



A mídia alternativa dos movimentos sociais na Web*

Laércio Pedro Torres de Góes – Mestrando/FACOM/UFBA

Abstract: In this article we defend the concept of alternative media related to the performance of the social movements, mainly, in the Internet. The use of the technologies of communication and information complements and increases the chances for the construction of the knowledge and the action direct politics. This process of alternative communication is characterized by practical journalistic different of the traditional media, amongst them, the selection of notice and framing. As example of this phenomenon, we analyze these characteristics in three alternative digital news agencies: Adital, Carta Maior and IPS.

Palavras-chave: Mídia alternativa - Movimentos sociais – Internet

1. Introdução

Dentro do contexto da globalização, das desigualdades sociais e da grande concentração dos meios de comunicação, uma definição de mídia alternativa só faz sentido como contraponto, ou no sentido gramsciano, contra-hegemônico, a uma situação de exclusão e de busca de transformação. A mídia tradicional tem interesse de manter uma realidade que lhe beneficia e lhe é lucrativa. Os movimentos sociais, que são ações coletivas deliberadas que visam a transformação de valores e instituições da sociedade (Castells, 2001), não. Sendo assim, a relação entre a mídia alternativa e os movimentos sociais define um processo de comunicação alternativa, caracterizada, principalmente, por práticas jornalísticas diferenciadas, dentre elas, a seleção de notícias e o framing. Como exemplo deste fenômeno, analisamos essas características em três agências de notícias digitais alternativas: Adital, Carta Maior e IPS.

A concentração dos grandes meios de comunicação e as desigualdades sociais e tecnológicas, acentuadas pela globalização, já foram temas do Relatório McBride – Um mundo e muitas vozes, publicado pela Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura), em 1981. O documento focava a exclusão midiática de grupos, comunidade, povos e regiões e fazia um diagnóstico sobre a problemática da comunicação no mundo contemporâneo, propondo soluções utópicas para reduzir as desigualdades tecnológicas, os desequilíbrios informativos e as carências do conhecimento existentes no planeta (MELO, 2005). A realidade da comunicação internacional demonstrada se caracterizava por três principais aspectos: uma enorme concentração internacional e nacional da capacidade de produzir, circular e consumir produtos comunicativos; existência de uma

* Trabalho apresentado na Sessão Coordenada Internet e Política II, do I Congresso Anual da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação e Política, ocorrido na Universidade Federal da Bahia – Salvador-BA, 2006.

série de disparidades mundiais, regionais e nacionais; e a transnacionalização acelerada do setor midiático (RUIZ, 2005).

Como sugestões para democratizar a comunicação, o relatório sugeria o desenvolvimento econômico para garantir a disponibilidade de tecnologias apropriadas para o funcionamento das organizações midiáticas; o desenvolvimento político como forma de superar o autoritarismo, criando estruturas democráticas de poder; e o desenvolvimento educativo que proporcione conhecimentos suficientes para que a população possa consumir os produtos midiáticos, compreendê-los e aplicá-los na vida cotidiana (MELO, 2005). Enquanto estes objetivos ideais não são alcançados, o documento indicou forma de romper a alta concentração midiática com o fortalecimento do direito de resposta, incremento da participação de leigos na produção e emissão de programas, estímulo à participação da coletividade na gestão midiática dos meios de comunicação e fomento da comunicação alternativa.

Os anos se passaram e, em certa medida, a avaliação do Relatório McBride permanece atual. As assimetrias resultantes da oligopolização das indústrias de informação e entretenimento permanecem. Os Estados Unidos ficam com 55% das receitas mundiais geradas por bens culturais e comunicacionais; a União Européia, com 25%; Japão e Ásia, com 15%; e a América Latina, com apenas 5%¹. A mídia global está nas mãos de alguns conglomerados, que veiculam dois terços das informações e dos conteúdos culturais disponíveis no planeta. São proprietários de estúdios, produtoras, distribuidoras e exibidoras de filmes, gravadoras de discos, editoras, parques de diversões, TVs abertas e pagas, emissoras de rádio, revistas, jornais, serviços on line, portais e provedores de Internet, vídeos, videogames, jogos, softwares, CD-ROMs, DVDs, equipes esportivas, megastores, agências de publicidade e marketing, telefonia celular, telecomunicações, transmissão de dados, agências de notícias e casas de espetáculos (MORAES, 2004).

Entre as primeiras empresas transnacionais ou multinacionais de mídia, que desempenham um papel importante na difusão de notícias no processo de globalização, estão as agências de notícias. Organizações que além de atuarem globalmente, operam globalmente na produção, venda e distribuição de material jornalístico. Um pequeno grupo que funciona como cartel e é responsável pela seleção e organização das informações para os meios de comunicação (jornais, rádio, redes de televisão e provedores online), instituições financeiras, governos e indivíduos ao redor do mundo. As grandes agências desempenham o papel de selecionador (gatekeeper) de notícias mundial. As

¹ Dados disponíveis em *Advertising Age*: <http://www.adage.com/datacenter.cms>.

agências de notícias, por sua própria constituição e funcionamento, são os maiores exemplos de concentração midiática.

As agências de notícias de âmbito nacional, que restringem a cobertura jornalística a seus países, atuam globalmente na geração e troca de informações dentro de um sistema mundial de mídia controlado por quatro grandes agências privadas ocidentais - Agence France-Presse (AFP), Associated Press (AP), United Press International (UPI) e Reuters - e pelas duas principais agências estatais - Itar-Tass (Rússia) e Xinhua (China). As agências nacionais frequentemente servem como funis das notícias locais para as grandes agências mundiais, que estão concentradas nos países mais desenvolvidos do mundo. É um mercado hierárquico, em que um pequeno número de agências globais fornece notícias aos clientes de todas as partes do mundo, incluindo as agências nacionais (BOYD-BARRETT, 1998).

Dentre as sugestões feitas pelo Relatório McBride para se contrapor à alta concentração midiática, o desenvolvimento de uma comunicação alternativa é a que, principalmente com o surgimento da Internet, tem-se mostrado eficaz (MELO, 2005). O uso das tecnologias de comunicação e informação complementa e aumenta as oportunidades para a construção do conhecimento e a ação política direta. A publicação na Internet reduz custos e facilita a distribuição (ATTON, 2002). Na Web, organismos sociais podem ampliar a circulação de conteúdos críticos, debater alternativas ao neoliberalismo e difundir reivindicações éticas (MORAES, 2004). Mas diante da complexidade do fenômeno da globalização, da concentração midiática e das relações sociais existentes, como definir mídia alternativa? Alternativa ao quê?

2. Definição de mídia alternativa

De forma simplória, poderíamos definir mídia alternativa como aquela “que não é tradicional” (COMEDIA, 1984 apud ATTON, 1999). A dificuldade de delimitar este conceito está na amplitude e generalização do seu significado, pois incorpora diferentes definições em termos de organização de notícias, operação de conteúdo produzido e relação e interação com a sociedade como um todo (RENDEIRO, 2003). O que nenhuma das definições fazem é esboçar as diferenças existentes entre os próprios meios alternativos (ATTON, 1999). Além disso, para alguns estudiosos, não há tantas diferenças assim entre a mídia tradicional e a mídia que se declara alternativa.

Deuze (2003) identificou semelhanças entre a prática jornalística dos meios de comunicação alternativos e a imprensa tradicional, ao pesquisar o Indymedia (IMC). Para ele, as empresas jornalísticas buscam também novas formas de relacionar-se com o público, compartilha dos mesmos princípios jornalísticos (verdade, ética e transparência) e um restrito grupo controla aquilo que pode ou não ser publicado, evitando conteúdos preconceituosos e discriminatórios. Claramente, considera o Indymedia uma forma de jornalismo radical de compartilhar e selecionar notícias, mas não muito diferente de formas estabelecidas de jornalismo no tipo de problemas e discussões editoriais enfrentadas na prática da publicação diária (PLATON e DEUZE, 2003).

Em muitos casos, não há um conceito geral de mídia alternativa, mas uma descrição de características ou de critérios de identificação restritivos. Os editores de *Alternatives in Print* (1980 apud ATTON, 1999) sugerem três critérios para definição de mídia alternativa: motivação não-comercial, demonstrando um interesse básico por idéias, não por lucros; o tema principal de suas publicações focaria a responsabilidade social ou a expressão criativa, ou usualmente, a combinação de ambas; finalmente, é bastante os publicadores se autodeclararem alternativos (ATTON, 2001). Já a definição proposta pela Royal Commission on the Press (1977 apud ATTON, 1999) em seu relatório sobre a imprensa alternativa britânica define: uma publicação alternativa compartilha as opiniões de pequenas minorias; expressa atitudes hostis a crenças amplamente estabelecidas; e adota visões ou orientações com temas não cobertos regularmente por outras publicações.

Atton ressalta que mídia alternativa também envolve a forma, a linguagem em que o conteúdo é divulgado. Estabelece assim uma tipologia da mídia radical e alternativa: conteúdo radical politicamente, socialmente e culturalmente (novos valores); formas - gráficos, linguagem visual, variedades de apresentação e encadernação, estética; inovações reprográficas/adaptações – uso de mimeógrafos, offset, fotocopiadoras; uso distributivo – sites alternativos para distribuição, redes de distribuição invisível/clandestina, anticopyright; relações sociais transformadas, papéis e responsabilidades – leitores-escritores, organização coletiva, desprofissionalização do jornalismo, impressão e publicação; processos de comunicação transformados – relações horizontais e redes.

A proposta de Atton é um modelo de mídia alternativa mais interessada em como é organizada dentro do seu contexto sócio-cultural do que com seus temas de interesses. Considera não apenas as diferenças de conteúdo e meio (e sua disseminação e entrega), mas a relação como a comunicação, como um processo social, é construída. O modelo deve avaliar não somente as audiências ativas para criar leituras de oposição aos produtos de mídia tradicional, mas também audiências mobilizadas; como também relações horizontais, leitores-escritores e, por último, estruturas

organizadas democráticas (ATTON, 2001). O objetivo é privilegiar o potencial transformador da mídia como instrumentos reflexivos de práticas de comunicação em redes sociais.

3. Mídia alternativa e movimentos sociais

Segundo Atton e outros autores, a relação entre a mídia alternativa e os movimentos sociais direciona um processo de comunicação alternativa. Uma definição construtiva pode iniciar com a presença de conteúdo radical, frequentemente aliada à promoção de mudança social (Abel, 1997 apud ATTON, 2001). Tim O’Sullivan (1994 apud ATTON, 2001) introduz a noção de mudança social radical como um objetivo primário da mídia alternativa, que rejeita e desafia as políticas institucionalizadas e estabelecidas, no sentido que defendem mudança na sociedade ou, ao menos, uma reavaliação crítica dos valores tradicionais (ATTON, 2001). Para O’Sullivan, a mídia alternativa defende a mudança social, busca envolver as pessoas (cidadãos) em seus processos e são comprometidos com a inovação na forma e conteúdo. Já Michael Traber afirma que o objetivo da mídia alternativa é mudar as desigualdades sociais, culturais e econômicas, em que o indivíduo não é reduzido a um objeto (da mídia ou das forças políticas), mas é capaz de buscar realizar-se como ser humano (Traber, 1985 apud ATTON, 2001). Finalmente, Downing salienta que a mídia radical privilegia os movimentos sociais sobre as instituições. É a mídia dos movimentos sociais. Para ele, tudo é, em algum ponto, alternativo a alguma coisa diferente. Seu interesse é considerar como mídia alternativa aquela que explicitamente forma a consciência política através do esforço coletivo (ATTON, 2001).

Com o surgimento em larga escala de protestos dos movimentos sociais na última década do século passado e o uso da mídia alternativa para informar e divulgar as suas ações, Atton formulou o conceito de esfera pública alternativa, que indica umnexo de instituições que trabalham juntas fora da influência parlamentar e que possibilita o público dirigir e debater questões sociais e políticas independentemente do Estado (ATTON, 1999). No próprio Relatório McBride (1980) é desenvolvido o conceito de comunicação alternativa, inspirado pelo chileno Fernando Reyes Matta, que está contido no item referente às “brechas comunicacionais”, que permitem romper a muralha interposta na sociedade pelas indústrias midiáticas (MELO, 2005). O relatório descreve-a como uma “série muito ampla de iniciativas, cuja característica comum é a oposição à comunicação oficial institucionalizada” e “expressar os pontos de vista de uma grande variedade de minorias sociais e culturais ou de grupos que antes viviam num gueto de comunicação”.

4. Seleção de notícias e framing alternativos

Mas apenas ser a voz dos movimentos sociais não torna a mídia alternativa, já que, como assinalou Deuze (2003), tanto na prática jornalística, forma e conteúdo, pode haver semelhanças com os meios de comunicação tradicionais. Dentre os elementos jornalísticos da mídia alternativa dos movimentos sociais, destacam-se a seleção (pauta) e framing (enquadramento) das notícias. Os jornalistas, na analogia do psicólogo social Kurt Lewin, são porteiros ou vigias das notícias, responsáveis por selecionar dentre a grande quantidade de acontecimentos diários em todo o mundo aqueles que chegarão ao conhecimento dos leitores. Esta escolha é feita por critérios pessoais, processos organizacionais e padrões e condições estruturais (SERRA, 2004).

A mídia alternativa divulga temas que a imprensa tradicional geralmente ignora, evita ou oculta, tais como o aquecimento global, os perigos do alimento geneticamente modificado, as violações dos direitos humanos. São assuntos emergentes que são cobertos antes de alcançarem a mídia ou a esfera pública tradicional. É dada voz a outros que geralmente não são ouvidos (ATTON, 2002; 2001). Por causa das relações com o poder político e social, o sistema midiático trata o consumismo, o mercado, a desigualdade de classe e o individualismo como natural ou de forma freqüentemente benevolente, enquanto a atividade política, os valores cívicos e as atividades antimercado tendem ser marginalizados ou condenados (MCCHESENEY, 2000 apud HARCUP, 2003). Enquanto a mídia tradicional tem uma tendência de privilegiar o poder, a mídia alternativa privilegia o fraco e o marginal, oferece a perspectiva de baixo e fala o “não-falado” (HARCUP, 2003). A pauta desprezada ou esquecida dos grandes meios de comunicação.

Mais do que uma seleção de pauta de temas específicos, desprezados pelos grandes meios de comunicação, o que caracteriza principalmente a mídia alternativa é o framing (enquadramento) dado para as notícias, a linha narrativa ou organização de idéia central (GAMSON E MODIGLIANI, 1987 apud SCHEUFELE, 1999). Segundo Entman (1993 apud SCHEUFELE, 1999), framing consiste em selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e destacá-los em um texto comunicativo, de tal forma que promova uma particular definição de problema, interpretação de causa, avaliação moral e/ou recomendação de tratamento. O framing guia como as pessoas entendem o mundo e, assim, formam julgamentos (BREWER, GRAF E WILLNAT, 2003). Segundo pesquisas, ao menos cinco fatores podem potencialmente influenciar como jornalistas enquadram uma questão: normas sociais e valores, pressões e constrangimentos organizacionais, pressões de interesses de grupos, rotinas jornalísticas e orientações políticas e ideológicas dos jornalistas (SHOEMAKER & REESE, 1996; TUCHMAN, 1978 apud SCHEUFELE, 1999). Deste

modo, a formação do framing pode ser explicada pela interação de normas e práticas jornalísticas e a influência de grupos de interesses (GAMSON e MODIGLIANI, 1987 apud SCHEUFELE, 1999).

Muitas vezes a mídia tradicional pode cobrir os temas alternativos, dentro de uma visão do jornalismo cívico ou politicamente correto, em defesa da dignidade humana, mas sem visar mudanças no status quo. A intenção não é a transformação social. É combater o problema, não suas causas. Ativamente seleciona os pontos de vista de referência que os leitores ou os telespectadores usam para interpretar e discutir os eventos públicos (TUCHMAN, 1978 apud SCHEUFELE, 1999). O jornalismo alternativo, por sua vez, objetiva a transformação social, a conscientização política, a luta por direitos, denunciar as causas e, se possível, indicar ações que podem ser tomadas. Busca uma tomada de posição do público. Tanto a seleção dos fatos quanto o seu enquadramento são feitos na perspectiva dos interesses e ideais dos movimentos sociais. É o framing alternativo ao framing tradicional dos grandes meios de comunicação. Os movimentos sociais estão entre os primeiros desafiadores dos valores hegemônicos da sociedade (CARRAGEE E ROEFS, 2004).

5. Movimentos sociais e Internet

Os movimentos sociais e culturais se mobilizam através da Internet em torno de direitos que consideram fundamentais. Uma vez que a Internet torna-se um meio importante de comunicação e organização da sociedade, é óbvio que os movimentos sociais também a usem para atuar, informar, recrutar, organizar, dominar e contradominar. A comunicação de valores e a mobilização em torno de significados tornam-se fundamentais: “Os movimentos culturais (no sentido de movimentos voltados para a defesa ou a proposta de modos específicos de vida e significado) formam-se em torno de sistemas de comunicação – essencialmente a Internet e a mídia – porque é principalmente através deles que conseguem alcançar aqueles capazes de aderir a seus valores e, a partir daí, atingir a consciência da sociedade como todo” (CASTELLS, 2001).

Pelo seu baixo custo, facilidade de operacionalização e poder de distribuição, os movimentos sociais podem divulgar e defender suas idéias e denunciar as mazelas da sociedade nacional e transnacional. A Internet fornece a base material que permite os movimentos sociais engajarem-se na produção de uma nova sociedade, transformando por sua vez a própria Internet, que de uma ferramenta de organização das empresas, torna-se um instrumento de transformação social (CASTELLS, 2001). Na web, os movimentos sociais têm voz através da mídia alternativa.

Com a crença de que os meios de comunicação tradicionais e hegemônicos contribuem para o recrudescimento dos problemas sociais causados pela globalização, difundindo e defendendo as idéias neoliberais e o discurso da inevitabilidade do fenômeno, várias formas de mídia alternativa surgiram no ciberespaço, algumas seguindo o modelo das agências de notícias e inspiradas pelos movimentos antiglobalização, como o Fórum Social Mundial. Assim, os movimentos sociais se articulam, apesar de suas diversidades e dispersão pelo planeta, com o objetivo comum de lutar ou defender valores considerados universais, como os direitos humanos e a justiça social.

Um exemplo radical deste tipo de mídia alternativa digital é o Independent Media Center (IMC - Indymedia), que consiste na estrutura e no uso da comunicação interativa e no processo de informação na Internet, onde qualquer leitor também pode ser o escritor, o conteúdo produzido é público e pode ser modificado antes, durante e depois da publicação. Uma forma descentralizada, democrática e livre de controle oficial, capaz de transpor os limites de funcionamento dos meios tradicionais. O Indymedia incentiva as pessoas “tornarem-se o meio”, enviando os seus artigos, análises e informações para o site. Um espaço onde os ativistas do movimento antiglobalização podem expressar suas idéias, mostrar seus interesses e discutir temas locais e globais (PLATON e DEUZE, 2003).

6. Agências de notícias alternativas digitais (IPS, Adital, Carta Maior)

Outros exemplos de mídia alternativa no ciberespaço, que seguem o formato das agências de notícias, são a IPS (Inter Press Service), a Adital (Agência de Informação Frei Tito para a América Latina) e a Agência Carta Maior. Diferentemente das agências de notícias tradicionais que praticam o chamado “jornalismo de informação”, da tradição anglo-saxônica, que privilegiam os “fatos” e pretendem convencer os seus leitores ou usuários da autenticidade de tais “fatos” (BOYD-BARRETT, 1998), essas agências de notícias alternativas praticam um jornalismo comprometido em defender valores dos movimentos antiglobalização.

A IPS é precursora das agências de notícias alternativas. Surgiu em 1964, fundada pelo jornalista ítalo-argentino Roberto Sávio, com o objetivo de fazer um jornalismo de representação igualitária de gênero, diversidade étnica e distribuição geográfica e promover a participação democrática na vida econômica, social e política. Mas a ênfase na globalização é a fase mais recente na atuação da agência. Com a Guerra Fria e o crescimento do movimento dos países não-alinhados, ampliou seu foco dos problemas e prioridades das regiões desenvolvidas e promoveu a circulação de

informações Sul-Sul para incentivar a integração regional e o desenvolvimento econômico, político e social (BOYD-BARRETT e RANTANEN, 1998).

A IPS é uma associação internacional sem fins lucrativos de jornalistas e de outros profissionais no campo das comunicações. Tem o status consultivo de ONG (Organização Não-Governamental) no Conselho Econômico e Social (ECOSOC) da Organização das Nações Unidas. Conta com uma rede de jornalistas em cerca de 120 países e possui como clientes 3.000 meios de comunicação e milhares de grupos da sociedade civil, acadêmicos e outros usuários. O serviço mundial da IPS chega aos seus clientes via satélite e Internet disponível em vários idiomas .

A Carta Maior foi lançada em fevereiro de 2001, durante o Fórum Social Mundial em Porto Alegre. É hoje constituída por uma equipe de nove jornalistas fixos (cinco em São Paulo, dois na sucursal de Brasília, um na do Rio de Janeiro e um na do Rio Grande do Sul), além de uma equipe técnica e administrativa de 12 profissionais responsáveis pelo desenho, programação e manutenção da página da agência na internet. Conta ainda com um time de mais de 20 colaboradores fixos e mais de uma centena de flutuantes, que se revezam na cobertura de pautas sociais, políticas, econômicas e culturais. Para ter maior visibilidade, abrigou-se no provedor UOL, grande portal brasileiro do ciberespaço. O objetivo declarado é participar do esforço pela reconstrução de uma imprensa ligada à transformação social no país. A agência é dirigida ao público em geral e às publicações de imprensa interessada numa linha editorial antiglobalização. Mantém acordos e intercâmbios com outras agências independentes do exterior, que permitem a cobertura de eventos internacionais, como os Fóruns Sociais Mundiais.

A Adital é uma iniciativa de pessoas e de movimentos populares e de direitos humanos ligados à Igreja Católica. Coloca-se como canal de comunicação para a inserção da agenda social latino-americana e caribenha na mídia nacional e internacional, através de cobertura jornalística profissional. Sua produção destina-se, em primeiro lugar, a jornalistas da mídia mundial e outros setores da sociedade civil organizada na América Latina, Caribe e parte da Europa, Estados Unidos e Canadá. Além de uma ampla rede de correspondentes, a Adital afirma relacionar-se com membros de ONGs e do Terceiro Setor; ativistas nos movimentos sociais e redes de Direitos Humanos, líderes sindicais, trabalhadores urbanos e rurais, docentes e discentes de universidades, minorias raciais e sexuais, portadores de deficiências, pessoas na terceira idade, grupos eclesiais e agentes das pastorais sociais de diferentes igrejas e tradições religiosas.

A agência foi criada a partir do interesse de três entidades italianas: a Fondazione Rispetto e Parità (FRP), a Agenzia di Stampa (Adista), a Rete 'Radiè Resch' (RRR) que, em 1999, apresentaram a Frei Betto a proposta de organizar no Brasil uma agência de notícias que divulgasse ao mundo a vida e os acontecimentos da América Latina e Caribe. Em janeiro de 2000, uma equipe de trabalho começou a estruturar a Adital, escolhendo a cidade de Fortaleza, capital do Estado do Ceará, no Nordeste brasileiro, para sediar a agência. Em 22 de Fevereiro de 2000, lavrou-se a Ata de Fundação da Agência de Informação Frei Tito para América Latina. A Adital foi lançada oficialmente em 13 de Março de 2001.

6.1. Seleção e organização de notícias das agências de notícias alternativas

Os conteúdos dessas agências de notícias são organizados segundo valores sociais, econômicos, políticos e culturais dos movimentos antiglobalização (direitos humanos, ecologia, educação, direitos das minorias, justiça social, movimentos sociais, cultura popular, tolerância religiosa etc.). Evidencia-se um arranjo formal (editorias) condicionado socialmente, que visa orientar o modelo de exploração do leitor segundo uma ordem de problemas relativos ao ambiente urbano e mundial em que está imerso (SILVA JR., 2002).

Na IPS (em espanhol), as notícias são organizadas pelas editorias/canais América Latina, América do Norte, Oriente Médio, Assuntos Globais, Caribe, Europa, África, Ásia-Pacífico, Desenvolvimento, Meio Ambiente, Direitos Humanos, Saúde, População e Arte e Entretenimento. Na Adital, as editorias são mais abrangentes, com subdivisões específicas, talvez por ter um envolvimento mais direto com os movimentos sociais: Movimentos Sociais - Crianças e Adolescentes, Diversidade Sexual, Gênero, Juventude, Migrantes, Movimentos Sociais, Mulher, Negros, Portadores de Necessidades Especiais, Povos Indígenas e Trabalhadores; Direitos Humanos, Economia, Igrejas/Religiões - Bíblia, Diálogo Inter-religioso, Igrejas-Religiões e Teologia; Meio Ambiente, Mídia, Política e Questão Agrária. Já na Carta Maior, os artigos são distribuídos nos Canais: Análise e Opinião, Arte & Cultura, Cartas dos Leitores, Direitos Humanos, Economia, Educação, Humor, Internacional, Meio Ambiente, Movimentos Sociais, Política; Fórum Social Mundial e Especiais.

Essas agências de notícias digitais alternativas exemplificam o conceito de mídia alternativa defendido neste artigo, não apenas no sentido de alternativo aos grandes meios de comunicação de massa, sem a estrutura, poder e influência que eles possuem; mas também alternativo em relação a

seleção, filtragem, organização das notícias e framing diferentes da grande imprensa ou do jornalismo tradicional. Como observou Silva Jr. (2003), há uma presença dos mesmos assuntos na pauta diária de três agências de notícias brasileiras on-line (Agência Estado, Folha Online e Jornal Último Segundo), enquanto há outros que são parciais ou totalmente silenciados. Temas, em sua maioria, abordados pelas agências de notícias IPS, Adital e Carta Maior, tais como: dinâmicas de minorias (negros ou questão étnica, gays, presidiários, desabrigados, etc.); questões públicas (saneamento, saúde pública, trabalhos de ONGs); cultura alternativa (música alternativa, filmes, religiões afro-brasileiras, cultura underground) (SILVA JR, 2003).

6.2. Framing das agências de notícias alternativas

Ao analisarmos a cobertura de um mesmo fato noticioso pelas agências de notícias Adital, Carta Maior e IPS em comparação a Folha Online e Agência Estado, evidencia-se claramente o framing alternativo dos movimentos sociais. O fato noticioso escolhido para análise foi a invasão de um horto florestal da Aracruz Celulose por um grupo de mulheres ligadas à Via Campesina, em Barra do Ribeiro-RS, no Dia Internacional da Mulher (08/03/2006). Observa-se que a seleção de alguns aspectos da ação muda de acordo as orientações políticas e ideológicas dos meios de comunicação. Enquanto o framing tradicional condena a ação por estar à margem da lei, prejudicar os interesses econômicos do capital e afugentar investimentos, as agências alternativas amenizam o ato em si e justifica-o denunciando as questões sociais, econômicas e ambientais envolvidas.

A matéria na Agência Estado “Via Campesina destrói 1 milhão de mudas e depreda laboratório no Sul” (09/03/2006) utiliza termos como “destruiu”, “inutilizou”, “invadiu”, “depredou” para narrar a ação. O enquadramento do texto é de crítica, criminalização e condenação do ato. As mulheres são qualificadas de “invasoras”. As justificativas ambientais, econômicas e sociais do grupo para invasão não aparecem, todavia, destaca-se os prejuízos financeiros da empresa:

Um grupo de cerca de 2 mil mulheres ligadas à Via Campesina invadiu um horto florestal da Aracruz Celulose, destruiu estufas, inutilizou pelo menos 1 milhão de mudas de eucalipto e depredou um laboratório de melhoramento genético de plantas ontem de madrugada, em Barra do Ribeiro, 60 quilômetros ao sul de Porto Alegre. (...) O total dos prejuízos não foi calculado, mas só o laboratório estava avaliado em US\$ 400 mil. A porta-voz da Via Campesina, Luci Piovesan, disse que o ato representa "a indignação das mulheres do campo" pelos incentivos que o governo dá ao agronegócio e à indústria da celulose. (...) Ao chegar ao local, o gerente florestal da Aracruz, Renato Rostirolla, surpreendeu-se com a objetividade das invasoras. (...) Para Rostirolla, as acusações feitas pelas camponesas são infundadas. Ele explicou que as plantações de eucaliptos, pinus e acácias ocupam apenas 0,7% do território gaúcho. A

Aracruz é líder mundial na produção de celulose branqueada de eucalipto e estuda a aplicação de US\$ 1,2 bilhão na construção de uma nova unidade com capacidade para 1 milhão de toneladas por ano. (...) O governador em exercício do Estado, Antônio Hohlfeldt (PMDB), qualificou o ato de "provocação e bandagem". (O Estado de São Paulo – Nacional – 09/03/2006)²

A Agência Folha, na matéria “Mulheres depredam fábrica de celulose no RS” (08/03/2006), descreve a ação de forma mais objetiva. Transparece no texto a preocupação de manter um certo distanciamento, seguindo as regras básicas do jornalismo de ouvir os dois lados e evitar adjetivações. Mas o enquadramento também é de criminalização do ato, ressaltando os prejuízos financeiros da Aracruz, apesar de publicarem as justificativas ambientalistas, sociais e econômicas para a ação. São utilizados termos como “invadiu”, “danificou”, “depredação” e “invasores”:

Um grupo de 2.000 militantes da Via Campesina, na maioria mulheres, invadiu na manhã de hoje e danificou instalações do horto florestal da Aracruz Celulose, em Barra do Ribeiro (56 km de Porto Alegre). A depredação durou meia hora. O objetivo, segundo manifesto divulgado pela entidade, foi de denunciar as "consequências sociais e ambientais do avanço da invasão do deserto verde criado pelo monocultivo de eucaliptos". (...) De acordo com a gerência da fábrica da Aracruz, em Guaíba, a produção está comprometida. Laboratórios foram destruídos e pesquisas de até 20 anos, sobre cruzamentos genéticos e seleção de espécies, foram perdidas. (...) O viveiro florestal da Aracruz tem capacidade para a produção de 30 milhões de mudas de eucaliptos. Pelo menos 5 milhões de plantas foram destruídas. O plantio que abastece a fábrica da Aracruz em Guaíba (ao lado de Barra do Ribeiro) ficou comprometido pela falta de mudas. Os invasores chegaram ao local com taquaras (pedaços de bambu) e facas de mesa. (...) Entidades empresariais do Rio Grande do Sul divulgaram nota para expressar repúdio à invasão. Segundo as entidades, "esses atos que afrontam a lei e agredem a democracia também destroem as oportunidades sociais e os empregos gerados por esses empreendimentos". (Folha Online – 08/03/2006)³

O framing alternativo da IPS contextualiza a ação da Via Campesina dentro de várias manifestações realizadas em Porto Alegre pelo Dia Internacional das Mulheres e na Conferência Internacional sobre Reforma Agrária e Desenvolvimento Rural da Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO), que se realizava naquela cidade. No texto, a ação é justificada como um protesto “contra o domínio autoritário das companhias transnacionais e as políticas do Fundo Monetário Internacional, do Banco Mundial e da Organização Mundial do Comércio, uma vez que condenam os `desertos verdes` das `enormes plantações de eucaliptos, acácias e pinhos` destinadas a indústrias de celulose e papel”. Além de demonstrar a nocividade da plantação do eucalipto para o meio ambiente: “Um eucalipto consome 30 litro de água por dia, e o estado do Rio

² <http://txt.estado.com.br/editorias/2006/03/09/pol57889.xml>

³ <http://www1.folha.uol.com.br/foha/brasil/ult96u76373.shtml>

Grande do Sul, que Porto Alegre é a capital, já tem 200.000 hectares reflorestados para produzir celulose. `Para nós isto é a morte`, afirmou uma ativista da MMC”⁴. (IPS, 08/03/2006)

A Carta Maior também justifica, desde o lead, ação da Via Campesina: “um protesto contra a expansão da monocultura de eucalipto no estado do Rio Grande do Sul, atividade que vem crescendo vertiginosamente e que, segundo as agricultoras, tem transformado a região em um deserto verde improdutivo do ponto de vista da soberania alimentar”. Mais adiante amplia o espaço das críticas aos “desertos verdes” e informa, no fim da matéria, que as mulheres foram reprimidas por policiais ao tentarem se aproximar do local onde estava sendo realizada a Conferência Internacional sobre Reforma Agrária e Desenvolvimento Rural:

“Segundo Cristiane Gomes, coordenadora nacional do MST, a crítica aos ‘desertos verdes’ da monocultura de eucalipto, que ocupa grandes extensões de terra que, outrossim, poderiam ser utilizadas para produção de alimentos por família a espera da reforma agrária, vem se fortalecendo entre os movimentos sociais com a ampliação da área de cultivo. Só a Aracruz, afirma Cristiane, planta cerca de 50 mil hectares de eucalipto por dia que, grosso modo, geram apenas um emprego a cada 185 hectares. Com outras duas empresas - a Votorantim e a Stora Enso -, já são cerca de 250 mil hectares a área ocupada por eucalipto no estado. "Se o deserto verde continuar crescendo, em breve vai faltar água para bebermos e terra para produzir alimentos. Não conseguimos entender como um governo que quer acabar com a fome patrocina o deserto verde ao invés de investir na Reforma Agrária e na Agricultura Camponesa", afirma o manifesto da Via Campesina, elaborado especialmente para ser entregue aos participantes da II Conferência Internacional sobre Reforma Agrária e Desenvolvimento Rural (CIRADR) da FAO.” (Carta Maior, 08/03/2006)⁵

Na mesma linha da justificativa para a ação da Via Campesina, a Adital assume os argumentos de crítica a Aracruz, sem usar citação de alguma militante do grupo, além de informar que aquele protesto era também em “solidariedade aos povos indígenas que tiveram suas terras invadidas pela Aracruz Celulose no Estado do Espírito Santo”:

“A Aracruz Celulose é a empresa que possui o maior deserto verde no País. São mais de 250 mil hectares plantados em terras próprias, 50 mil só no Rio Grande do Sul. Suas fábricas produzem 2,4 milhões de toneladas de celulose branqueada por ano, gerando contaminação no ar e na água, além de prejudicar a saúde humana. (...) A Aracruz é a empresa do agronegócio que mais recebeu dinheiro público. São quase R\$ 2 bilhões recebidos nos últimos três anos. No entanto, uma empresa como a Aracruz gera apenas um emprego a cada 185 hectares plantados, enquanto a pequena propriedade gera um emprego por hectare. "Se o deserto verde continuar crescendo em breve vai faltar água para bebermos e terra para produzir alimentos. Não conseguimos entender como um governo que quer acabar com a fome patrocina o

⁴ <http://domino.ips.org/ips%5Cesp.nsf/vwWebMainView/677D9D7C268820D2C125712B0073D9BB/?OpenDocument>

⁵ http://agenciartamajior.uol.com.br/templates/materiaMostrar.cfm?materia_id=10145

deserto verde ao invés de investir na Reforma Agrária e na Agricultura Camponesa", afirma o manifesto"⁶. (Adital, 09/03/2006)

7. Conclusão

Diante da dificuldade em definir mídia alternativa, este artigo defende um conceito que relacione o alternativo à ação dos movimentos sociais, em seus objetivos de conscientização e transformação da sociedade, num contexto mundial de alta concentração midiática. Sendo assim, a mídia alternativa dos movimentos sociais teria o propósito de divulgar temas que a imprensa tradicional geralmente ignora, evita ou oculta, privilegiando os menos favorecidos, dando voz àqueles que não têm voz.

Ao analisar o mesmo fato noticiado de formas diversas por meios de comunicação tradicionais e alternativos, podemos afirmar que o framing seria uma das principais características da mídia alternativa dos movimentos sociais. As agências de notícias IPS, Adital e Carta Maior selecionaram na ação da Via Campesina os aspectos da realidade que justificavam a invasão ilegal, evidenciando uma interpretação de causa e levando a uma avaliação moral ou tipo de julgamento que criminalizava a Aracruz Celulose e absolvía as militantes camponesas. Na verdade, fazendo o inverso da linha editorial das agências tradicionais Folha e Estado.

A mídia alternativa dos movimentos sociais na web objetiva a transformação social, a conscientização política, a luta por direitos, denunciar as causas e, se possível, indicar ações que podem ser tomadas. Tanto a seleção dos fatos quanto o seu enquadramento são feitos na perspectiva dos interesses e ideais dos movimentos sociais. A Internet, por seu baixo custo, facilidade de operacionalização e poder de distribuição, consolida-se a cada dia como o meio essencial de expressão e organização dos movimentos sociais.

REFERÊNCIAS

ATTON, Chris. *Approaching Alternative Media: Theory and Methodology*. Scotland: Napier University, 2001.

ATTON, Chris. A reassessment of the alternative press. *Media, Culture & Society*, Vol. 21, pp.51-76. London: Sage Publications, 1999.

⁶ <http://www.adital.com.br/site/noticia.asp?lang=PT&cod=21466&busca=via%20campesina>

BOYD-BARRETT, Oliver e RANTANEN, Terhi (org). The Globalization of News. Londres: Sage Publications, 1998.

BREWER, Paul R.; GRAF, Joseph; e WILLNAT, Lars. Priming or Framing: Media Influence on Attitudes Toward Foreign Countries. Gazette, Volume 65, nº 6 , pp. 493-508, 2003.

CARRAGEE, Kevin M. e ROEFS, Wim. The Neglect of Power in Recent Framing Research. Journal of Communication, Volume 54, nº 2, pp. 214-233, 2004.

CASTELLS, Manuel. A Galáxia da Internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

HARCUP, Tony. 'The unspoken - said` - The journalism of alternative media. London: Sage Publications, Vol. 4, pp.356-376, 2003.

MELO, José Marques. A participação latino-americana das teses sobre a democratização da comunicação: re-visitando MacBride e a NOMIC. Eptic, Vol.3, nº 6, pp. 42-56, 2005.

MORAES, Dênis de. A lógica da mídia no sistema de poder mundial. Eptic, Vol. 6, nº 2, pp. 16-36, 2004.

PLATON, Sara e DEUZE, Mark. Indymedia journalism: a radical way of making, selecting and sharing news?. In: Journalism. Londres: Sage Publications, 2003. p. 331-355.

RENDEIRO, Mark Fonseca. Defining Alternativess: The Meaning Alternative Journalists give to their work. Amsterdam; Universiteit van Amsterdam, 2003.

RUIZ, Enrique E. Sanchez. Actualidad del Informe MacBride, a 25 años de su publicación. Eptic, Vol. 8, nº 6, pp. 57-67, 2005.

SCHEUFELE, D. A. Framing as a theory of media effects. Journal of Communication, Vol. 49, pp. 101-120, 1999.

SERRA, Sonia. Relendo o "gatekeeper": notas sobre condicionantes do jornalismo. Contemporânea, Vol.2, nº 1, p.93-113, jan-jun 2004.

SILVA JR., José Afonso. Déja-vu onipresente: repetição, previsibilidade e homogeneidade nas agências de notícias on-line brasileiras. In Modelos de Jornalismo Digital. Salvador: Calandra, 2003.

Sites

Adital

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

Carta Maior

<http://agenciartamaior.uol.com.br/>

IPS

<http://www.ipsnoticias.net/>