar atuando na faixa normalmente ocupada pelas grandes revistas acaba sendo uma dificuldade para

os anunciantes. A oscilação na vendagem em banca, que varia entre 10 mil e 15 mil exemplares, apesar das assinaturas, é outro aspecto que dificulta a vida do hebdomadário (CASTRO, 2006).

Se no século passado, segundo Zélio, irmão de Ziraldo e coprodutor do jornal, foi possível ao velho *Pasquim* sobreviver da venda em bancas, hoje a realidade é totalmente diferente, já que há a necessidade de garantias que só a assinatura dá (CASTRO, 2006). Para ele, a rebeldia, marca registrada do *Pasquim* dos anos de chumbo da ditadura militar, continuou no novo jornal, mas adaptada à atual realidade sócio-cultural. Para ele, *OPasquim21*, ainda que possa ser enquadrado como à esquerda, feito sob uma crítica com contundência, deve ser tomado como “menos engajado”.

Porém, a esperança dos leitores foi justamente a de encontrar a mesma opinião crítica, sem esvaziamentos, com tamanho engajamento quanto à época do *Pasquim*. A falta desse compromisso com o leitor leva o jornal a vender menos e, em decorrência disso, a receber menos anúncios em suas páginas. Ziraldo afirma que escreveu o último editorial aos prantos e que, ao mesmo tempo, sentia-se aliviado por não ter de se ver apoiando um governo com o qual não mais concordava. Confessou que queria ter liberdade para “meter o pau” na cúpula do governo Lula (BORGES, 2006).

Além das questões econômicas, *OPasquim21* sofreu ainda com a falta de inspiração de seus colaboradores. Apesar de se proporem a construir “o jornal do futuro”, os novos pasquinianos padeeceram com a falta de contato com o público, tanto com os velhos leitores do antigo *Pasquim*, como com os jovens leitores, muitos deles universitários. Para Sergio Augusto, um dos integrantes do antigo *Pasquim*,

O país mudou, a imprensa mudou e boa parte dos que fizeram o *Pasquim* morreu. As pessoas não querem mais o *Pasquim*, querem a *Caras* – o que nos dá a justa medida da decadência. [...] Poucas pessoas se interessaram por elas [publicações como *Bundas* e

OPasquim21]. Bundas, a meu ver, muitíssimo superior ao Pasquim21, tinha um nome inviável. OPasquim21 era ruim mesmo, uma melancólica caricatura do original (AUGUSTO apud PINHEIRO, 2006, p.4).

Em síntese, *OPasquim21*, assim como *Caros Amigos* e *Bundas*, enfrentou, como vimos, alguns problemas internos de gestão, muitos dos quais em razão da condução de sua linha editorial, além de sua dimensão nacional, que obrigou o jornal a corresponder a necessidades muito amplas. Porém, junto a esses títulos, toda a imprensa independente, incluindo a formada por publicações de grupos políticos, sindicatos, movimentos sociais, organizações não-governamentais etc., também sofre graves problemas para conseguir manter sua existência. Além dos problemas pontuais vividos por cada publicação, há, por trás deles, uma realidade maior que abarca toda a imprensa alternativa enquanto *outra* forma de fazer jornalismo na sociedade contemporânea. É o que tentaremos, sucintamente, analisar a partir de agora.

4.4 Os desafios da imprensa alternativa atual

No capítulo anterior, fizemos um apanhado geral das grandes mudanças pelas quais o jornalismo alternativo brasileiro vive hoje. Agora, partindo das experiências de *OPasquim21*, *Bundas* e *Caros Amigos*, tentaremos nos ater a alguns problemas específicos que dificultam a maior abrangência e a continuidade da imprensa alternativa como uma outra forma de jornalismo.

Com o surgimento das novas tecnologias e do aumento da concorrência, o investimento necessário nas empresas de comunicação passa a ser muito maior. Em contrapartida, com o ritmo acelerado da sociedade, provocado em parte pelas novas tecnologias, os leitores dedicam menos tempo a suas leituras e passam a

fazê-las diretamente no computador, pela Internet, causando uma menor vendagem de publicações impressas. Além disso, há a retração no mercado mundial de publicidade. Uma parcela da verba publicitária fica concentrada apenas nos grandes títulos, já que a grande soma dos anúncios se encontra principalmente nos ambientes *online* e televisivo.

Apenas na União Européia, por exemplo, o número de jornais vendidos nos últimos anos diminuiu em um milhão de exemplares por dia. Em escala mundial, a circulação de jornais pagos cai, em média, 2% ao ano (RAMONET, 2006a). Disso, provêm duas realidades graves para a imprensa: ou os jornais simplesmente fecham – ou são comprados por grupos maiores, em razão das dívidas e da falta de recursos, acabando com milhares de empregos –, ou tendem a realizar grandes mudanças editoriais, com prejuízos ao jornalismo.

Na Hungria, em novembro 2004, o diário *Magyar Hirlap* fecha suas portas. No mesmo mês, em Hong-Kong, o semanário de referência sobre assuntos asiáticos *Far Eastern Economic Review* (propriedade do grupo norte-americano *Dow Jones*) pára de ser publicado. Em dezembro do mesmo ano, na França, a revista mensal *Nova Magazine* também suspende a sua publicação. Nos Estados Unidos, entre 2000 e 2004, mais de dois mil empregos são suprimidos na imprensa escrita, ou seja, 4% do total. A recessão atinge também as agências de notícias que alimentam os jornais com informação. A principal delas, a *Reuters*, teve um corte de 4.500 funcionários (RAMONET, 2006a).

4.4.1 Altos custos de produção

Nesse quadro, além das inovações tecnológicas que exigem um alto investimento, o aumento do custo do papel é um agravante. No Brasil, com a desvalorização do real em relação ao dólar, houve um significativo aumento dos custos de produção. Como o preço do papel subiu no mundo inteiro, e o produto é comprado em dólar, as empresas precisam gastar mais para adquiri-lo. A

produção brasileira abastece apenas entre 30% e 40% das necessidades do mercado interno (JORNAIS, 2006). Todo o restante precisa ser importado. Só em 2006, o papel-jornal aumentou em 20% (DUARTE, 2006).

Assim, os jornais tendem a realizar mudanças editoriais para reduzir custos. Em 1999, segundo reportagem da *Folha de S.Paulo*, os principais jornais brasileiros sofreram uma grande modificação de tamanho. A largura das páginas foi reduzida em uma polegada, ou o equivalente a 2,54 cm, passando de 34,29 cm para 31,75 cm. A mudança permitiria que os gastos com papel fossem reduzidos entre 7,5% e 8% (JORNAIS, 2006).

A perspectiva para compreender o posicionamento da imprensa alternativa dentro desse quadro nos é fornecida por Caparelli (1986). O autor analisa a antiga imprensa alternativa dentro do panorama da indústria cultural. Para ele, no Brasil da época da ditadura, essa indústria teria grandes capitais imobilizados e precisaria impulsionar sua rentabilidade, vendendo serviços a terceiros e não deixando máquinas ociosas. Daí viriam os espaços encontrados pela imprensa alternativa no jornalismo brasileiro. No contexto atual, porém, a situação é de crise até para a grande imprensa, que, mesmo terceirizando seus serviços, não encontra saídas fáceis para seus problemas. Para quem compra seus serviços, o valor cobrado é um forte empecilho. A principal solução é efetivamente diminuir as impressões e, assim, os gastos com papel, por meio da redução das páginas dos jornais e da migração de alguns espaços impressos, como os classificados e serviços, para o ambiente virtual.

Nesse sentido, o desafio da imprensa alternativa encontra-se justamente em se adaptar às mudanças mundiais ou tentar descobrir formas criativas para ir contra a corrente do jornalismo. A segunda opção seria, para uma imprensa já frágil, a mais arriscada. Para se adaptar, porém, a imprensa alternativa perderia espaço no seu ponto mais forte: a análise crítica da sociedade. Como realizar uma análise mais aprofundada em menos espaço de texto para tanto? Segundo Marcelo Beraba (2006), *ombudsman* da *Folha*

de S.Paulo, com a nova mudança gráfica do jornal, realizada em 2006, sua própria coluna dominical, por exemplo, teve uma diminuição de “pelo menos” 4% de texto. Outros espaços tiveram uma diminuição de quase 20%. Se num grande jornal, como a *Folha*, a situação é desse nível, para a imprensa alternativa a perspectiva não se apresenta melhor.

4.4.2 Retração no mercado publicitário e mercantilização

No início de 2006, a Associação Mundial de Jornais havia previsto um crescimento da publicidade em apenas 1,4%. Essa é a mais forte queda do mercado desde 1993. Apesar de o Brasil não constar no estudo divulgado na França, estima-se que no país a mídia impressa detenha hoje apenas 20% do total dos anúncios, enquanto nos anos 50 esse número era de cerca de 95% (DUARTE, 2006). Vê-se uma migração da publicidade para mídias com maior penetração no público em geral, como a TV e a Internet.

Os jornais, por isso, procuram saídas heterodoxas para encontrar fontes de renda extra. Assim, nas bancas, ou ao assinar determinado título, o leitor pode adquirir brindes, por uma pequena soma além do preço das publicações, como DVDs, CDs, livros, coleções de selos, notas de banco e até louças. Na imprensa alternativa, como vimos, essa realidade também existe, como a venda de catálogos em série de artigos especiais, como em *Caros Amigos*.

Para Ciro Marcondes Filho (2000), a pior consequência dos rumos que a imprensa vem tomando nos últimos anos é a supressão do “muro” que separava o setor publicitário do setor redacional dos grandes jornais. Agora, segundo ele, existe “uma visceral dependência entre o que se noticia e quem financia a empresa, comprometendo a informação livre e reduzindo o jornalismo, ainda mais, a uma atividade submetida ao capital” (MARCONDES FILHO, 2000, p.116). Isso é visível principalmente

em relação à publicidade oficial: para ganhar o anúncio, o jornal deve ser condizente com as propostas do governo, deve “apoiá-lo”. Para o autor, toma força hoje o “jornalismo de comunicados”, de assessorias. A produção de notícias perde o que a caracterizou e deu força em seu “período áureo”: o fato de “pôr a pena na ferida”, atitude muito presente principalmente na imprensa alternativa.

Tudo isso, porém, reforça a aproximação entre informação e mercadoria, com o risco de que os leitores já não saibam o que compram. Dessa maneira, os jornais confundem ainda mais a sua identidade, desvalorizam o título que publicam e põem em marcha uma engrenagem de perda de sentido do jornalismo (RAMONET, 2006a). Porém, ou se utilizam dessas saídas incomuns, ou as publicações – as alternativas, em especial – tendem a não encontrar solução para seus problemas econômicos, tanto pela pouca vendagem como pela rara publicidade.

4.4.3 Concorrência e monopolização

Além de todos esses problemas que afetam a imprensa em geral, na imprensa alternativa a situação ganha contornos ainda mais drásticos com a forte concorrência com as grandes empresas. Passando a formar blocos gigantescos para suportar a crise mundial, as organizações constituem grupos de comunicação de vocação mundial, em detrimento de diversos veículos locais que tendem a acabar.

Empresas gigantes dispõem, atualmente, de novas possibilidades de expansão devido às mudanças tecnológicas. Nos Estados Unidos, onde as regras anti-concentração foram abolidas em fevereiro de 2002, a *America On Line* comprou a *Netscape*, a revista *Time*, a empresa cinematográfica *Warner Brothers* e o canal de notícias CNN; a *General Motors*, maior empresa do mundo por sua capitalização na Bolsa de Valores, comprou o canal de televisão NBC; a *News Corporation*, assumiu o controle de alguns dos jornais ingleses e norte-americanos de maior tiragem (*The Times*,

The Sun, *The New York Post*), além de possuir o canal de televisão por satélite *BskyB* e a emissora de televisão norte-americana *Fox*, assim como uma das maiores empresas de produção de seriados para a televisão e de filmes, a *Twenty Century Fox* (RAMONET, 2006c).

No Brasil, a situação não é diferente. As organizações Globo ocupam o 28º lugar no ranking dos maiores grupos de mídia do planeta (PEREIRA FILHO, 2004). Entre os veículos impressos, a *Editora Três*, detentora da revista *IstoÉ*, publica um total de 40 milhões de revistas por ano no Brasil, faturando 250 milhões de reais (GRANDE, 2006). Em 2005, a editora fechou um contrato com a *Time Inc.*, dando-lhe direito a publicar material das revistas *Time*, *Fortune* e *People*. Já O *Grupo Abril*, detentor da revista *Veja*, teve uma receita líquida de 2,1 bilhões de reais em 2004. Além de serviços *online* e do canal MTV, a editora publica mais de 344 títulos, com uma circulação de 178 milhões de exemplares (GRUPO ABRIL, 2006a). Só *Veja* tem 1,111 milhão de exemplares semanais, com 916.354 assinantes (GRUPO ABRIL, 2006b).

Frente a concorrentes tão fortes, e que se fortalecem a cada nova negociação, a imprensa alternativa, alcançando com orgulho seus 100 mil exemplares – quando alcançados –, não tem meios disponíveis para chegar a um patamar de reconhecimento nacional, como na antiga imprensa alternativa. Além da pouca publicidade conquistada, a concorrência com títulos do porte de *Veja* e *IstoÉ* não permite um maior investimento em divulgação, o que impede também o alcance de novos leitores.

4.4.4 Falta de mobilização social

Os títulos independentes que conseguem despontar no cenário cultural do país enfrentam ainda a quase inexistente mobilização que suas publicações conseguem promover. Com isso queremos dizer que, mesmo que essa imprensa atinja um número relativamente grande de leitores, eles já são bem informados e não tomarão novas atitudes frente ao que estiverem lendo e não promoverão

a sonhada “mudança social”, grande paradigma das publicações alternativas da época da ditadura.

Segundo Kucinski, os grandes títulos daquela imprensa alternativa eram “o principal espaço de reorganização política e ideológica das esquerdas nas condições específicas do autoritarismo” (KUCINSKI, p.17, 2003). E não apenas das esquerdas: o propósito era “contribuir para uma consciência crítica nacional”, ou, em contraposição à grande imprensa, “queriam ser um pólo agregador da sociedade civil” (KUCINSKI, p.19, 2003).

No entanto, *Caros Amigos*, *Bundas* e *OPasquim21* não têm tal alcance. Independentemente de sua qualidade jornalística, essas publicações encontram pouca receptividade frente ao público-leitor. *Caros Amigos*, por exemplo, tenta viver o papel que *Movimento* teve em sua época, mas, após quase 10 anos de existência, sua abrangência é bastante reduzida. Tanto em termos de venda como de público, a revista não encontra espaços para ser, por exemplo, um ícone da crítica social brasileira independente. E assim foi com *OPasquim21*, que pretendia ser uma atualização do antigo *Pasquim*.

Nesse sentido, apesar de continuarem sua existência, as publicações alternativas enfrentam a grande dificuldade de alcançar um número maior de leitores e, principalmente, de mobilizá-los em torno de uma agenda “cívica”, por assim dizer. Restritos à camada de pensadores e intelectuais das universidades, os veículos alternativos aqui analisados são apenas um reforço público de opiniões já formadas. Isso talvez indique o mesmo futuro tido por *Movimento*: “jornal de seita, em linguagem e em público, vendendo apenas entre quatro e cinco mil exemplares a seus próprios adeptos” (KUCINSKI, 2003, p.26).

Assim, fica difícil imaginar que a imprensa alternativa consiga superar facilmente essa série de problemas. Se o quadro da imprensa mundial impede que visualizemos um futuro melhor até mesmo para os grandes jornais, não podemos ter esperanças quanto a um renascimento de uma grande imprensa alternativa como a da época da ditadura.

O que se vê atualmente é uma migração dos títulos impressos para a grande rede, a Internet, a fim de encontrar nela espaços para desenvolver suas possibilidades não mais realizáveis no papel. O que alguns autores indicam é que no mundo *online* haja até mesmo grandes possibilidades de surgimento e de atuação de um jornalismo alternativo ou, pelo menos, de existência de um maior espaço para manifestações de contracultura.

Além disso, a partir das últimas décadas, surge na grande rede o que se chamou de *small media*, ou seja, o poder do público em geral de pulverizar o controle sobre a produção de informação e notícias, manifestado, por exemplo, por meio dos *blogs*, ou diários virtuais, uma forma de desmonopolizar a informação, tarefa clássica das publicações independentes (PAZ, 2003). Seria, assim, a Internet uma “alternativa” à imprensa alternativa? Procuraremos analisar essa possibilidade no próximo capítulo.

4.5 Internet, blogs e a crise do jornalismo

A partir do que vimos no capítulo anterior a respeito da crise da imprensa alternativa no meio impresso, deixamos em aberto a possibilidade de essa imprensa ter um maior espaço de atuação no ambiente *online*, em especial por meio dos *blogs*. Para muitos autores, os diários *online* são uma nova ferramenta de comunicação virtual que vêm oferecendo perspectivas promissoras ao jornalismo, por ser uma forma de divulgação de informações muito mais democrática e alternativa à grande imprensa, na medida em que dá chance a qualquer pessoa de se expressar por meio da Internet.

Independentemente de toda a discussão a respeito dos *blogs* como uma forma de fazer jornalismo, considera-se neste estudo alguns *sites* que claramente exercem funções jornalísticas, como analisaremos brevemente. Porém, nosso foco é compreender as reais possibilidades dos *blogs* enquanto novo espaço de atuação de uma imprensa alternativa. Para isso, então, verifica-se se esse

novo espaço da Internet oferece condições para que a imprensa alternativa se desenvolva no meio virtual e quais funções essa imprensa poderia desempenhar na grande rede.

Porém, cabe-nos também compreender que todas as novas possibilidades de comunicação surgem promovendo fortes modificações também no jornalismo como tal, independentemente de seu suporte físico. Da mesma forma que a “imprensa impressa” passa por grandes dificuldades atualmente, incluindo também a imprensa alternativa, o jornalismo como atividade social vive momentos delicados diante das novas tecnologias. De forma crítica, tentaremos compreender como a realidade da grande rede, e, por sua vez, dos *blogs*, condiciona transformações nas bases do jornalismo praticado até aqui.

4.6 Jornalismo na web: novas possibilidades na transmissão de informação

Para não fugir dos objetivos deste estudo, não nos deteremos na história do jornalismo *online*, dado que já o abordamos sucintamente no segundo capítulo. Faremos aqui apenas alguns apontamentos de suas principais características. Utilizamos a definição de jornalismo *online* fornecida por José Antônio Meira da Rocha (2006), como sendo “a coleta e distribuição de informações por redes de computadores como Internet ou por meios digitais” (ROCHA, J. A., 2006, *online*). Dessa forma, incluímos no conceito outras variações, como jornalismo em rede, webjornalismo, ciberjornalismo e jornalismo digital.

Com o surgimento e a popularização da Internet, um novo modelo de comunicação está orientando a prática jornalística para uma nova fase. O jornalismo tradicional da TV, do rádio e do jornal converge para o ambiente virtual. Diferente, porém, dos suportes tradicionais, onde a informação segue um modelo “um-muitos”, a grande rede passa a oferecer ao público uma interação direta com o meio *online* e também entre o próprio público, que

recebe, discute e também produz informação, incentivando uma relação cíclica de “muitos-muitos”. Para Guilherme de Queirós Mattoso (2006), a convergência entre texto, imagem e som tem sido a marca desse novo jornalismo que surge no final do século 20. Por reunir e explorar todas as potencialidades dos demais meios, o jornalismo *online* representa uma revolução no modelo de produção e distribuição das notícias.

Surgem, assim, segundo Rocha (2006), novas formas de se produzir informação jornalística, transformando o jornalismo *online* em um imenso caleidoscópio de possibilidades características da Internet: a velocidade, a instantaneidade (capacidade de transmitir um fato em tempo real), a perenidade (processo de arquivamento ou memória da Internet), a interatividade (o leitor pode escolher vários “caminhos” para ler notícias; pode enviar formulários com comentários; pode participar de votações sobre temas polêmicos etc), a multimediação (convergência de mídias), a hipertextualidade (presença de *links*, referências que encaminham a outro *site* ou documento), a personalização de conteúdo (o leitor indica os temas de seu agrado e recebe apenas notícias sobre esses assuntos) etc. O caráter multimídia permite que o próprio internauta construa seu roteiro de leitura, tornando-o uma espécie de “co-produtor” da informação, obrigando o jornalista a produzir matérias de forma especial, quase como um guia de navegação.

Nesse sentido, o jornalista tem novos papéis a exercer, como analisa Castilho (2006a):

[Sobra ao jornalista] contextualizar notícias e informações recebidas, devolvendo-as de forma processada para ampliar a capacidade de análise dos indivíduos comuns. O jornalista pode ser também um tutor de informações, orientando os consumidores de informação sobre como e onde buscar mais dados e fontes. Há o jornalismo investigativo através da Internet, com a garimpagem de mais de quatro bilhões de páginas-web ou de contatos com quase meio bi-

lhão de pessoas conectadas por e-mail (CASTILHO, 2006a, *online*).

Um dos pontos mais delicados para a crítica do jornalismo *online* é a relação entre a velocidade com que as informações são disponibilizadas na rede e a credibilidade delas. Como afirmam Adghirni e Ribeiro (2006),

Qualquer um pode se autoproclamar jornalista *online*. O paradoxo é que cada um pode se considerar repórter sem jamais ter saído de sua cadeira diante do computador. [...] O jornalista virtual seria aquele que descobre pautas, investiga, apura e redige notícias pesquisando no próprio computador. Mas certos autores chamam a atenção para os riscos destas práticas: a credibilidade da informação *online* é inversamente proporcional à sua velocidade. Uma situação nova que provoca questionamentos nos meios profissionais (ADGHIRNI e RIBEIRO, 2006, *online*).

Entretanto, não detalharemos aqui as possibilidades e problemas do jornalismo *online*, pois não são objeto central desta pesquisa. Concordamos, contudo, com Edo (2006), quando diz que

O que nesta ocasião parece interessante destacar são os efeitos que pode produzir no presente e no futuro próximo do jornalismo a possibilidade de que todo aquele que disponha de uma página *web* [...] possa tornar públicos através da rede tanto suas próprias mensagens e opiniões, como notícias, ou sucedâneos de notícias, obtidos pessoalmente ou conhecidos pelas diferentes vias às que tenha acesso (EDO, 2006, *online*)¹.

¹ Tradução do autor.

É esse aspecto do jornalismo *online* que mais nos interessa. As empresas tradicionais de mídia já tomam consciência dos efeitos que a Internet está provocando sobre seus monopólios, já que é comum que os internautas busquem diretamente na fonte a informação que procuram (ADGHIRNI e RIBEIRO, 2006). À sua época, era a imprensa alternativa a fonte da informação não disponibilizada pela grande imprensa. Hoje, essa imprensa encontra um paralelo, sob outro suporte, na relação entre os *blogs* e a grande imprensa.

Dessa forma, crendo que o até aqui exposto supra nossas necessidades, avançamos na análise dos diários *online* como possibilidade de uma outra forma de se fazer jornalismo, desta vez na Internet.

4.7 Os blogs e o jornalismo self-made

Os *weblogs*, ou simplesmente *blogs*, surgem como meios de divulgação de informação que representam, em sua forma mais ampla, a interatividade na Internet, oferecendo perspectivas diferentes das dos grandes meios de comunicação social. Assim, começam a ser vistos como uma alternativa para o jornalismo tradicional ao disponibilizar notícias que a mídia em geral não publica.

O termo *blog* foi usado pela primeira vez em 1997, por John Barger, para descrever *sites* pessoais atualizados frequentemente que contivessem comentários e *links* (indicadores que remetem a outros *sites*) (ROCHA, J. A., 2003). O termo vem da união das palavras inglesas *web* (rede) e *log* (diário de bordo), ou seja, *sites* que funcionam como uma espécie de diário e guia de navegação na Internet. Segundo a definição do *site Blogger*, um dos maiores provedores grátis do serviço, um *blog* é “uma página *web* atualizada frequentemente, composta por pequenos parágrafos apresentados de forma cronológica. É como uma página de notícias ou um jornal que segue uma linha de tempo com um fato após o outro” (BLOGGER, 2006, *online*).

Podemos dizer que existem dois grandes tipos de *blogs*: a) o diário pessoal clássico, em que cada *blogueiro* disponibiliza na Internet o seu dia-a-dia, pensamentos pessoais, fatos ligados à sua própria vida, imagens, além de *links* e referências sobre certos assuntos do seu interesse, tais como livros e filmes; b) o que dispensa o caráter personalista do primeiro e traz apenas referências para outros artigos ou outros *sites* e *blogs*, como um roteiro de viagem pela Internet. Porém, vê-se que nos *blogs* atuais já há uma mistura desses dois formatos. Neste trabalho, interessamos aqueles que ultrapassem o caráter de simples diário pessoal, tornando-se também fonte de informações jornalísticas a qualquer pessoa. No decorrer da pesquisa, ao usarmos o conceito de *blog*, estamos nos referindo a esse tipo de publicação *online*.

Em termos históricos, até meados de 1998, a quantidade desse tipo de páginas não passa de uma centena. Porém, em junho de 1999, a empresa *Pitas* lança a primeira ferramenta grátis para se montar um *weblog* próprio. Em agosto do mesmo ano, Evan Williams, da empresa *Pyra Labs*, cria o *Blogger*. Por ser um serviço gratuito, de fácil manuseio, o *site* causa uma verdadeira explosão no número de adeptos do serviço. Junto a outros *sites*, como o *Weblogger*, a mania se espalha pelo mundo inteiro.

Até fevereiro de 2006, existiam cerca de 27,3 milhões de diários virtuais, segundo a empresa de pesquisa Technorati. De acordo com suas estimativas, cerca de 70 mil *blogs* são criados diariamente em todo o mundo. O número de *posts* diários, ou seja, de atualizações que o proprietário faz em seu *blog*, chega a 700 mil, ou 29,1 mil atualizações a cada hora (INTERNET, 2006).

Como vimos na definição fornecida pelo *Blogger*, os *blogs* são “como uma página de notícias ou um jornal que segue uma linha de tempo com um fato após o outro” (BLOGGER, 2006, *online*). Apesar de o *site* fazer apenas uma comparação entre *blogs* e jornalismo, vê-se que atualmente há muitas semelhanças entre as duas mídias. No item a seguir, faz-se uma breve análise de como os *blogs* podem constituir trabalho jornalístico, ultrapassando o simples conceito de “diário pessoal *online*”.

4.7.1 Blogs e o jornalismo online

Para começar, relembremos o conceito de José Antonio Meira da Rocha sobre jornalismo *online*: “coleta e distribuição de informações por redes de computadores como Internet ou por meios digitais” (ROCHA, 2006, *online*). De certa forma, em alguns *blogs*, como os que veremos mais adiante, essa função se manifesta plenamente.

Junto a outros autores, como Mattoso (2006), José Antonio Rocha (2006) sustenta que o jornalismo *online* possui algumas peculiaridades, vistas anteriormente, que o distinguem, e até mesmo o elevam, do jornalismo praticado pelas mídias tradicionais, como a instantaneidade, a perenidade, a interatividade, a multimedialidade, a hipertextualidade, a personalização de conteúdo etc. A partir dessa categorização, percebemos que, assim como os *sites* noticiosos, os *blogs*, por meio de sua rápida expansão, conquistaram um patamar jornalístico na rede, tanto pela sua popularização, como pela evolução em termos de qualidade de conteúdo e *layout*.

Nos meios acadêmicos, contudo, o caráter jornalístico dos *blogs* ainda permanece em discussão, já que, por serem de livre acesso, possibilitam que qualquer pessoa possa fazer uso de ferramentas até então de exclusividade de jornalistas, como a divulgação de notícias. A principal crítica é a ausência, em *blogs* caseiros feitos por cidadãos comuns, de análise e apuração dos fatos, capacidade de síntese e intermediação entre as fontes, em suma, da atividade jornalística na preparação de uma notícia.

Apesar disso, analisa-se aqui aqueles *blogs* que possuem uma reputação entre seus leitores como fonte jornalística, independente das discussões anteriores. Isso nos remete à imprensa alternativa da época da ditadura. Muitas vezes, seus colaboradores, e até seus fundadores, não eram jornalistas profissionais, mas mesmo assim exerciam funções jornalísticas com extremo rigor e critérios bem definidos de noticiabilidade, e por isso encontravam uma boa repercussão na sociedade. Eram artistas, políticos, ati-

vistas sociais, que ofereciam aos leitores a credibilidade desejada. Da mesma forma ocorre com os *blogs* aqui analisados.

Além disso, boa parte de profissionais de comunicação adotaram o *blog* como sua mídia principal de prática jornalística, ao ser um eficaz propagador de idéias. Na mesma linha, grandes jornais pertencentes a grupos de mídia tradicionais também passaram a usar a nova ferramenta. Feitos profissional ou artesanalmente, os *blogs* encontraram essa credibilidade principalmente por meio da interatividade entre seus “muitos-muitos”. Se algo está equivocado em um dos “*sites*”, logo aparecerá algum comentário na própria página que deixará seu autor desacreditado, ou algum outro *blog* fará o papel de “ombudsman” e denunciará tal postura. Isso é uma realidade completamente nova no jornalismo tradicional. Para Mattoso,

Os *blogs* jornalísticos não apenas imprimem uma visão pessoal sobre um fato corriqueiro, mas centenas de milhares deles irão discutir e debater a notícia, o fato que é trabalhado na grande mídia. Dessa forma, o editor de um *weblog* estará alimentando, mesmo que sem querer, uma prática metajornalística. Aliando tal característica com a grande quantidade de links oferecidos para outros *sites*, freqüentemente da grande mídia, o *weblog* pode ser considerado uma espécie de metajornalismo, muitas vezes comentado, com liberdade inclusive para alinhar fontes distintas em uma única atualização, citando e confrontando veículos concorrentes ou pontos de vista conflitantes. [...] Esta forma de intervenção na sociedade permite aprofundar, corrigir, discutir, expor e criticar as notícias e as idéias que vão sendo produzidas pela imprensa. Politicamente, funciona como um contra-poder aos impérios midiáticos que estão cada vez mais concentrados nas mãos de uns poucos grandes grupos econômicos (MATTOSO, 2006, *online*).

Dessa forma, os *blogs* já são uma outra forma de se fazer jornalismo, diferente até mesmo do jornalismo feito na Internet. Trazendo consigo o livre direito de comunicar via Internet e estando disponível e ao mesmo tempo ao alcance de qualquer um, os *blogs* alcançaram reconhecimento como uma nova opção além das mídias tradicionais, um espaço de opinião crítica e de divulgação de fatos que a grande mídia se permite não publicar.

Cabe-nos, porém, verificar até que ponto eles são uma “alternativa” à imprensa alternativa, mantendo vivas as funções exercidas por aquela imprensa no ambiente *online*, sob o formato dos *blogs*. Faz-se necessário avaliar se os diários *online* podem vir a significar o renascimento de uma imprensa alternativa como a da época da ditadura, que conseguia reunir sob seus títulos a liberdade de expressão, a crítica à realidade e a mobilização política necessárias naquele contexto social, como vimos no primeiro capítulo – agora, contudo, sob um suporte digital.

4.8 Alternativa em bits e pixels

Nos últimos anos, alguns *blogs* revelaram grande capacidade de exercer um tipo de “jornalismo verdade”, nos moldes da imprensa alternativa. Isso muito se deve ao fato de diversos deles terem alcançado um *status* de fontes extra-oficiais para denúncias feitas posteriormente pela grande mídia em geral.

Um dos exemplos mais famosos é o do *blog* de Matt Drudge, intitulado *The Drudge Report*. Em 1998, Drudge disponibilizou em sua página uma conversa gravada que a revista norte-americana *Newsweek* havia se negado a publicar, por ser uma informação não-verificada (EDO, 2006). Por meio do *blog*, a relação extra-conjugal do presidente Bill Clinton com a estagiária Mônica Lewinsky tornou-se pública. Diversos jornais e programas de rádio e TV passaram, então, a noticiar o fato durante meses.

Já após os atentados contra o World Trade Center, nos Estados

Unidos, em setembro de 2001, Jéssica White, estudante de 19 anos da Flórida, criou um *blog* para homenagear os afetados pela tragédia. Em poucos dias, recebeu mais de 90 mil visitas, que foram aumentando progressivamente. Sua página chegou a ser a segunda mais visitada do mês e superou os acessos a *Tribute to Heroes*, a página oficial do concerto de ajuda às vítimas do ataque terrorista (EDO, 2006).

Na guerra do Iraque, o *blog* de Salam Pax (um pseudônimo), *Where is Raed?*, foi uma das grandes fontes de informação fora da grande mídia. Supostamente escrevendo a partir de Bagdá, Pax descrevia o conflito e as reações da população. Em meio à falta de precisão de grandes veículos de comunicação como CNN e *Al-Jazeera*, o *blog* tornou-se famoso em todo mundo por ser uma alternativa de informação em relação aos grandes grupos. Por outro lado, soldados americanos mantinham o *Military Families Weblog*, para dar notícias às famílias dos soldados de Kansas (EDO, 2006).

No Brasil, um dos primeiros *blogs* de jornalistas foi o do ex-porta voz do presidente Fernando Collor de Mello, Cláudio Humberto Rosa e Silva, responsável por vários “furos” jornalísticos a respeito da corrupção do então governo. O jornal *O Globo*, por sua vez, foi o primeiro a oferecer a seus colunistas a opção de manterem *blogs* no *site* do veículo. Tereza Cruvinel, Cora Ronái e mais dezesseis articulistas não precisam seguir qualquer padrão técnico em suas páginas. Exige-se apenas que o *blog* não passe mais de uma semana sem atualização (KWAK, 2006).

Atualmente, a “*blogosfera*” brasileira é liderada por três *sites* de caráter político. Os *blogs* dos jornalistas Fernando Rodrigues, Josias de Souza – ambos da *Folha de S.Paulo*, em Brasília – hospedados no portal Universo *Online* (UOL), e Ricardo Noblat, hospedado no *site* do jornal *Estado de São Paulo*, são os líderes da Internet brasileira. Eles atingem 182,2 mil, 113,4 mil e 88,4 mil visitantes residenciais únicos, respectivamente, de acordo com dados do Ibope de novembro de 2005 (FERNANDO, 2006). O de Ricardo Noblat foi um dos pioneiros dentre os *blogs* políticos no

Brasil. Já o de Josias de Souza tem destaque diário no *site* *Folha Online*, do jornal *Folha de S.Paulo*. Todos, resguardadas as características próprias, publicam diariamente diversos *posts* contendo informações sobre os bastidores da política nacional a partir de notícias próprias ou divulgadas em outros *sites*.

Outro *blog* brasileiro que merece destaque é o humorístico *Kibe Loco*. No ar desde 2002, a página conta com 100 mil visitantes únicos² por dia. O pico foi em 2004, alcançando três milhões de visitantes únicos, quando o *site* mostrou o jornalista William Bonner imitando o estilista Clodovil Hernandez (CARPANEZ, 2006a). Em seus quatro anos de existência, o *site* teve mais de 35 milhões de acessos (KIBE LOCO, 2006). No *blog*, o publicitário Antonio Pedro Tabet cria fotomontagens cômicas com a vida dos políticos ou de personagens que são destaque nos noticiários nacionais, divulga notícias “que vão mudar o mundo” (notícias inúteis publicadas por *sites* de fofocas), abordando temas que vão desde a política até propagandas de absorventes femininos.

A partir de todos esses exemplos, sem contar os milhares de outros que poderíamos citar, podemos ver que nos *blogs* há, realmente, uma nova forma de comunicação, de certa forma, independente. Se fizermos uma comparação entre os atuais *blogs* e os grandes títulos da imprensa alternativa, abstraído-nos de todas as limitações de nossa comparação, temos que, além da similaridade dos temas – política, crítica de costumes e humor –, os *sites* citados também têm uma outra característica em comum com aquela imprensa: o fato de serem um espaço crítico da realidade, livre e independente – sob uma primeira análise. Oferecendo informação não-disponível nas mídias tradicionais, com caráter crítico, os *blogs* vêm-se reavivando alguns dos principais paradigmas da grande imprensa alternativa.

² Visitantes únicos são os internautas que permanecem até uma hora navegando no site.

4.8.1 A contra-informação no mundo virtual

É nesse ponto que diversos autores concordam em ver nos *blogs* o renascimento, sob outro suporte, de uma comunicação independente, alternativa, contracultural. Para Daniela Ramos, por exemplo,

Longe de ser apenas uma coisa ou outra, os gêneros de *blogs* variam enormemente, assim como a diversidade da personalidade humana. O que podemos identificar com certa precisão é que o jornalismo está evidentemente em crise e que este panorama favorece o surgimento de mídias e suportes alternativos de informação (RAMOS, 2006, *online*).

Apesar de pouco objetiva, a autora deixa claro que o fator “alternativo” está presente no cerne dessa nova mídia. Assim também enxerga Paula Jung Rocha (2003) quando afirma que “muitos consideram que a atividade *blogueira* chega a lembrar a contracultura, com sabor de faça você mesmo: faça a sua própria mídia se a mídia institucionalizada não aceitar você” (ROCHA, P. J., 2003, p.76).

Nisso, vemos claramente elementos, hoje expressos nos *blogs*, nos quais a antiga imprensa alternativa também se baseava: os aspectos da contracultura e da falta de espaços de livre expressão na grande imprensa. É o que também Mattoso (2006) comenta, de maneira quase panfletária:

Junto – e parte integrante – da cibercultura, essa ferramenta tenta transformar, como uma revolta da vida pacífica e, de certo modo silenciosa, a lógica da padronização da informação, solidificada através de conceitos e convenções que dia após dia se diluem no oceano do ciberespaço. Não há dúvida, portanto, quando se afirma que os *weblogs* são uma alternativa

de informação frente aos grandes impérios midiáticos. Livres de limitações físicas, da demora das publicações convencionais e da pressão dos veículos de comunicação, os editores de *blogs* são independentes de tudo o que os impede de criar, por outras vias, uma nova opção de informação (MATTOSO, 2006, *online*).

Carolina Paz vai um pouco além e introduz o conceito de *small media*. Segundo ela,

São muitos os *blogs* que adquiriram *status* de noticiários. Essa apropriação da tecnologia (não só da Internet, mas também de outras mídias), que coloca nas mãos do público a possibilidade de pulverizar o controle sobre a produção de informação e notícias, enquadra-se no que se entende por *small media*, ou seja, uma nova dimensão no conjunto dos meios de comunicação diferente do *mass media* (PAZ, 2003, p.69).

Para ela, a diferenciação se encontra justamente naquilo que falávamos anteriormente sobre a relação entre “muitos-muitos”. Nos *blogs*, segundo a autora, a relação “se aproxima muito mais da relação face a face, pelo simples fato dos emissores estarem próximos [...] e muitas vezes interagindo [...] com os receptores” (PAZ, 2003, p.69), vínculo esse que, segundo ela, não é o mesmo encontrado nos tradicionais meios de comunicação de massa.

Por tudo isso, Ramonet (2006a) analisa o fenômeno dos *blogs*, mesmo que de um ponto de vista mais crítico, enquadrando sua análise na possibilidade de os diários pessoais *online* serem uma fonte de informação alternativa:

Num tom de jornal íntimo, [os *blogs*] misturam sem qualquer cerimônia informação e opinião, fatos

verificados e boatos, análises documentadas e impressões fantasistas. O seu sucesso é tão grande que atualmente é possível encontrá-los na maioria dos jornais eletrônicos. Esse entusiasmo mostra que muitos leitores preferem a subjetividade e a parcialidade assumida dos *bloggers* à falsa objetividade e à imparcialidade hipócrita da grande imprensa (RAMONET, 2006a, *online*).

Como é de consenso entre os autores, a função dos *blogs* como fonte de informação alternativa à grande imprensa é indiscutível. Porém, não podemos nos deixar levar simplesmente pela manifestação ufanista destes. Mesmo que alguns teçam suas críticas a respeito das possibilidades dos *blogs*, todos vêem nesse veículos indicadores de retorno a um jornalismo mais “romântico”, ou de espaços mais críticos na grande rede.

Convém, no entanto, ter em mente que nem os *blogs* nem a Internet possuem em si as ferramentas necessárias para contornar uma problemática que se encontra na relação com a realidade virtual, que afeta também o cerne do próprio jornalismo como tal. Sem entrarmos em detalhes das pesquisas na área de cibercultura, faremos agora uma análise mais focalizada da realidade do jornalismo virtual dos *blogs*. Mesmo com aspectos alternativos, eles sobrevivem num mundo virtual que não transcende as problemáticas e desafios do mundo real, ou “impresso”, no caso da imprensa alternativa. Uma análise mais detalhada revela que, por trás das fachadas alternativas e contraculturais dos *blogs*, estão, novamente, os mesmos desafios da imprensa alternativa “clássica”.

4.9 Novas possibilidades com desafios persistentes

No Brasil, em 2005, existiam 11.030.724 internautas residenciais, que gastavam, em média, cerca de 15 horas mensais navegando na

Internet. Em 2003, apenas escritos em língua portuguesa, haviam 54.496 *blogs* (CONFIRA, 2006). Como vimos anteriormente, são cerca de 70 mil novos *blogs* criados a cada dia no mundo (INTERNET, 2006).

Da imensidão desses números e das possibilidades que os *blogs* carregam como um espaço de contra-informação, além das questões levantadas a respeito da credibilidade das informações veiculadas por esses *sites*, existe uma série de outros pontos que nos fazem rever a exaltação desses espaços como uma alternativa ao jornalismo clássico e tradicional das grandes mídias e até mesmo ao jornalismo *online*, assim também como à chamada imprensa alternativa. Como nos lembra Francisco Rüdiger (2002),

O ciberespaço não é em geral, segundo tudo indica, uma nova realidade, mas uma sublimação tecnológica da realidade com que estamos acostumados. As contradições e conflitos sociais e políticos de nossa época, antes de encontrarem solução, tendem a ser reproduzidos eletronicamente através de seu funcionamento. As patologias históricas e culturais não são postas de lado neste contexto, mas redimensionadas, quer falemos de crime e demagogia, quer falemos de racismo e atividades terroristas (RÜDIGER, 2002, p.17).

Dessa forma, não podemos nos deixar levar pela simples manifestação de esperança para um melhor futuro do jornalismo alternativo nos *blogs*, de uma visão ufanista deles como “oásis” de informação crítica e independente no interior de um “deserto” de conglomerados comunicacionais, que apenas sustentam o *status quo* da sociedade. Dizard, nesse sentido, coloca o panorama aberto por Rüdiger na realidade do jornalismo. Segundo ele, “os puristas podem argumentar que a nova mídia é substancialmente diferente da velha. A verdade, no entanto, é que a linha divisória entre as duas está sendo diluída todos os dias” (DIZARD apud ARNT, 2002, p.232).

Dessa forma, tentaremos, em pequenos tópicos, demonstrar como os *blogs* apenas reavivam a complexa realidade e os desafios da imprensa alternativa clássica, agora na Internet. Como os autores citados indicam, não há uma mudança significativa dos problemas dos veículos alternativos impressos. Pior: talvez haja até mesmo um redimensionamento, sob outro suporte, de toda a difícil realidade dessa imprensa, vista anteriormente.

4.9.1 Monopolização e conglomerados do mundo online

Uma das primeiras questões a ser enfrentada pelos *blogs* é a monopolização também na Internet. Ciro Marcondes Filho (2000) resume como os monopólios da informação, especialmente no mundo *online*, criam barreiras ao livre curso da comunicação. Segundo ele,

A nova tecnologia volta-se a curto prazo ao barateamento da produção, mas subordina-se a longo prazo a uma imperiosidade geral do mercado: todos os meios de comunicação se informatizando criam um “sistema absoluto”, do qual não dá para escapar. Não há estradas marginais à tecnologia digital. A informática obriga todos a entrarem no mesmo barco, pois muda a lógica do conjunto como um todo, do sistema total de trânsito da informação. Sua força e sua potência – hoje inabaláveis – estão na unificação de todos segundo sua própria e arbitrária lei (MARCONDES FILHO, 2000, p.35).

O autor percebe, assim, uma tendência que vai se tornando cada vez mais concreta e desigual. Em 2001, por exemplo, as gigantes empresas de comunicação e serviços *web* AOL Time Warner, Microsoft, Yahoo! e Napster acumularam, apenas elas, 50% do tempo que os internautas passavam na Internet (EDO, 2006).

Já maio de 2006 foi um mês célebre em termos de alianças – e monopolização – na grande rede (AMARTINO, 2006). Nesse mês, o gigantesco portal *Yahoo!* e o *site* de serviços *eBay* se juntaram para fortalecer a concorrência contra o também gigantesco *site* de buscas *Google*. Outra grande aliança foi entre a empresa *Technorati*, a principal gerenciadora da *blogosfera* mundial, e a *Associated Press* (AP). Pelo acordo, as notícias divulgadas pela AP aos meios vinculados à empresa terão também os *links* para os *posts* de *blogs* relacionados a essas notícias. Uma aliança de esferas bastante curiosa foi a realizada entre a empresa de artigos esportivos *Nike* e a empresa de informática *Apple*, para o desenvolvimento de aparelhos eletrônicos e outros produtos que levarão a marca *Nike*. E uma aliança entre “gigantes” da informática se deu entre as empresas *Dell* e *Google*. Pelo acordo, a empresa fabricante de computadores distribuirá milhões de aparelhos com ferramentas do *site* de buscas já instaladas.

Dessa forma, a monopolização das empresas chega ao mundo virtual, tornando também a Internet numa rede um pouco mais estreita e formada por menos “nós” quanto parecia. E não é apenas uma realidade localizada geograficamente ou em setores restritos da economia: é uma tendência generalizada. O “círculo de amizades” no mundo virtual, no caso brasileiro, por exemplo, se dá entre poucos grandes portais, como o *Universo Online* (UOL), o *Internet Grátis* (IG) e o *Globo.com*, das Organizações Globo. Esta última é detentora dos direitos sobre a versão brasileira do *Blogger*, o maior provedor de serviços para *blogs* do mundo. O *Blogger*, por sua vez, é dono do portal *Blogspot*, outro grande provedor de serviços de *blog*. E *Blogger* e *Blogspot*, desde 2002, são de propriedade da empresa *Google*.

Com isso, não se pode esperar que os usuários de Internet encontrem opções muito diversificadas de informações na grande rede, mesmo sabendo da existência de milhões e milhões de *sites* diferentes. O que acontece é uma circularidade nas “navegações” pela Internet, com as mídias tradicionais divulgando apenas aquilo que lhes interessa da Internet e com os *sites linkando*

apenas outros *sites* de seu interesse. Nesse sentido, a relação entre grandes cadeias de comunicação e portais virtuais com credibilidade, divulgação e reconhecimento na rede é bastante forte. Os *sites* que ganham reconhecimento e são considerados fontes de informação crível têm, de alguma forma, relação com alguma ponta dos “tentáculos” dos grandes conglomerados de comunicação. Agora, aprofundaremos essa questão.

4.9.2 Dependência entre as mídias

Toda a realidade da Internet vista até aqui, confirma o que afirmamos anteriormente a respeito de o mundo virtual ser apenas uma extensão redimensionada da realidade concreta, também no mundo do jornalismo. Assim, a força dos grandes títulos e seus monopólios, também sobre a informação, tem o mesmo peso na Internet. Sobre isso, Edo (2006) demonstra que os leitores se concentram principalmente nas versões digitais dos grandes jornais e das grandes cadeias de televisão. Segundo o autor, já é fato que o prestígio da marca de um jornal que vende centenas de milhares de exemplares em papel pesa muito na hora de se informar na Internet. Isso acaba fechando o ciclo de relações do jornalismo, não sobrando maiores possibilidades para uma alternativa.

No caso dos *blogs*, totalmente digitais, sem coexistência com versões impressas, a dependência continua existindo em razão de a mídia impressa ser fonte de informações para eles. Assim, novamente o círculo fica limitado entre as grandes empresas e, por conseqüência, entre os grandes portais da Internet, que garantem maior audiência e repercussão contra os *blogs* que, apesar de terem produção de notícias próprias, dependem da agenda dos grandes jornais.

É o que Butterworth (2006) reconhece, comparando os *blogs* com a realidade da imprensa *underground* americana:

De fato, a imprensa underground dos anos 1960
era descrita em termos quase idênticos aos usados

hoje para referir-se ao “*blogging*”. A rodada atual de demolição pode ter uma sensação de algo excitante e radicalmente novo, mas o “*blogging*” nos EUA não é reflexo do tipo de profunda transformação social e política subjacente à imprensa alternativa nos anos 1960. Em lugar disso, o fato de os *blogs* dependerem da velha mídia para seus materiais traz à mente as pulgas de Jonathan Swift [escritor anglo-irlandês, autor de “As Viagens de Gulliver”] sugando outras pulgas “ad infinitum”: para que o processo de alimentação possa ter início, é preciso que haja um hospedeiro em algum lugar. A idéia de que algum dia os *blogs* vão reinar no mundo da mídia representa o triunfo do otimismo sobre o parasitismo (BUTTERWORTH, 2006, *online*).

Além disso, há um outro aspecto em relação a como os *blogs* mais conhecidos ganham destaque e repercussão – ou como algum *blog* pode chegar a se destacar na imensidão de opções de *sites* e *blogs* da Internet. Na maioria das vezes, isso ocorre porque as mídias falam de si mesmas, reproduzindo e indicando os discursos e assuntos abordados umas pelas outras, fechando também um círculo de indicações. No caso dos *blogs* citados neste estudo, não restam muitas dúvidas a respeito disso. O *blog* de Josias de Souza, por exemplo, está hospedado no portal do jornal *Folha de S.Paulo* e recebe destaque diário na página de entrada do portal. O diário virou fonte oficiosa tanto do noticiário *online* como da versão impressa do jornal. Somando-se o público-leitor da *Folha*, tanto do *site* como da versão impressa, é natural que o *blog* de Josias conquiste um número tão elevado de leitores diariamente, com repercussão na grande mídia.

E a mesma explicação pode-se dar aos *blogs* de Fernando Rodrigues e de Ricardo Noblat, ambos hospedados em portais de grandes jornais, que, por sua vez, estão hospedados em grandes portais da Internet, como o UOL, no caso de Fernando Rodrigues e Josias de Souza. Noblat, por sua vez, recebe até pagamentos

do IG para continuar deixando seu *blog* hospedado no portal, que não pretende perder tal visualização (KWAK, 2006).

O caso do *Kibe Loco* merece um pouco mais de atenção. Em 12 de dezembro de 2004, um domingo, o jornal *Folha de S.Paulo* publica uma nota na coluna Televisão do caderno Ilustrada com o seguinte título: “Bonner imita Clodovil em vídeo na Internet”. A matéria afirma que o âncora do principal jornal da TV brasileira, William Bonner, aparece imitando o apresentador Clodovil Hernandez em “um hilário vídeo que circula na internet (www.kibeloco.com.br). Na brincadeira, Bonner ‘entrevista’ Cid Moreira” (CASTRO, D., 2006b, *online*).

A nota, que soma apenas algumas linhas, pelo simples fato de divulgar o endereço do *site* em poucas palavras no jornal de maior circulação do país, dá um destaque imenso ao *blog*. Tanto é que, dias depois, na mesma coluna, o jornalista Daniel Castro se surpreende com a repercussão: “Desde que a Folha revelou, no domingo, que é verdadeiro o vídeo em que William Bonner aparece imitando Clodovil Hernandez, o *blog Kibe Loco* (www.kibeloco.com.br) já recebeu mais de 400 mil acessos” (CASTRO, D., 2006, *online*). A nota ressalta também que o normal eram 30 mil visitas por dia. Em 2005, Tabet, autor do *blog*, passou a integrar a equipe de criação do programa *Caldeirão do Huck*, da Rede Globo. Em 2006, ele assumiu um quadro no programa, intitulado “Kibe Loco TV” (CARPANEZ, 2006c).

Isso dá uma dimensão de como funciona a circularidade da qual falávamos. Mesmo que o *Kibe Loco* já tivesse um certo destaque na Internet, foi, sem dúvida, a nota publicada pela *Folha* que desencadeou uma visita recorde ao *site*, além das notícias que vieram depois e da sua participação em um dos maiores programas televisivos de público jovem do país.

As experiências alternativas, dessa forma, mesmo na Internet, não terão como despontar e ganhar renome nacional por não fazer parte do círculo limitado de *sites* que realmente dominam a rede. Ou ficarão restritas a um público quase fiel, porém pequeno e secretário, ou terão que aceitar as condições dos grandes portais de mí-

dia, que, mesmo sob a fachada de liberdade da Internet, manterão sob controle as publicações *online*, punindo com o “esquecimento eterno” na rede quaisquer comentários críticos sobre assuntos de interesse das grandes empresas.

4.9.3 Zonas desconhecidas e acessibilidade

De acordo com um estudo da empresa norte-americana *Arbor Networks*, grandes zonas da Internet ainda permanecem desconhecidas, formando o que os estudiosos chamam de “buracos negros”. São zonas inacessíveis até para os navegantes mais habituados. Seriam mais ou menos 5% da rede atual, somando uns 100 milhões de *sites* (EDO, 2006). Outros autores, como Yamakoka (2005), afirmam que a chamada “*web* oculta”, ou seja, aquela que até os mecanismos de buscas têm dificuldades em recuperar, é 400 a 550 vezes maior do que a Internet conhecida.

Muitos *blogs* fazem parte dessa realidade. Mesmo sendo a modalidade de conteúdo que mais cresce na Internet, o número dos que realmente importam é pequeno. De acordo com pesquisa do serviço *AskJeeves Bloglines*, em média apenas 60 *blogs* são populares, ou seja, são referenciados por mais de 5.000 *links*. Os que atraem mil ou mais *links* são apenas 437. Os diários *online* que “realmente importam”, ou seja, que recebem *links* de pelo menos 20 outros *blogs*, são 36.930. Apenas um *site*, segundo o estudo, o endereço de tecnologia *Slashdot*, é referenciado por mais de 50 mil *sites* (BLOGS, 2006).

De acordo com um monitoramento conduzido pelo *The Truth Laid Bear*, somente dois *blogs* recebem mais de 1 milhão de visitantes por dia e, depois deles, os números descrevem uma queda acelerada: o *blog* situado em décimo lugar em termos de *hits* (acessos), recebe cerca de 120 mil visitas por dia; o 50º, 28 mil; o centésimo, 9.700; o 500º, apenas 1.400; e o milésimo, menos de 600. Em contraste, a edição *online* do *New York Times* teve uma média de 1,7 milhão de visitantes por dia útil em novembro passado, de acordo com o índice Nielsen (BUTTERWORTH, 2006).

Dessa forma, além de poucos *sites* manterem um público fiel e indicarem-se uns aos outros, existe uma gigantesca soma de outros endereços virtuais que simplesmente permanece numa “escuridão”, conhecida apenas por um restritíssimo público fiel, que visita sempre as mesmas páginas sem navegar em busca de novos *sites*. Assim como nas edições impressas dos jornais alternativos, o desafio se encontra em descobrir formas de atingir um público maior, ou permanecer existindo como um “jornal de seita” (KUCINSKI, 2003), que fala apenas a alguns poucos. Porém, com um agravante: as opções em uma banca de periódicos não deve chegar a mil títulos, todos expostos à vista do leitor. Na Internet, contudo, as opções saltam a um número maior que 9 milhões (YAMAOKA, 2005), pelas quais o leitor deve buscar. Nesse sentido, a liberdade de expressão na grande rede chega a ser um limitador a ela mesma.

Até aqui, no entanto, ainda não abordamos toda a discussão sobre a chamada exclusão digital. Por não ser nosso objetivo, não nos colocaremos aqui a analisar toda a gravidade do assunto, porém, torna-se conveniente deixar registrado que a exclusão digital separa, grosso modo, os que têm acesso à Internet dos que só têm acesso à TV, rádio ou jornal, suportes unilaterais e “apassivadores”. Mesmo entre os que têm acesso à Internet, há diferença entre os que são meros usuários de correio eletrônico ou de buscas, e aqueles que são efetivamente atuantes porque consomem grande quantidade de informação via *web* (MARCONDES FILHO, 2000).

4.9.4 Velocidade e excesso de informação

Dados apurados em 2002 somam 9.040.000 *sites* na Internet, número que já deve ter crescido enormemente até hoje. Em 2003, o projeto *How much Information?* calculou que o mundo produziu até então 5 *exabytes* (um bilhão de *gigabytes*) de informações novas por ano, algo em torno de 800 *megabytes* (aproximadamente 800 livros) para cada pessoa do planeta (YAMAOKA, 2005).

Em decorrência disso, dois dos principais problemas com relação à análise e divulgação de informações pela Internet, e em especial pelos *blogs*, são o excesso de *sites* e material disponível em toda a rede – com textos e imagens criados a cada segundo, além de todo o arquivo digital que a rede armazena –, e a velocidade que a própria Internet exige em sua renovação constante. Um *site* com informações desatualizadas é o mesmo que um *site* morto. Dessa realidade que mescla em quantidades elevadas velocidade com informação, ocorre o que podemos chamar de minimalização do jornalismo.

Para Ciro Marcondes Filho (2000), a maneira de tratar jornalisticamente os fatos da sociedade opera por um tipo de transmissão de conhecimento como o dos dicionários e enciclopédias, por referência, ordenando e dispondo seus conteúdos por meio de palavras-chave. Segundo ele,

Faz-se essa escolha porque ela segue a lógica da própria digitalização do conhecimento, a redução do saber a blocos sintéticos de informação. Neste caso, assiste-se a imposição da ideologia do *flash*, da desmontagem dos saberes organizados como estrutura do pensamento, da informação *à la carte* (MARCONDES FILHO, 2000, p.46).

Porém, como o autor destaca, os diversos fragmentos de informação apenas aglutinam-se e exaurem a leitura pela redundância. Por meio dessa digitalização minimalista da informação, “eu não posso entender relações, não posso construir desdobramentos, não posso chegar à história e à lógica que alinhava múltiplos fatos” (MARCONDES FILHO, 2000, p.46).

Em concordância, Arnt (2002) ressalta que “o excesso de informação, a fragmentação *ad infinitum* de dados oferecidos pela rede, impossibilitam a síntese, fragmentam a leitura, colocando em dúvida a veracidade dos acontecimentos” (ARNT, 2002, p.233). E essa é justamente uma das principais ferramentas de análise jornalística dos fatos da imprensa alternativa: a conexão dos fatos e

a crítica embasada, expressadas, por exemplo, pelas grandes reportagens e entrevistas, que cobriam muitas páginas dos jornais. Porém, na Internet, isso já não é mais possível.

Segundo Castilho (2006b),

Estamos consumindo informação como nunca na história da humanidade ao mesmo tempo em que as pessoas perdem cada vez mais a percepção de que estão sendo bombardeadas por informações as 24 horas do dia. A informação tornou-se tão corriqueira que as pessoas não se dão mais conta dela, o que é um paradoxo, só explicável quando se leva em conta o fato de que as elas também estão produzindo conteúdos, até mesmo quando participam de enquetes e questionários *online* e *offline*. Esta nova parceria na produção de conteúdos [entre jornalista e público por meio dos *blogs*] está mudando a idéia de que a função principal do jornalismo é fornecer informações para que os leitores possam se transformar em bons cidadãos dentro de uma democracia (CASTILHO, 2006b, *online*).

A quantidade de informação disponível faz também com que os leitores passem a se interessar apenas por poucos assuntos, os quais poderão acompanhar com mais facilidade. Perde-se o caráter de “interesse público” da informação, valendo o interesse “do público”.

Os leitores de notícias se concentram principalmente nas versões digitais dos grandes jornais e das cadeias de televisão e o que mais valorizam, em geral, é a capacidade de atualizar com rapidez as notícias. O público quer saber o que acontece e quer sabê-lo quanto antes e, uma vez conhecida a atualidade, se dirige somente ao que lhe interessa (EDO, 2006, *online*).

Vê-se assim que o jornalista – e especialmente o *bloggeiro* – não mais dissemina seu ponto de vista, mas age como o consolidador da informação que vem do público, tornando-a mais palatável ou interessante. Com isso, há uma mudança no papel do próprio jornalismo pelas novas rotinas de produção *online*, como indica Fonseca (2002):

As notícias vão sendo construídas aos poucos, com o acréscimo de informações à medida que a apuração avança [...] A consequência mais imediata desse tipo de produção é a ausência de análise, da interpretação, além da pouca preocupação com o contexto em que se geram os eventos-notícia. [...] As novas rotinas de trabalho, a precarização profissional e as novas competências técnicas que lhe são exigidas, estão levando os jornalistas a renunciar a essa condição [de mediador no processo de interlocução entre os mais diversos grupos sociais] para se transformar em meros “produtores de conteúdos” (FONSECA, 2002, p.289).

Assim, os jornalistas apenas atuam como alguém que modestamente junta idéias e dispõem-nas de forma agradável e acessível a um público leitor que “consome” apenas o que lhe interessa (MARCONDES FILHO, 2000).

4.9.5 Pulverização e ausência de mobilização

Como resultado de toda essa realidade, os *blogs*, assim como as experiências de jornalismo *online*, acabam simplesmente revivendo os problemas da imprensa alternativa, porém sob outras formas. Isso também inclui a falta de mobilização dos títulos que conseguem se sobressair. A dificuldade se encontra justamente na pulverização de opções e abordagens que a Internet fornece.

Para Choire Sicha, editor do jornal *The New Yorker Observer*, a *blogosfera* não tem sentido, porque ela simplesmente não

existe. Para ele, na comunidade dos *blogs*, seus integrantes não estão interligados. Na realidade, a proposta democrática dos *blogs* apenas resultou em mais fragmentação e mais segregação, numa época em que, segundo ele, é muito mais importante enxergar a totalidade das coisas – justamente o ponto forte do que faz a velha imprensa (SICHA apud BUTTERWORTH, 2006).

Em concordância com a idéia, Marcondes Filho (2000) percebe que a esfera eletrônica, assim como a *blogosfera*, é apenas um “agregado de milhares de microdiscussões”, um “colossal sistema de poucas trocas, de comunicações geralmente duais e solitárias [...] que de nada serve à comunicação ampla e social, mas que espelha o crescimento irregular e metastásico das comunicações aleatórias e das trocas inconseqüentes” (MARCONDES FILHO, 2000, p.160). Segundo o autor, a esfera pública eletrônica funciona ampla e irrestritamente numa época em que a velha política morreu.

Porém, mesmo que saudosistas afirmem que a *blogosfera*, assim como a Internet em geral, tenha oportunidades efetivas de democracia, desenvolvimento e melhoria das condições sociais, Marcondes Filho deixa bem claro que ela funciona sim “para simular uma participação que desapareceu das ruas e da qual ninguém mais se lembra” (MARCONDES FILHO, 2000, p.161).

Em resumo, tudo o que vimos até agora faz parte de toda uma realidade mundial de crise dos grandes valores da modernidade, incentivados em partes pelas grandes mudanças tecnológicas, que também abalam as bases do jornalismo tradicional e das experiências alternativas, incluindo toda a perspectiva que se abre na Internet. “A tecnologia imprime seu ritmo e sua lógica às relações de trabalho, definindo os novos profissionais, a nova ética do trabalho, em suma, um outro mundo, que mal deixa entrever os sinais do que se convencionou chamar no passado de jornalismo” (MARCONDES FILHO, 2000, p.31).

O problema central é a crise contemporânea do jornalismo, dos seus principais paradigmas, que se vê resumido a uma simples transmissão de informação, com o jornalista restrito a um

“organizador” e arquivista dessa informação, e não mais como um crítico, um analista, um “construtor” de realidades. Ele simplesmente passa a ser uma espécie de “garçom informativo”, uma peça desnecessária já que o leitor tem acesso direto, e mais, é também construtor da informação, principalmente nos *blogs*, por meio de *posts*, comentários, enquetes virtuais etc. Para Ciro Marcondes Filho (2000), mudamos a “uma época semelhante àquilo que Nietzsche atribuía a toda a modernidade: o de ser uma ‘época fraca’, decadente, niilista” (MARCONDES FILHO, 2000, p.15).

Essa é também a realidade vivida pelas publicações alternativas, sejam elas impressas ou *online*. Dentro de um panorama como o atual, fica a dúvida a respeito de como a sociedade poderá informar-se, criticamente, a respeito do mundo em que habita e das revoluções que vive cotidianamente, até mesmo sem se dar conta. Por estarmos em pleno desenrolar desses acontecimentos, deixamos as possíveis soluções dessa crise ou os possíveis encaminhamentos dessa realidade a partir de agora à análise pessoal de cada leitor, esperando que este trabalho contribua para uma maior reflexão a respeito da visão de mundo que o jornalismo, alternativo ou não, nos permite alcançar.

Capítulo 5

Considerações finais

Ao final desta pesquisa, temos consciência de não haver chegado ao término de um estudo completo sobre a imprensa alternativa contemporânea, além de saber que nossas conclusões não têm um caráter definitivo. Contudo, todo o trajeto até aqui desenvolvido nos dá a garantia de que o esforço concretizado nestas páginas traduz nosso anseio e nossa esperança por um jornalismo feito com entusiasmo e convicção na construção de uma sociedade mais democrática. Em nosso discernimento, a chamada imprensa alternativa, nos períodos estudados, soube interpretar de maneira eficaz as aspirações da sociedade, no sentido de ser uma fonte de informações e um espaço de mobilização social independentes e antagônicos em relação ao poder vigente, seja ele político, econômico ou cultural.

Especialmente durante o regime militar, o principal mote da imprensa alternativa era a reorganização social num período anti-democrático, tornando-se uma válvula de escape à situação ditatorial. Com a proliferação de jornais alternativos, principalmente com a cultura alternativa surgida mundialmente com os eventos de 1968, uma nova força política contra a ditadura tem seu início no país. É dessa politização da imprensa alternativa que, a partir do final da década de 70, ocorre uma mudança de paradigma que

leva esses jornais a se preocuparem com a prática jornalística e sua relação com a realidade social.

Entendemos, assim, que tanto a conscientização política e social como a prática jornalística independente foram as principais preocupações da imprensa alternativa que surge no país. Pela falta de espaços aos jornalistas nos meios de comunicação de massa e aos ativistas políticos no projeto nacional, foi ela a centralizadora de uma agenda cívica que não encontrava lugar devido à censura e aos bloqueios políticos.

No entanto, essa imprensa não teve condições políticas e econômicas para se manter independente em face de uma nova situação mundial, sem contar os problemas internos e administrativos de cada publicação. Com as mudanças ocorridas após o fim da ditadura e a abertura política, além da emergência de uma nova etapa do capitalismo, chamada “neoliberal”, os jornalistas independentes começam a enfrentar obstáculos ainda maiores. Tanto com os altos custos de produção como a necessidade de novos investimentos para a aquisição de novas tecnologias, os jornais alternativos passam a restringir suas tiragens, reduzindo, por consequência, sua expressividade e sua mobilização no público-leitor e na sociedade.

Com a democracia política e o avanço da monopolização das grandes empresas de comunicação, o que se vê é uma pulverização de toda a imprensa alternativa em diversas manifestações localizadas internamente em empresas e movimentos sociais, como as Comunidades Eclesiais de Base da Igreja Católica, sindicatos e organizações não-governamentais. As novas publicações ficam, assim, restritas a um pequeno público, sem expressividade no cenário social. Ao passar do tempo, a população não dispõe de outros canais de comunicação independentes dos grandes grupos de comunicação. Além disso, em meio a mudanças políticas, econômicas e tecnológicas, o jornalismo em geral enfrenta graves dificuldades, principalmente em termos de concorrência, dos altos gastos com novas tecnologias e das mudanças constantes nos padrões das grandes mídias.

Mesmo assim, as revistas *Caros Amigos* e *Bundas* e o jornal *OPasquim21* representam a busca de outra maneira de fazer jornalismo, tentando encontrar novas posturas em uma nova sociedade, diferente e distante historicamente do período ditatorial. Conhecendo suas dificuldades e sucessos no novo período histórico, percebemos que essas publicações, trazendo consigo o desafio de praticar uma forma jornalística independente dos grandes grupos editoriais e com outra perspectiva política e social, permaneceram muito atreladas às experiências passadas, como o *Pasquim*. Além disso, enfrentavam, a cada nova edição, a dificuldade de alcançar um número maior de leitores e, principalmente, de mobilizá-los em torno de uma agenda cívica e engajada na nova realidade social. Restritos a um público leitor formado em grande parte por pensadores e intelectuais da sociedade, esses veículos alternativos mostraram ser apenas um reforço público de opiniões já formadas, prefigurando um “jornal de seita”, como afirma Kucinski (2003), em linguagem e em público.

Percebemos, contudo, que vivemos em uma realidade mundial de crise dos grandes valores da modernidade, incentivados em parte pela revolução tecnológica. Dentro desse panorama, a imprensa como um todo também enfrenta crises internas, como as dificuldades financeiras e administrativas em razão do avanço das novas tecnologias. Por causa disso, o meio impresso, hoje, carrega consigo, em sua sistemática de produção, inúmeras dificuldades de expansão, como a concorrência e os investimentos necessários em novos equipamentos. Dessa forma, o quadro atual da imprensa mundial impede que visualizemos um futuro melhor até mesmo para os grandes jornais. Já o renascimento de uma grande imprensa alternativa, como a da época da ditadura, estaria, dessa forma, longe de acontecer, como uma grande esperança utópica.

Vimos, porém, que atualmente há uma migração dos títulos impressos para a grande rede, a Internet, a fim de encontrar nela espaços para desenvolver suas possibilidades não mais realizáveis no suporte papel. Baseando nossas hipóteses em diversos autores,

investigamos as indicações de que na Internet haja possibilidades de surgimento e atuação de um jornalismo alternativo ou, pelo menos, da existência de um maior espaço para manifestações de contracultura.

Especialmente os diários *online*, conhecidos como *blogs*, seriam, segundo os autores citados neste trabalho, uma nova ferramenta de comunicação virtual que oferece perspectivas promissoras ao jornalismo, por ser uma forma de divulgação de informações muito mais democrática e alternativa à grande imprensa, na medida em que dá chance a qualquer pessoa de se expressar por meio da Internet. Nosso esforço, então, foi submeter à crítica tais estudos que pretendem exaltar, sem maiores juízos, as novas realidades tecnológicas e virtuais, como a chamada *blogosfera*, simplesmente por apresentarem-se democráticas e independentes.

Na verdade, observamos que o mundo virtual não possibilita uma reestruturação de toda a crise contemporânea. Ele é apenas uma extensão do mundo real, e ambos se constroem mutuamente. A *blogosfera*, dessa forma, não tem condições de simplesmente sublimar os problemas da antiga imprensa alternativa. Se esta – e a imprensa em geral – tem problemas não apenas técnicos e financeiros no mundo real, o mundo virtual dos *blogs* não tem condições de ser um “oásis” de reavivamento para o jornalismo. Os *blogs* e o ambiente jornalístico da Internet apenas revigoram os problemas da imprensa alternativa em outro suporte, sofrendo-os de uma maneira redimensionada à realidade *online*.

Como um estudo introdutório, contudo, o que sustentamos são tendências, suposições, hipóteses, proposições. Por ser uma temática recente, em plena realização dos acontecimentos, uma das maiores dificuldades é poder fornecer análises e indicações mais concretas. A contemporaneidade dos fatos e assuntos abordados nos coloca esse impedimento. *Bundas* e *OPasquim21*, por exemplo, recém desapareceram da cena jornalística nacional. Ainda vivemos sob a sombra de seus últimos exemplares. *Caros Amigos* segue nas bancas, sendo, ao mesmo tempo, o sinal de que nossas previsões estão erradas, pois há espaço para a imprensa

alternativa hoje, e também para revelar que estamos certos, pois sua função atual é restrita a grupos específicos. Com relação aos *blogs* e ao mundo do jornalismo *online*, poucos autores tratam do assunto com maior embasamento. Dessa forma, tivemos que tatear em busca de indicações que nos levassem a compreender o meio alternativo da Internet.

Nosso propósito, ademais, foi oferecer uma visão geral do horizonte da imprensa alternativa contemporânea, o que nos levou a não investigar diversas outras questões para não fugir ao nosso objetivo e também por falta de clareza e compreensão suficientes. Assim, permanecem pendentes questionamentos que, se resolvidos, poderiam nos fornecer um maior entendimento de todo o quadro apresentado nesta pesquisa. Ficam sem análise, por exemplo, todas as demais publicações alternativas de menor tiragem, localizadas em sindicatos, organizações não-governamentais, instituições religiosas etc, que deixamos de lado neste estudo. Qual o papel desempenhado por essa pequena imprensa alternativa que segue coexistindo em meio a todas as transformações tecnológicas? Quais são seus principais desafios? Além disso, uma análise mais profunda dos grandes *blogs* e seu papel como fonte alternativa de informação ao leitor e às outras mídias fica a ser realizada. Se cada um é seu próprio jornalista, há espaço para outras informações que não as que buscamos por nós mesmos? Qual o papel desempenhado pelos *blogs* no jornalismo atual? São eles uma forma de jornalismo ou apenas encerram algumas de suas características? Colaboram, prejudicam ou têm outras funções que não afetam os veículos de comunicação?

Além de todos esses questionamentos que surgem a partir deste estudo, ponderamos, no entanto, que o que alcançamos até agora nos dá sinais de uma outra grande realidade a ser estudada. As grandes dificuldades vividas pela mídia jornalística impressa, e por consequência pela imprensa alternativa, são um sinal de que é o jornalismo como instituição social que vive momentos delicados, impulsionados pela atual tecnificação. E isso ocorre independentemente de seu suporte físico, incluindo assim toda a pers-

pectiva que se abre na Internet. Em razão de diversas barreiras históricas políticas, econômicas, tecnológicas e sociais, uma outra imprensa e uma outra forma de fazer jornalismo têm grandes dificuldades de agir na sociedade atual: uma realidade que, em resumo, evidencia a crise do jornalismo mundial contemporâneo.

Pelo volume de dados da rede e pela fragmentação e pulverização de fontes informativas, cada pessoa torna-se capaz de pesquisar, localizar e utilizar a informação necessária ao seu dia-a-dia, numa espécie de democracia sem crítico nem intermediário. O personagem “jornalista”, dessa forma, passa a ser substituído pelos sistemas de comunicação eletrônicos, como as redes virtuais e interativas de criação e difusão de informações. Fica comprometido, assim, seu papel histórico de comentarista, intérprete e analista do mundo e até mesmo de contra-poder. Ao jornalista resta o papel de pesquisar, sintetizar e organizar a informação disponível, a fim de corresponder a demandas específicas de cada leitor e aos novos princípios de rapidez, interatividade, redução e volaticidade. Nesse caso, a função de conselheiro, de especialista que sabe e tem opinião abalizada, corre também o sério risco de desaparecer (MARCONDES FILHO, 2000).

O jornalista torna-se, então, um dos últimos remanescentes de uma realidade que já não é a atual. E nisso há um paradoxo. Por meio do jornalista, como mediador, propagador e introdutor das novas tecnologias, a sociedade foi sucessivamente modernizando-se e construindo um novo quadro social. No entanto, foi o próprio jornalista quem acabou sofrendo as piores conseqüências, favorecendo a construção de um ambiente no qual ele não é mais necessário, um ambiente efêmero e virtual, onde a própria técnica torna-se o centro das ações, num simulacro da realidade (MARCONDES FILHO, 2000).

Na verdade, não apenas o jornalismo, mas toda a sociedade passa por uma grande transformação a partir, principalmente, da informatização e do surgimento de novas tecnologias. O processo digital de tempo real estabelece novos parâmetros sociais. Tanto o jornalismo como os valores modernos, como o progresso e a ra-

zão, tornam-se temáticas de outra época histórica, circunscritos à revolução industrial e burguesa dos séculos 18 e 19, assim como as classes e grupos revolucionários, os sindicatos, os partidos políticos, a oposição artística, literária e intelectual, as organizações civis que constituíam a esfera pública que protestava, que se organizava em torno de idéias, ideologias, visões de mundo (MARCONDES FILHO, 2000).

Como resultado geral, perde-se o valor da esfera pública, pois, apesar de a Internet reunir os diversos discursos sociais, algo aparentemente salutar para a democracia, sua realidade é bem outra: indivíduos isolados, conectados em espaços individualizantes, num momento histórico despolitizado. Todos esses fatores vivem um período histórico de progressivo desaparecimento. Não seria lógico, portanto, que, num momento de revolução das técnicas de processamento de dados como a informática e a Internet, sobrevivessem processos já superados pelos novos métodos e pela nova mentalidade social.

Cremos, no entanto, que, em plena tecnificação da existência humana e em meio a toda a maquinaria que nos acompanha, sempre haverá espaço para o incompleto, o inconsistente, o duvidoso, o impreciso. É nesse âmbito que se destaca, dentre outras, a figura do jornalista, como o profissional por excelência em que a incompletude e a dúvida, mesclada com a curiosidade, são características inerentes.

Nossa crença, como base de todo este ensaio sobre as possibilidades de atuação de uma imprensa alternativa hoje, é a de que uma democracia só será possível quando as liberdades também estejam garantidas a cada cidadão em nível de conhecimento e interpretação do mundo: liberdade de acessar todos os fatores que estejam em questão na história cotidiana, não sendo cerceado por concepções editoriais que prezem apenas pelos lucros das grandes empresas de comunicação. E não apenas isso: liberdade também de ter acesso a diversas versões da história cotidiana, que se complementem e até mesmo que se contradigam. Nas dificuldades atuais, diferentes das vividas pela imprensa alternativa da década

de 60, a inspiração daqueles jornalistas permanece latente nos jovens aspirantes e no público, ansioso por tamanha criatividade e espontaneidade como a de então.

Daqui para frente, deixamos a cargo do tempo e da própria construção social as conclusões mais perenes. Para nós, o fato de a sociedade brasileira ter uma informação independente dos grandes grupos midiáticos está diretamente relacionada com a idéia de democracia. Talvez utópica, temos a esperança de que, apesar dos indícios contemporâneos, sejam possíveis uma outra sociedade e um outro jornalismo, hábeis em pensamento crítico, interpretação, análise e síntese dos fatos.

Capítulo 6

Referências bibliográficas

- ADGHIRNI, Zélia Leal; RIBEIRO, Gilson de Souza Nunes. *Jornalismo online e identidade profissional do jornalista*. Disponível em <<http://www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/doc2001/leal2001.rtf>>. Acesso em 30 de maio de 2006.
- AMARTINO, Mariano. *Semana de Alianzas en Internet*. Disponível em <http://weblogs.clarin.com/weblogs/archives/2006/05/semana_de_alian.html>. Acesso em 29 de maio de 2006.
- ARNT, Hérís. Do jornal impresso ao digital: novas funções comunicacionais. In: HOHLFELDT, Antonio; BARBOSA, Marialva (Orgs.). *Jornalismo no século XXI: a cidadania*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2002, p.223-238.
- BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica: história da imprensa brasileira*. 4ª ed. rev. e ampl. São Paulo: Ática, 1990. 445p.
- BERABA, Marcelo. A reforma gráfica. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 28 de maio de 2006. Ombudsman. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ombudsma/om2805200601.htm>>. Acesso em 22 de maio de 2006.
- BLOGGER. *O que é*. Disponível em <<http://blogger.globo.com/br/about.jsp>>. Acesso em 28 de maio de 2006.

- BLOGS populares são poucos, diz estudo. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 19 de outubro de 2005. Informática. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr1910200522.htm>>. Acesso em 21 de maio de 2006.
- BORGES, Julio Daio. *Digestivo nº 184*. Disponível em <<http://www.digestivocultural.com/arquivo/digestivo.asp?codigo=184>>. Acesso em 30 de maio de 2006.
- BRAGA, José Luiz. *O Pasquim e os anos 70: mais pra epa que pra oba*. Brasília, DF: Editora Universidade de Brasília, 1991. 255p.
- BUNDAS. São Paulo: Pererê, nº 1, 18 de junho de 1999.
- BUTTERWORTH, Trevor. A pornografia da opinião. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 14 de maio de 2006. Folha Mais!. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs1405200606.htm>>. Acesso em 14 de maio de 2006.
- CAPARELLI, Sérgio. *Comunicação de massa sem massa*. 3ª ed. São Paulo: Summus, 1986. 124p.
- CAPELATO, Maria Helena R. *Imprensa e história do Brasil*. São Paulo: Contexto/Edusp, 1988. 78p.
- CAROS AMIGOS. Disponível em <<http://www.carosamigos.com.br>>. Acesso em: 22 de maio de 2006.
- CAROS AMIGOS. São Paulo: Casa Amarela, 1997-.
- CARPANEZ, Juliana. *Humorístico Kibe Loco dribla clichês no país da piada pronta*. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u52507.shtml>>. Acesso em 1º de junho de 2006a.
- CARPANEZ, Juliana. *Sucesso na internet, Kibe Loco vai para o "Caldeirão do Huck"*. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u52507.shtml>>. Acesso em 1º de junho de 2006a.

l.com.br/folha/ilustrada/ult90u54617.shtml>. Acesso em 30 de junho de 2006b.

CARPANEZ, Juliana. *Kibe Loco vira TV, apimenta "Caldeirão" e engorda ibope*. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u59533.shtml>>. Acesso em 30 de junho de 2006c.

CARRION, Raul K.M.; VIZENTINI, Paulo G. Fagundes (Orgs.). *Globalização, neoliberalismo, privatizações: Quem decide este jogo?*. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 1997. 311p.

CASTILHO, Carlos. *A internet está matando a imprensa?*. Disponível em <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=267SAI002>>. Acesso em 8 de junho de 2006a.

CASTILHO, Carlos. *Os weblogs e a crise de identidade profissional dos jornalistas*. Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/blogs/blogs.asp?id={14D3ABDC-F96E-417F-930E-B3BA4D6A520E}&id_blog=2>. Acesso em 10 de junho de 2006b.

CASTRO, Daniel. Procuradoria cria força-tarefa antibaixaria. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 15 de dezembro de 2004. Ilustrada. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1512200404.htm>>. Acesso em 1º de junho de 2006a.

CASTRO, Daniel. Bonner imita Clodovil em vídeo na Internet. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 12 de dezembro de 2004. Ilustrada. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1212200404.htm>>. Acesso em 1º de junho de 2006b.

CASTRO, Paulo César. *OPasquim21 chega ao fim mas dará lugar a uma revista mensal*. Disponível em <<http://www.abi.org.br/primeirapagina.asp?id=713>>. Acesso em 30 de maio de 2006.

- CHINEM, Rivaldo. *Imprensa Alternativa: Jornalismo de oposição e inovação*. São Paulo: Ática, 1995. 94p.
- CONFIRA um raio-x sobre a internet no Brasil. *Folha Online*. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u18521.shtml>>. Acesso em 30 de maio de 2006b.
- COTRIM, Gilberto. *História do Brasil: um olhar crítico*. São Paulo: Saraiva, 1999. 384p.
- DUARTE, Leneide. *A crise econômica e os jornais*. Disponível em <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/mo120920011.htm>>. Acesso em 30 de maio de 2006.
- EDO, Concha. *El periodismo profesional y el desafío de los blogs*. Disponível em <<http://bocc.ubi.pt/pag/edo-concha-periodismo-blogs.pdf>>. Acesso em 20 de maio de 2006.
- FERNANDO Rodrigues e Josias de Souza lideram *blogosfera* brasileira. *Folha Online*. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u74111.shtml>>. Acesso em 1º de junho de 2006a.
- FESTA, Regina; SILVA, Carlos Eduardo Lins da (Orgs.). *Comunicação popular e alternativa no Brasil*. São Paulo: Paulinas, 1986. 266p.
- FONSECA, Virgínia Pradelina da Silveira. O jornalismo na era da sociedade em rede: máxima informação e ilusão da realidade. In: HOHLFELDT, Antonio; BARBOSA, Marialva (Orgs.). *Jornalismo no século XXI: a cidadania*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2002, p.275-303.
- FONSECA, Virgínia Pradelina da Silveira. *O jornalismo no conglomerado de mídia: reestruturação produtiva sob o capitalismo global*. Dissertação (Doutorado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação,

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005. 349 p.

GERENCIADOR de crises. *Folha Online*. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/especial/2002/eleicoes/historia-1999.shtml>>. Acesso em 12 de junho de 2006d.

GOLDSCHMIDT, Sara. *As faces de Ziraldo*. Disponível em <http://www.jornadadeliteratura.upf.br/9jornada/manutencao/lista_noticia3.php?cod=166>. Acesso em 15 de maio de 2006.

GONDIM, Pelágio et al. Nasce a imprensa brasileira. In: FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. *A imprensa do Brasil: de D. João a FHC: 190 anos de história*. Brasília, DF: Federação Nacional dos Jornalistas, 1998, p.6-9.

GOVERNO FEDERAL. *3 anos de governo*. Disponível em <http://www.brasil.gov.br/noticias/publicacoes/pub001/revista_03_anos_01>. Acesso em 10 de julho de 2006.

GRANDE acordo, O. *IstoÉ Dinheiro*, São Paulo, 21 de dezembro de 2005. Negócios. Disponível em <http://www.terra.com.br/istoedinheiro/432/negocios/grande_acordo.htm>. Acesso em 15 de maio de 2006.

GRUPO ABRIL. *Conhecendo a Abril*. Disponível em <http://www.abril.com.br/br/conhecendo/conteudo_43899.shtml>. Acesso em 15 de maio de 2006a.

GRUPO ABRIL. *Presskit*. Disponível em <<http://www.abril.com.br/arquivo/presskit05port.pdf>>. Acesso em 15 de maio de 2006b.

INTERNET tem 27,3 milhões de blogs. *Folha Online*. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u19616.shtml>>. Acesso em 1º de junho de 2006c.

- JORNAIS mudam largura a partir do dia 6. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 20 de junho de 1999. Brasil. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc20069921.htm>>. Acesso em 24 de maio de 2006.
- KIBE LOCO. Disponível em <<http://kibeloco.blogspot.com>>. Acesso em 20 de maio de 2006.
- KUCINSKI, Bernardo. *Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa*. 2ª ed. rev. e ampl. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003. 441p.
- KWAK, Gabriel. *O jornalismo nos blogs e sites pessoais*. Disponível em <<http://www.torque.com.br/index.php?modulo=textos&secao=artigos&codTexto=1592&pagina=7&codCategoria=3>>. Acesso em 30 de maio de 2006.
- LOPEZ, Luiz Roberto. *História do Brasil contemporâneo*. 8ª ed. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1997. 170p.
- LULA celebra auto-suficiência em dia de recorde do petróleo. *Folha Online*. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u107060.shtml>>. Acesso em 10 de junho de 2006.
- MARCONDES FILHO, Ciro. *A saga dos cães perdidos*. São Paulo: Hacker Editores, 2000. 171p.
- MATTOSO, Guilherme de Queirós. *Internet, jornalismo e weblogs: uma nova alternativa de informação*. Disponível em <<http://bocc.ubi.pt/pag/mattoso-guilherme-webjornalismo.html>>. Acesso em 1º de junho de 2006.
- OPASQUIM21. São Paulo: Gampz Publicações, 2002-.
- PAZ, Carolina Rodrigues. A cultura blog: questões introdutórias. *Revista Famecos*. Porto Alegre: EDIPUCRS, nº 22, dezembro de 2003, p.66-72.

- PEREIRA FILHO, Francisco José Bicudo. *Caros amigos e o resgate da imprensa alternativa no Brasil*. São Paulo: Annablume, 2004. 238p.
- PINHEIRO, Márcio. O barato do Pasquim. *Zero Hora*, Porto Alegre, 25 de março de 2006. Caderno Cultura, p.4-5.
- PINTO, Zélio Alves. Estação 117, baldeação!. *OPasquim21*, São Paulo, Gampz Publicações, nº 117, junho de 2004, p.23.
- PINTO, Ziraldo Alves. Eu queria dizer o seguinte. *Bundas*, São Paulo: Pererê, 1999, p.20-21.
- PINTO, Ziraldo Alves. Conversa com o leitor. *OPasquim21*, São Paulo, Gampz Publicações, nº 1, fevereiro de 2002a, p.2.
- PINTO, Ziraldo Alves. Um texto do Ziraldo publicado logo após a vitória do Lula e que se repete aqui só porque um almanaque tem um pouco mais de permanência do que uma publicação semanal. *OPasquim21*, São Paulo, Gampz Publicações, nº 44, dezembro de 2002b, p.62.
- PINTO, Ziraldo Alves. Roberto Marinho, um jornalista. *OPasquim21*, São Paulo, Gampz Publicações, nº 75, agosto de 2002c, p.3.
- PINTO, Ziraldo Alves. Adiós, muchados. *OPasquim21*, São Paulo, Gampz Publicações, nº 117, junho de 2004, p.3.
- PORTARI, Douglas Pietro. “Pasquim” volta sem Jaguar e sem o Sig. Disponível em <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/asp30012002991.htm>>. Acesso em 30 de maio de 2006.
- RAMONET, Ignácio. *Mídias em crise*. Disponível em <<http://www.infoalternativa.org/autores/ramonet/ramonet021.htm>>. Acesso em 30 de maio de 2006a.

- RAMONET, Ignácio. *O quinto poder*. Disponível em <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/jd211020032.htm>>. Acesso em 30 de maio de 2006b.
- RAMONET, Ignácio. *Os novos imperadores da mídia*. Disponível em <<http://diplo.uol.com.br/2002-12,a521>>. Acesso em 30 de maio de 2006c.
- RAMOS, Daniela. *Blogs são diários adolescentes, mas podem ser jornalismo*. Disponível em <http://www.facasper.com.br/jo/@casper.php?id_noticias=307>. Acesso em 20 de maio de 2006.
- RIBEIRO, Ana Paula. *Brasil não precisa mais prestar contas ao FMI, diz Lula*. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u75156.shtml>>. Acesso em 10 de junho de 2006.
- ROCHA, José Antônio Meira da. *Entendendo o jornalismo online*. Disponível em <http://www.meiradarocha.jor.br/index.pl/entendendo_o_jornalismo_online>. Acesso em 3 de junho de 2006.
- ROCHA, Paula Jung. Blogs: sentimentos em rede compartilhados na pós-modernidade. *Revista Famecos*. Porto Alegre: EDIPUCRS, nº 22, dezembro de 2003, p.73-82.
- RÜDIGER, Francisco. *Elementos para a crítica da cibercultura: sujeito, objeto e interação na era das novas tecnologias da comunicação*. São Paulo: Hacker Editores, 2002. 160p.
- SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. São Paulo: Martins Fontes, 1983. 501p.
- STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa Bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005. P. 51-61.

- THEOPHILO, Jan. *O fim de Bundas*. Disponível em <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/aspas/ent051220001.htm>>. Acesso em 30 de maio de 2006.
- TONETTI, Márcio. *Grandes Nanicos*. Disponível em <<http://www.canaldaimprensa.com.br/canalant/especial/trint9/especial39.htm>>. Acesso em 15 de maio de 2006.
- VERISSIMO, Luís Fernando. Para que fique claro. *Bundas*, São Paulo: Pererê, 1999, p.6-7.
- VERISSIMO, Luís Fernando. Editorial. *OPasquim21*, São Paulo, Gampz Publicações, nº 1, fevereiro de 2002, p.3.
- VIANNA, Ruth Penha Alves. *Informatização da imprensa brasileira*. São Paulo: Edições Loyola, 1992. 169p.
- YAMAOKA, Eloi Juniti. O uso da Internet. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005. P. 146-163.