

IMPrensa ALTERNATIVA: Conceito e práticas jornalísticas

Ana Flávia Marques da Silva¹

Resumo

Este trabalho tem como objetivo pesquisar as rotinas de produção de arranjos econômicos alternativos aos conglomerados de mídia² por meio de um estudo de casos múltiplos – que conta com a participação dos *Jornalistas Livres*, *Opera Mundi*, *Outras Palavras* e *Agência Pressenza*. Vamos analisar o conceito de alternativo através da história deste tipo de mídia no país. Ao contrário de autores que afirmam que a mídia alternativa nasceu no período de resistência à ditadura militar, ao atualizar o debate sobre o alternativo, podemos evidenciar experiências de mídia alternativa em outros momentos históricos do país. Para tanto, perpassaremos no embate teórico para limitar o conceito de alternativo e o desenvolvimento histórico dessa mídia no país por meio de revisão bibliográfica. Diferentes chaves analíticas podem ser utilizadas para definir alternativo: conteúdo, práxis social, engajamento, participação popular, seus objetivos finais e o processo produtivo.³ As classificações imprensa alternativa, mídia-livre, midiativismo, jornalismo independente, comunicação alternativa, popular, comunitária, periférica, entre outras nomeações, já demonstram que há um tensionamento teórico fundamental no processo de investigação das experiências contemporâneas jornalísticas de arranjos alternativos de comunicação. A partir da contribuição de autores como Bernardo Kucinski, em *Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa*, e Cecília Peruzzo, em *Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço*, vamos apontar características estruturantes e comuns que podem contribuir com a mínima coesão entre pesquisadores que se debruçam para generalizar o alternativo no processo de análise de casos concretos. Utilizamos “sede de debates” como forma de deixar sob o alternativo os tipos variados de comunicação que fazem parte da mesma categoria.

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escolas de Comunicações e Artes. Universidade de São Paulo (USP). E-mail: contatoanaflaviamarques@gmail.com.

² Conceito adotado na pesquisa “As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia”, desenvolvida pelo Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT) da ECA-USP, entre 2016 e 2018, com aporte financeiro da Fapesp.

13^o inter programas

cásper pesquisa

Palavras-chave: Imprensa alternativa. Jornalismo alternativo. Jornalismo Independente. Mídia Alternativa. Comunicação alternativa e popular.