

POR UM CONCEITO DE JORNALISMO DE OPOSIÇÃO

ROSA NÍVEA PEDROSO*

RESUMO: o jornalismo de oposição é uma prática não alinhada ao modelo convencional de produção de informação. Contém elementos alternativos que o definem como de oposição e/ou popular por optar um modelo politizador e participatório de comunicação.

DESCRITORES: Teoria do Jornalismo : Imprensa alternativa
 Jornalismo : Estética da produção
 Jornalismo : Linguagem
 Journalism theory : Alternative Press
 Journalism : Asthetics of production
 Journalism : Language

ABSTRACT: the opposite journalism is a practice not aligned with the conventional pattern of information production. It has alternative elements that define the journalism as oppositional or popular due to choosing a political or participative model of communication.

1 INTRODUÇÃO

Este artigo é resultado de reflexão e de debates realizados sobre a imprensa alternativa no decorrer de aulas na disciplina de Teoria do Jornalismo. Sempre estivemos em busca de outros parâmetros que explicassem a imprensa alternativa do final dos anos 80, que não fossem só aqueles que diziam da imprensa alternativa de oposição ao governo militar. Então, passamos a questionar em que aspectos a pequena imprensa se oporia à grande imprensa. E chegamos à conclusão que a questão poderia começar pela própria terminologia, a de jornalismo de oposição, isto é, uma prática de produção que se oporia a outra. E este é o conteúdo deste texto, tentar mostrar o processo de um projeto jornalístico

* Professora do Departamento de Comunicação da FABICO/UFRGS. Mestra em Comunicação pela ECO/UFRJ. Pesquisadora CNPq/FAPERGS.

que tem como proposta editorial ser alternativo a e popular, no sentido de dividir as responsabilidades do trabalho de produção, distribuição e recepção.

2 DA OPÇÃO À OPOSIÇÃO

O golpe de Estado, em 1964, representou um novo marco na História da imprensa brasileira, no sentido em que provocou e oportunizou uma nova forma de produção, apresentação e divulgação dos acontecimentos sociais, políticos, econômicos e culturais, através de meios, conteúdos, formas, emissores ou receptores alternativos aos meios de comunicação massivos.

O jornalismo que opõe à grande imprensa, no final dos anos 80, realiza-se, principalmente, como uma prática de enfrentamento sobre o atual modo como a Comunicação e a Sociedade brasileira se organizam. A nova prática de produção, linguagem, discurso, distribuição e público tem possibilitado o surgimento (ou a emergência) de pequenos jornais destinados a apoiar interesses e idéias da classe trabalhadora e das populações periféricas urbanas.

O novo modo de produção vai caracterizar o jornalismo comunitário urbano e o jornalismo sindical como lugares de participação, organização e militância política de setores de opinião da Sociedade e como práticas jornalísticas que permitem ou possibilitam o deslocamento ou a inversão do leitor (receptor passivo) de mensagens em emissor participante do sistema de reprodução da realidade.

O conceito de oposição subentende, então, a participação da pessoa da comunidade ou da organização política no meio de comunicação. E o meio em si, como canal de divulgação, por sua vez, também é resultado da escolha dos participantes que definiram o veículo mais adequado às suas características ou necessidades. Desta forma, o meio também é outro elemento alternativo porque tanto pode ser um jornal, um panfleto, um volante, uma emissora rádio ou de televisão, um alto-falante, um telão, um jornal-mural quanto um aparelho de vídeo. E, esses meios, além da sua transformação em instrumento dos movimentos populares, também se caracterizam pela não-produção massiva da informação com fonte de sustentação no sistema ideológico e econômico dominante de produção de bens simbólicos.

Por decorrência das opções ideológicas e editoriais, o jornalismo de noticiário político e comunitário alternativo vai caracterizar-se também pela instabilidade e mutabilidade editorial, que afetam a manutenção da forma de apresentação e da periodicidade. Estes aspectos, na verdade, revelam, em última instância, as dificuldades de sustentação dos meios de comunicação por organizações político-sindicais e comunitárias diante da acentuação do estado de miserabilidade e excludência econômica e cultural das classes trabalhadoras. À questão da periodicidade, voltaremos mais adiante.

Quando adotamos as terminologias jornalismo sindical e jornalismo comunitário é necessário entender que cada sindicato ou associação possui uma linguagem em um canal adequados com a sua atuação política e com o seu público. E, enquanto veículos de informação, são representativos de classe, de categorias, de organizações e de populações específicas. Por isto, o jornalismo de oposição tende a assumir pontos-de-vista como participante da realidade da classe

trabalhadora e das suas organizações (nas formas de associações e jornais de bairro, sindicatos, comunidades eclesiais de base etc).

O conceito de oposição é entendido como **opção** política que o veículo faz diante de seus leitores, ultrapassando o simples registro do cotidiano dos grandes jornais liberais diários. Isto é, o seu conteúdo é assumidamente engajado com os compromissos, com as necessidades e com o cotidiano de seus leitores em suas áreas de habitação. É um conteúdo político (e militante) que visa ao reconhecimento dos conflitos e contrastes sociais. O resultado que procura é a politização e a organização dos trabalhadores e das comunidades, através do projeto de reproduzir a realidade sob o prisma da análise, denúncia e crítica do fato.

Para que ocorra uma produção popular nos jornais de sindicatos, de partidos políticos, de associações de bairro, de entidades representativas de classe e de setores progressistas da Igreja e de centros de educação popular, é preciso haver uma perspectiva libertária em relação à posição política dos editores e redatores quanto à maneira de tratar os problemas sociais.

As principais tarefas do jornalismo popular seriam, então, corresponder ao esclarecimento e não ao falseamento da realidade e a desvendar os mecanismos que criam a Sociedade, a Nação, o Povo, as Classes e a Verdade (objetiva e subjetiva) dos fatos sociais, colaborando para a construção da organização política independente dos trabalhadores e para a elevação do nível cultural das camadas populares, sem doutrinário ortodoxo mas de conscientização e esclarecimento sobre as divergências entre as diversas correntes ideológicas, políticas e partidárias dos movimentos populares. O jornalismo militante aí teria como tarefa a organização, a educação e a crítica sobre as questões do trabalho, sempre com o ponto-de-vista e a perspectiva do trabalhador.

Partindo do pressuposto de que o sindicato é um instrumento de luta e de organização dos trabalhadores, o modo de funcionamento do discurso informativo é político. A preocupação do jornalista (ou do departamento de imprensa) é reproduzir o real e a realidade de acordo com uma concepção de classe. E, a intenção não é apenas informar o leitor, mas também direcioná-lo a uma verdade de classe. O que se evidencia é mais uma fidelidade e um comprometimento ideológico do jornal do que uma influência propriamente jornalística na construção do fato. O jornal, ao expressar as lutas, reivindicações e direitos dos trabalhadores, reconhece a existência do trabalhador enquanto classe.

O jornalismo sindical, então, constrói um discurso panfletário porque polêmico, político, denunciador, crítico, caracterizado principalmente pela redação e edição do texto informativo editorializado, isto é, opinativo; comprometido com o ponto-de-vista, com a subjetividade e a participação do emissor/enunciador.

E, a linguagem apresenta-se direcionada para os principais focos das necessidades ou interesses da classe trabalhadora. Os veículos, para expressar as reivindicações e conscientizar, orientar e unir a categoria, utilizam-se de uma linguagem extremamente direta, no sentido de ser reconhecida como incisiva, decisiva, convicta e, por isto, adjetiva. Porém, se no contexto de edição, a publicação optar por "Lay-out" que exagera o fato semântico e graficamente, poderá ser reconhecida como sensacionalista.

O sensacionalismo do acontecimento no jornalismo de oposição pode ter um caráter editorial desde que a organização assuma o seu discurso político de for-

ma a chamar a atenção da Sociedade ou do seu público, através da edição de recursos visuais que podem ser reconhecidos como apelativos, através do uso de cores, manchetes, títulos fortes etc, envolvendo o conteúdo do noticiário.

Porém, se o conteúdo privilegiar apenas o caráter de singularidade do fato, a publicação estará realizando um jornalismo sensacionalista nos moldes editados pelos jornais popularescos, porque o caráter de oposição, em última instância, deverá romper com a singularidade, com a descontextualização, com a estereotipação, com a univocidade positiva ou negativa das fontes e das personagens do fato, devido a sua opção pela análise, denúncia e crítica pluralista do fato na sua particularização.

Contudo, a análise, de algumas edições de jornais de sindicatos, de entidades e de bairros (1, 2, 3, 4, 9, 13, 19), que realizamos nos demonstrou, a priori, que não existe um texto jornalístico padrão, com características que possam ser enumeradas ou demonstradas objetivamente porque tanto o aspecto textual quanto gráfico (até em termos de formato) variavam de edição para edição. O padrão gráfico, no entanto, é mais uniforme nas publicações que têm uma periodicidade regular ou mais ou menos regular.

No entanto, não vinculamos a questão da padronização editorial com a periodicidade regular pois consideramos que um dos aspectos que definem o jornalismo de oposição é também o caráter de renovação e crítica da própria prática jornalística, pelo fato de se propor a corporificar a opinião e a participação do leitor, da comunidade, do grupo etc. Conteúdo, texto, tratamento gráfico-visual precisam estar em função ou representar o público para o qual é dirigida a publicação.

Os impressos, então, não precisam necessariamente produzir uma linguagem padronizada (do tipo "lead", "sublead", olho, intertítulo, na forma de pirâmide invertida etc). Mas, a tiragem e a distribuição precisam estar ao alcance do leitor tanto quanto o veículo precisa oferecer, ao seu público, informações ligadas a perspectivas de mudança. Mudanças oferecidas também na forma de perceber o real, que só serão possíveis através da não-fragmentação e da contextualização do fato com os elementos que constituem a sua realidade macrosociológica.

Os meios de comunicação de oposição reproduzem, no interior do seu espaço discursivo, as tendências políticas e ideológicas a que estão engajados e/ou identificados. Por isto, a informação, traduzida em notícia, torna-se dirigida e, o veículo torna-se porta-voz da visão ideológica dos enunciadores sobre o fato. O conteúdo, preso ao presente histórico geralmente caracterizado com questões voltadas para o trabalho e para o cotidiano do trabalhador, submete a sua periodicidade ou aparecimento (edição) aos períodos de greve, eleições e campanhas salariais.

A questão da periodicidade, no entanto, é mais complexa porque sua descontinuidade, volume e qualidade da informação, também está vinculada a fatores econômicos determinantes. A situação financeira do sindicato, do partido, da associação determina, assim, a escolha do meio de divulgação que se coaduna com os suportes de manutenção existentes. Desta forma, se se opta por um jornal mensal (ou por boletins, panfletos, jornais murais etc.) em detrimento de um meio eletrônico, que implicaria em maiores investimentos em termos de dinheiro.

Reconhecemos, no entanto, que cada tipo de veículo desempenha uma função diferente dentro do circuito de divulgação da informação de oposição. Os volantes são meios tão rápidos de divulgar as notícias quanto um anúncio numa emissora de rádio ou de televisão, para convocar os trabalhadores para uma assembléia. A escolha, no caso, reside no volume de dinheiro disponível para subsidiar a frequência da divulgação da mensagem.

3 A PRÁTICA DA OPÇÃO-OPOSIÇÃO

Para fins de operacionalização e reconhecimento, precisamos definir a imbricação dos conceitos de **oposição** e **popular** na esfera do universo de produção do jornalismo.

Para isto, situamos o jornalismo como uma prática **popular** e de **oposição** (a outras práticas reconhecidas como tradicionais e hegemônicas) até o momento em que permita a emergência:

- a) de uma nova concepção de Comunicação entre meio e público e um novo conceito de Fonte e Notícia;
- b) de um projeto editorial que garante espaço à subjetividade (pontos-de-vista, opiniões, idéias) do autor-redator-jornalista e do indivíduo da organização ou da comunidade, como responsável pela historicidade do fato e como participante da cultura;
- c) da análise, denúncia e crítica pluralista na busca da complexidade e não da simplificação dos processos e estruturas sociais, para que se estabeleça (ou se reconheça) a existência de conflitos, contrastes e exclusões sociais;
- d) da utilização alternativa de procedimentos, instrumentos ou processos informativos;
- e) de proposta de realização de meios específicos (como porta-vozes) com conteúdos políticos e ideológicos assumidos, engajados e orientados para e com setores de opinião excluídos dos meios de informação hegemônicos, para que auxiliem na construção de um projeto informacional que colabore na construção da organização política dos trabalhadores, das comunidades e da sociedade civil;
- f) da participação eletiva periódica, nas funções de direção, captação, edição e divulgação e da participação direta do indivíduo no processo de comunicação como integrante da comunidade, da organização e da sociedade;
- g) de informações (conteúdos e textos) ligadas a perspectivas de mudança e renovação sociais, através de uma linguagem adequada ao cotidiano das classes populares em suas áreas de habitação, trabalho e lazer;
- h) de relações de solidariedade e união entre emissores/produtores e público e de uma nova relação entre emissor/produtor

- tor, meio/forma/conteúdo e público;
- i) de espaços discursivo-ideológicos para o debate permanente de idéias e realidades consideradas malditas e marginais e de espaços de defesa de culturas e saberes populares e artesanais;
 - j) de políticas editoriais não vinculadas a modelos convencionais de financiamentos e a práticas de fragmentação e singularização dos acontecimentos que acabam estrangulando a independência e a credibilidade ideológicas e não propiciam a evolução de projetos e políticas informacionais que acompanhem as mudanças históricas;
 - k) de projetos de comunicação alinhados aos interesses e direitos do Cidadão e da Sociedade, para garantir não só espaços de liberdade profissional mas também de liberdade de expressão de grupos, segmentos, populações que se encontram silenciados diante da dinâmica da vida social.

4 CONCLUSÃO

O Jornalismo de oposição à grande imprensa não se diferencia apenas por romper com os modelos tradicionais de produção, mas também por criar condições de emergência de novos meios, formas, conteúdos, linguagens e novas concepções sobre os conceitos de Comunicação, Notícia, Emissor, Produtor, Receptor.

Também se opõe à imprensa popularesca porque não incorpora nem representa as classes populares enquanto público alvo que consome um discurso informativo **adequado** às suas condições de marginalidade, exclusão, inferioridade, desigualdade social, cultural, política e econômica.

O jornalismo de oposição é popular enquanto realiza, no interior de sua estrutura de funcionamento, um modo de comunicação que admite a participação direta do cidadão no processo de produção e visa a politização e a organização das classes trabalhadoras e das comunidades, como sujeitos da História e não como vedetes, bodes expiatórios e vítimas estigmatizadas, estereotipadas e espetacularizadas pela ordem informacional instituída.

5 BIBLIOGRAFIA CITADA

- 1 AQUI Ó...: Jornal do bairro Santana. Porto Alegre, set., 1987
- 2 O BANCÁRIO. Porto Alegre : Sindicato dos Bancários de Porto Alegre, 3 out. 1988.
- 3 BOLETIM DA ADMINISTRAÇÃO POPULAR. Porto Alegre : Prefeitura Municipal, n. 1-2, 1989.
- 4 BOLETIM NACIONAL. São Paulo : CUT, n. 16, 1987.
- 5 CADERNOS INTERCOM. Jornalismo popular. São Paulo : Cortez, INTERCOM, v. 1, n. 1, mar., 1982. 76p.
- 6 CAPARELLI, Sérgio. **Comunicação de massa sem massa**. São Paulo : Cortez, 1980. 125p.
- 7 _____. A imprensa alternativa revisitada. **Revista de Biblioteconomia & Comunicação**, Porto Alegre, v. 3, p. 7-16, jan./ dez. 1988.

- 8 CELADEC. **Jornalismo popular**. 3 ed. São Paulo: Paulinas, 1989. 61p.
- 9 FOLHA BANCÁRIA. São Paulo : Sindicato dos Bancários e Financeiros de São Paulo, n. 1576-1581, 1586-1587, 1987.
- 10 FONTCUBERT, Mar de; GOMEZ MOMPART, J. L. **Alternativas de comunicación: crítica de experiencias y teorías**. Barcelona : Mitre, 1983.
- 11 GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**; para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre : Tchê!, 1987. 230p.
- 12 GENRO FILHO, Adelmo; ROLIM, Marcos; WEIGERT, Sérgio. **Hora do povo**; uma vertente para o fascismo. São Paulo : Brasil Debates, 1981. 55p.
- 13 INFORMATIVO SINDICAL. (s.l.), Comissão Sindical do Alto Uruguai, v. 4, n. 23 (198-)
- 14 A NOTÍCIA popular. São Paulo : Aler, Ibase, Fase, Sepac/EP, 1986, 76p. (Manuais de Comunicação, n. 2)
- 15 O NOTICIÁRIO popular. São Paulo : Aler, Ibase, Fase, Sepac/EP, 1986. 85p. (Manuais de Comunicação, n. 6)
- 16 MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia** : jornalismo como produção social da segunda natureza. São Paulo : Ática, 1986. 188p. (Ensaio 121)
- 17 MELO, José Marques de (coord.) **Comunicação e classes subalternas**. São Paulo : Cortez, 1980. 203p.
- 18 PEDROSO, Rosa Nívea. **A produção do discurso de informação no jornalismo sensacionalista**. Rio de Janeiro : ECO/UFRJ, 1983. Imprensa alternativa ou semi-artesanal como lugar de emergência de jornais populares, p.53-62. Dissertação (Mestrado em Comunicação) — Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- 19 PORTO ALEGRE AGORA. Porto Alegre : Prefeitura Municipal, Administração Popular, n.1, jun.; n.2, ago. 1989.
- 20 PROPOSTA. Comunicação e movimento popular : o que pinta de novo na tela do povo. Rio de Janeiro : FASE, n. 28, fev. 1986.