

Circulação audiovisual e comunicação pública: A internet como espaço para o exercício da pluralidade e do direito à comunicação¹

Caroline Marino PEREIRA²

Iluska COUTINHO³

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

Resumo

Os telejornais ainda são a principal forma de acesso à informação de muitos brasileiros, que, na maioria das vezes, assistem àqueles noticiários exibidos em emissoras de exploração comercial. Neste cenário, encontram-se discursos hegemônicos e pouco plurais. Em contrapartida a televisão pública tem o papel de oferecer uma forma diferenciada de informação na mídia audiovisual. Quando esta lacuna não é preenchida pelos meios tradicionais de comunicação, meios alternativos são criados com objetivo de dar espaço e voz a grupos minoritários. A internet, por meio das redes sociais, possibilita que conteúdos jornalísticos independentes sejam compartilhados e divulgados. Esse artigo propõe analisar um recorte da produção de dois coletivos de mídia livre para compreender se eles oferecem à população narrativas audiovisuais que sejam, de fato, públicas.

Palavras-chave: Democratização da Comunicação; Comunicação Pública; Comunicação Alternativa; Narrativas Audiovisuais; Internet.

Introdução

A principal finalidade do jornalismo, segundo Kovach e Rosenstiel (2003), é fornecer informações de interesse público para que cada cidadão seja livre e se autogoverne. Ainda que novas tecnologias e gerações surjam, de acordo com os autores, a finalidade permanece a mesma. A televisão ainda é o meio de comunicação de massa que atinge o maior número de brasileiros. Sendo assim, os telejornais deveriam firmar primeiramente um compromisso com os cidadãos, e não, com empresas de comunicação. “O profissional de imprensa não é como os empregados de outras empresas. Ele tem uma obrigação social que na verdade pode ir além dos interesses imediato de seus patrões”. (KOVACH e ROSENSTIEL, 2003, p. 83).

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação do 7º semestre do Curso de Jornalismo da UFJF, email: carolinemarinop@hotmail.com

³ Orientadora do trabalho. Doutora em Comunicação e professora do Curso de Jornalismo da Facom-UFJF, email: iluskac@globocom

Entretanto, na prática, outros interesses são colocados em prioridade. Sobretudo no Brasil, onde a maioria das empresas de comunicação são privadas e concentradas em oligopólios. As emissoras de exploração comercial privilegiam os interesses econômicos, uma vez que se guiam pela lógica do lucro e da audiência. Em contrapartida, as emissoras públicas de TV são consideradas uma alternativa mais plural, cujo princípio é de fato o interesse público, com oferta de informação de qualidade, isenta e que represente o cidadão.

Além das emissoras de televisão pública, há ainda os meios de comunicação alternativos, que pretendem “ser uma opção enquanto canal de expressão e de conteúdos info-comunicativos frente à grande mídia comercial” (PERUZZO, 2008, p. 2). Peruzzo salienta a importância da comunicação alternativa como forma de contribuir para a democratização da comunicação.

No conjunto, a comunicação alternativa representa uma contra-comunicação, ou uma outra comunicação, elaborada no âmbito dos movimentos populares e “comunidades”, e que visa exercitar a liberdade de expressão, oferecer conteúdos diferenciados, servir de instrumento de conscientização e, assim, democratizar a informação e o acesso da população aos meios de comunicação, de modo a contribuir para a transformação social. (PERUZZO, 2008, p. 2).

A comunicação alternativa deve ser livre de interesses comerciais, governamentais e/ou políticos (PERUZZO, 2008, p.3). Neste sentido, observamos que o conceito de comunicação alternativa muito se assemelha aos ideais da comunicação pública, uma vez que, o papel de emissoras públicas de televisão “se constitui, portanto, em ser uma alternativa e complemento às TVs comerciais, veiculando conteúdos que não são privilegiados por elas e buscando novos formatos” (MEIRELLES, 2013, p. 14).

Há diversos meios para se produzir um conteúdo jornalístico alternativo, um deles é o vídeo. Com o advento da internet a possibilidade de compartilhar tais conteúdos através de redes sociais, sem necessariamente precisar de uma emissora de radiodifusão, propiciou o surgimento de coletivos de mídia independentes que produzem materiais audiovisuais exclusivamente para a internet. Como as narrativas audiovisuais são os produtos que mais se assemelham às matérias veiculadas em telejornais, pretendemos analisar alguns vídeos postados na rede social *YouTube* por dois coletivos de mídia livre. São eles: Rede Jornalistas Livres⁴ e Coletivo Candeia⁵.

⁴ <https://medium.com/jornalistas-livres>

⁵ <http://www.candeia.jor.br/>

A proposta do artigo é investigar se as produções desses coletivos de mídia independente se aproximam dos ideais de comunicação pública e, se, essas propostas de comunicação alternativa são uma possibilidade para a democratização da comunicação incluindo os cidadãos e pautas muitas vezes excluídos do processo comunicacional dos grandes veículos de exploração comercial.

Telejornalismo público e direito à comunicação

A televisão e, conseqüentemente, os telejornais se instauraram como “forma preferencial de acesso à informação em um país marcado pela oralidade e, durante muitos anos, pela crença nas imagens e sons veiculados em edições de noticiários” (COUTINHO, 2013, p. 01). Coutinho acrescenta que os telejornais apresentam a promessa de cumprimento do direito à informação e de acesso aos conteúdos audiovisuais de interesse público.

Neste contexto, onde a televisão ainda é a principal forma de acesso à informação de muitos brasileiros, uma emissora de televisão pública tem o dever de se diferenciar das demais emissoras. Oferecendo à população conteúdos plurais, éticos, independentes e de interesse público que não são encontrados em outros canais (MEIRELLES, 2013, p.18).

Eugênio Bucci⁶ defende a emissora pública como ideal de imprensa e um direito das pessoas de terem acesso à informação jornalística isenta de interesses, ao conhecimento e às manifestações culturais, sejam como autoras ou espectadoras.

As emissoras públicas, em suma, existem para ajudar a sociedade a realizar o ideal da imprensa — que é instituição social, independente do Estado, em que vige a liberdade de expressão, incumbida de fiscalizar o poder. Elas só têm sentido social e histórico se estiverem a serviço da sociedade e dos direitos dos cidadãos. (BUCCI, 2010, p.5).

O ideal de uma televisão pública é ser uma alternativa aos modelos comerciais, que privilegiam o lucro e um lugar para que cidadãos tenham voz, espaço e representatividade.

O ideal é projetar uma televisão humanista, que promova uma melhor compreensão entre todos e permita aos excluídos terem um controle sobre suas

⁶Eugênio Bucci foi presidente da Radiobrás, e autor de dois livros sobre televisão pública. O primeiro sobre a sua experiência e o segundo em tom de ensaio, com a negação da comunicação pública.

imagens públicas; que propicie novas formas de controle e de rede social, ao permitir às pessoas a possibilidade de criar e de contar suas próprias histórias; uma tela que possibilite imaginar novas audiências e novas consciências, sobretudo a partir dos atores sociais que se sentem abandonados pela tela comercial. (RINCÓN, 2002, p. 337)

No entanto, o espaço público de comunicação muitas vezes “deixa de ser público, para tornar-se, em sua maior parte, objeto de oligopólio da classe empresarial, a serviço de seu exclusivo interesse de classe” (COMPARATO, 2001, p. 10). A comunicação brasileira não é voltada para canais públicos de televisão, uma vez que “a operação das emissoras de televisão em nosso país sempre esteve associada à exploração comercial, ainda que muitas vezes com o patrocínio do Estado, um dos principais anunciantes ao longo da história da TV brasileira” (COUTINHO, 2013, p.3). Meirelles (2013) salienta que essa configuração do sistema de comunicação, onde o modelo comercial se tornou hegemônico e onde há problemas de concentração de mídia, prejudicam a efetiva democratização da comunicação e o direito à comunicação.

O direito à comunicação, segundo Coutinho, pode ser entendido como um direito social, “como aquele por representação em diferentes instâncias decisórias. Entre essas instâncias poderíamos em última análise incluir o (tele) Jornalismo, cuja legitimidade também é atribuída socialmente” (COUTINHO, 2013, p. 7). Além disso, o direito à comunicação pressupõe que os cidadãos tenham voz expressa também na mídia, que todas as pessoas tenham acesso aos meios de produção e veiculação de informação e estabeleçam uma relação autônoma e independente frente aos meios de comunicação.

Parte do projeto iluminista do Jornalismo a autonomia do cidadão, também poderia ser assim associada à sua capacidade em converter-se de espectador, apenas, em também produtor de discursos e relatos audiovisuais, ainda que potencialmente. Novos sons e imagens assim tensionariam a produção jornalística, mas também estariam em diálogo com ela, com procedimentos consolidados de produção de notícias e redução de incertezas quanto ao conteúdo veiculado. (COUTINHO, 2013, p. 7).

Quando esses direitos não são assegurados pela mídia tradicional e as emissoras públicas não são o principal meio de informação de grande parte da sociedade, meios alternativos de mídia são criados com o intuito de “representar uma opção enquanto fonte de informação, pela cobertura de temas ausentes da grande mídia e abordagem crítica dos conteúdos que oferece” (PERUZZO, 2008, p. 7).

A internet como espaço alternativo para a comunicação audiovisual

A atuação de mídias alternativas não é recente. Peruzzo (2013) destaca que no Brasil esse tipo de comunicação teve grande atuação durante o período da ditadura militar (1964-1985) e, também, em outras situações de tensão política e social. Com o passar do tempo, a comunicação alternativa se reinventa, “mas continua se caracterizando como independente de governos e empresas e não se alinhando ao modo de operar dos grandes meios de comunicação, na sua lógica de mercado e como sistema burocrático” (PERUZZO, 2013, p. 90). Essa reinvenção se dá, principalmente, com o avanço tecnológico, onde a comunicação alternativa passou a abranger uma infinidade de dispositivos e formas de produção.

Seja por rádio, internet ou impressos, os veículos alternativos se constituem como um espaço de difusão de mensagens que adotam um critério diferenciado de noticiabilidade, que incorpora valores que claramente buscam ser difundidos em prol de determinado grupo – e, em geral, contra certa situação considerada opressora. Mais do que isso, esses canais buscam, claramente, se opor ao que é realizado pelos *media* tradicionais. (FERNANDES, 2014, p. 3)

A internet potencializou a divulgação de conteúdos produzidos por meios alternativos. Com redes sociais que permitem o compartilhamento de vídeos é possível produzir narrativas audiovisuais com cunho jornalístico sem depender de uma emissora de televisão para transmitir tal produção. Se antes as emissoras de televisão e de mídia tradicionais concentravam o monopólio da informação e do audiovisual, com poucas possibilidades de contraponto, a partir de iniciativas limitadas de veículos de comunicação alternativa, com a internet a produção de notícias passou a ser compartilhada por produtores, que publicam e compartilham suas próprias imagens, textos e vídeos (FERNANDES, 2014, p. 3). Essa possibilidade, para Peruzzo, potencializa a criação de agências independente de notícias.

A internet, ao inverter a lógica de produção centrada num emissor e dirigida a todos (um-todos) para aquela em que todos podem se tornar emissores e serem vistos/ouvidos por todos (todos-todos), amplia as possibilidades comunicativas e de participação social. A facilidade com que cada cidadão pode se tornar “jornalista” é incomparável a de períodos anteriores. A construção de *blogs* e *sites* cada vez acessível é uma evidência. Nesse cenário, agências alternativas de notícias são criadas. (PERUZZO, 2009, p. 10).

Essa independência de produção jornalística na internet pode preencher a lacuna não preenchida na mídia tradicional e cumprir o papel de uma comunicação plural, democrática e, sobretudo, pública. Uma vez que potencializa o compartilhamento de ideias e valores que antes só poderiam ser vivenciados isoladamente ou por pequenos grupos. Com as redes sociais, esses ideais passam a “ser compartilhados em larga escala a partir de uma comunicação livre, horizontal, em que todos os seus interlocutores se sintam igualmente envolvidos” (FERNANDES, 2014, p. 03).

As ferramentas para o compartilhamento de produções independentes na internet estão, em sua maioria, disponibilizadas online gratuitamente. Por isso, este meio contribui para a construção de uma plataforma de comunicação alternativa sólida, uma vez que não possui as barreiras burocráticas como as impostas ao coletivo que deseja iniciar um canal de TV ou estação de rádio comunitária. Qualquer pessoa com um computador conectado é capaz de enviar e receber conteúdos na web. A internet viabilizou o surgimento de canais e coletivos de mídia independentes que produzem conteúdos jornalísticos para disponibilizar exclusivamente nas redes. De acordo com Peruzzo, essa possibilidade evidenciou que o universo da comunicação é maior do que o da grande mídia.

Há outra comunicação em curso que vem fazendo a diferença há anos, mas que agora ganha novas formas de expressão e capacidade de democratizar conteúdos por meio do empoderamento das tecnologias que facilitam as conexões e a formação de novas redes, as virtuais, porém sem desconsiderar das demais, as básicas e as político-sociais e presenciais. (PERUZZO, 2013, p. 91).

Visto que os meios alternativos se apresentam como um contraponto a um discurso consolidado dos meios de comunicação tradicionais e de exploração comercial, é relevante compreender, sobretudo as produções jornalísticas audiovisuais difundidas pelas redes sociais, se as produções desses coletivos de mídia independente se aproximam dos ideais de comunicação pública e, se, essas propostas são uma possibilidade para a democratização da comunicação, incluindo os cidadãos e pautas muitas vezes excluídos do processo comunicacional dos grandes veículos. Além de buscar entender as tendências e inovações na produção de notícias nessa nova construção de sentidos.

Rede Jornalistas Livres e Coletivo Candeia: Narrativas públicas?

Como as narrativas audiovisuais são os produtos que mais se assemelham às matérias veiculadas em telejornais, pretendemos analisar alguns vídeos postados na rede social *YouTube* por dois coletivos de mídia livre. São eles: Rede Jornalistas Livres e Coletivo Candeia. Analisaremos dois vídeos, um de cada coletivo e com narrativas distintas.

A Rede Jornalistas Livres surgiu no dia 12 de março de 2015. De acordo com a descrição no site da Rede, a ideia de trabalho se baseia na “colaboração entre todos os comunicadores que defendem e lutam pela ampliação da democracia brasileira”. Entre os colaboradores estão coletivos de mídia livre, artistas, jornalistas avulsos, repórteres, editores, fotógrafos e cinegrafistas. O principal objetivo da rede é ser um contraponto na narrativa da grande mídia.

Queremos incluir as vozes, os sotaques, os modos de expressão, as histórias de vida, as alegrias e os lamentos de toda a imensa variedade de formas de vida e sociabilidade humana que se encontram neste país. Não almejamos a “fala correta”, não seguimos manuais homogeneizadores e excludentes da diferença e diversidade. Somos uma rede inclusiva contra a exclusão somos, por isso, bem diferentes da mídia corporativa. (JORNALISTAS LIVRES, 2015)

Pretendemos analisar uma produção audiovisual publicada no canal do Youtube⁷ e divulgada na página do Facebook⁸ da Rede Jornalistas Livres. As produções são feitas exclusivamente para a internet e as pautas são temas de interesse público. O vídeo escolhido para análise é “15 de março”⁹.

A primeira produção é a cobertura da manifestação contra o atual governo que aconteceu em várias cidades do Brasil no dia 15 de março de 2015. A forma narrativa da cobertura é diferente de matérias tradicionais de telejornais. Não há passagem do repórter e durante todo o vídeo há apenas a fala do repórter em *off*, sonoras de povo-fala e texto escrito. Além disso, as imagens que ilustram o *off* mostram que o cinegrafista está dentro da ação, movimentando-se entre os manifestantes.

O vídeo, que tem cinco minutos e dez segundos, começa com imagens da época da ditadura militar e relata através de texto escrito alguns fatos que também

⁷ <https://www.youtube.com/channel/UCjwyfg7vfsScSPfzPyWkEUG>

⁸ <https://www.facebook.com/jornalistaslivres>

⁹ https://www.youtube.com/watch?v=j_fZdCbuFX0

aconteceram no dia 15 de março durante o governo ditatorial. O início da fala do repórter questiona a escolha da data e os discursos conservadores muito semelhantes aos das marchas que antecederam o golpe militar de 1964. Mas, explica que as semelhanças com as manifestações de 1964 acabam quando falta consenso nas demandas dos manifestantes. Logo após, o povo-fala confirma o que está sendo dito através da opinião de alguns personagens presentes na manifestação. O vídeo questiona também a atuação dos partidos de oposição e da grande mídia na cobertura dos protestos.

OFF – Diferente de 64, os partidos de oposição tiveram uma participação discreta. Evitaram a presença de suas lideranças de maior peso, mas patrocinaram os atos com medidas pontuais na esperança de amplificar o volume da manifestação. Coube então à grande mídia sobrepôr aos múltiplos discursos uma ideia única. A narração dos fatos foi abandonada para dar lugar a uma retórica muito familiar.

Para finalizar, o repórter informa que no fim do mesmo dia, o Ministro da Justiça anunciou medidas para atender “a demanda que parecia ser a mais evidente nos protestos”. E inclui a sonora do Ministro da Justiça onde ele se coloca a favor da reforma política e contra o financiamento empresarial de campanhas eleitorais. O vídeo termina com a constatação que esse pronunciamento do governo atende as demandas da população, mas vai contra “as intenções da mídia corporativa e seus anunciantes”.

É possível observar que a narrativa se posiciona contra a cobertura da grande mídia e questiona a manifestação e as pautas levantadas pelos manifestantes.

O segundo vídeo que analisaremos é um pouco diferente do primeiro, uma vez que não é a cobertura de um acontecimento, e sim uma vídeo-reportagem mais documental onde não há a presença do repórter. O vídeo também é maior, tem treze minutos e trinta e um segundos e trata da questão da redução da maioria penal no Brasil. A produção é do Coletivo Candeia e foi publicadas no canal do Youtube¹⁰ e divulgada na página do Facebook¹¹ do coletivo.

O Candeia se denomina como uma criação coletiva de profissionais da área de comunicação. A intenção do grupo é “produzir conteúdos que ofereçam uma proposta alternativa à mídia tradicional”. O vídeo escolhido para análise é “PEC 171/93: Por que

¹⁰ <https://www.youtube.com/channel/UCgWjKon6x7G9kubAhW4JoMA>

¹¹ <https://www.facebook.com/candeiajor>

reduzir não é a solução?”¹². Para a produção da vídeo-reportagem, o coletivo visitou uma unidade da Fundação Casa e conversou com especialistas, políticos e movimentos sociais sobre o assunto.

A reportagem começa com imagens da Fundação Casa e um depoimento, em *off*, de um adolescente que está cumprindo medida socioeducativa. No depoimento ele conta porque está cumprindo a medida e que espera que sua vida mude quando sair da Fundação. Em seguida, é ouvido um advogado que se posiciona contra a Proposta de Emenda Constitucional que reduz a maioria penal no Brasil de 18 para 16 anos. Um juiz e professor de direito penal explica sobre a legislação e esclarece alguns dados que são divulgados de maneira errada. Ele explica a diferença entre redução da maioria penal e responsabilização de adolescentes. O juiz esclarece que há no Brasil uma legislação que responsabiliza o adolescente que cometer algum ato infracional.

A representante da *Humans Right Watch*, uma organização internacional não-governamental que defende e realiza pesquisas sobre os direitos humanos, explica que o sistema carcerário não é o ideal para reabilitar o adolescente como o sistema socioeducativo faz. Além disso, o sistema penitenciário contribuiu para o fortalecimento das facções criminosas. A ex-ministra da Secretaria Nacional de Direitos Humanos também é uma fonte ouvida pela reportagem. Ela fala sobre a importância da reintegração do adolescente para que não haja reincidência e declara que a responsabilidade do adolescente é da sociedade e do Estado, não só da família. A presidente da Fundação Casa também é ouvida e não defende a redução da maioria penal, ela afirma que há um mito na sociedade em relação aos crimes cometidos por adolescentes, uma pequena minoria cometem crimes hediondos.

Em um segundo momento da reportagem há imagens de uma manifestação contra a PEC 171/93 que aconteceu em São Paulo. E a sonora de um representante do Circulo Palmarino, uma corrente nacional do movimento negro, que questiona os argumentos a favor da Proposta e afirma que não há estatísticas que mostrem que é viável a redução da maioria penal e sim, que os jovens pobres e negros no Brasil são muito mais vítimas do que causadores da violência. Para finalizar a reportagem, é perguntado a um dos adolescentes que cumprem medida a sua opinião a respeito da redução da maioria penal. O adolescente afirma que a aprovação da PEC seria prejudicial para todos os adolescentes porque em um presídio ele não teria a oportunidade de refletir sobre os seus atos e retomar os estudos como tem feito durante o cumprimento de sua medida na Fundação Casa.

¹² <https://www.youtube.com/watch?v=gPRVtrY72Ms>

É evidente que a narrativa se posiciona contra a redução da maioria penal. A reportagem elucida alguns pontos pouco esclarecidos nos debates que geralmente são veiculados na grande mídia. Além de ouvir movimentos sociais, especialistas no assunto e o adolescente, que é o mais afetado pela Proposta.

Em ambos os vídeos analisados, os coletivos declaram sua posição em relação há um determinado assunto. No primeiro vídeo, da Rede Jornalistas Livres, é claro a posição do coletivo contra a pauta defendida pelos manifestantes e também a insatisfação com a cobertura que a grande mídia fez do acontecimento. No segundo vídeo, o Coletivo Candeia se posiciona contrário a PEC que propõe reduzir a maioria penal no Brasil.

Por se tratar de uma comunicação declaradamente contra-hegemônica, a produção jornalística dos coletivos claramente apresenta um lado, o de minoria em oposição ao grupo detentor do poder – sócio-econômico, político ou cultural. Ao adotar um enquadramento que absorve um público antes não contemplado pelos grandes meios de comunicação, “esse posicionamento acaba por se tornar um atrativo para os que buscam as informações difundidas pelos canais alternativos” (FERNANDES, 2014).

Para a análise foram levados em conta três eixos de avaliação: Pluralidade, Diversidade e Cidadania. Ambas as produções cumprem o papel de ser uma narrativa plural quando representam diversos setores sociais ao longo do vídeo. Também consideramos que as narrativas buscam a diversidade por incluir o público, dar direito à voz à representantes de vários grupos e abordar temáticas presentes na grande mídia, porém com tratamento, enfoque e modelos diferenciados dos convencionais. A cidadania também está presente quando ambos os vídeos possuem desdobramentos que permitem que o público reflita a respeito dos temas abordados.

Considerações finais

As emissoras públicas de TV são consideradas uma alternativa na mídia tradicional, cujo princípio é de fato o interesse público, com oferta de informação de qualidade, isenta e que represente o cidadão. Porém, no Brasil, onde há uma concentração de mídia na mão de poucas empresas privadas, os interesses econômicos são colocados à frente do interesse público, uma vez que as emissoras de exploração comercial se guiam pela lógica do lucro e da audiência. Quando as emissoras públicas não são o principal meio de informação de grande parte da sociedade, meios de comunicação alternativos são criados para preencher

essa lacuna e ser uma opção enquanto canal de expressão frente à grande mídia comercial.

A internet potencializou a divulgação de conteúdos produzidos por meios alternativos. Com redes sociais que permitem o compartilhamento de vídeos é possível produzir narrativas audiovisuais com cunho jornalístico sem depender de uma emissora de televisão para isso. Inclusive o canal de televisão público brasileiro, a TV Brasil, utiliza essa potencialidade da web para ampliar as redes e incluir pautas diversificadas no telejornal da emissora. Através do quadro ‘Outro Olhar’, a TV Brasil abre um espaço para a sociedade e produtores independentes de conteúdos audiovisuais veicularem suas produções durante o Repórter Brasil. Além de receberem produções via e-mail, a emissora busca conteúdos publicados na internet por produtores independentes como os coletivos analisados neste artigo.

No decorrer do texto, analisamos dois vídeos de dois coletivos de mídia independente que produzem para a internet e publicam suas produções em redes sociais. Analisamos um vídeo da Rede Jornalistas Livres e um do Coletivo Candeia.

As produções apresentam discursos mais plurais, com outras vozes e outros olhares em relação aos assuntos abordados. Pode-se perceber que realmente as produções apresentam contrapontos e opiniões diferentes daquelas veiculadas nos grandes meios de comunicação. Isso mostra que os coletivos se aproximam dos ideais de comunicação pública quando oferecem conteúdos plurais, independentes e de interesse público que não são encontrados em outros canais. E também cumprem o seu papel enquanto mídia alternativa já que buscam, claramente, se opor ao que é realizado pelos *media* tradicionais.

As narrativas audiovisuais analisadas são informativas, apresentam dados e fontes, mas também expressam claramente a posição dos jornalistas que a produziram. Isso é uma característica da comunicação alternativa, uma vez que ela se apresenta em defesa de determinado grupo minoritário, contra outro hegemônico. Essa apresentação faz com que o público, ao acessar esse tipo de notícia, já parta com a expectativa de se deparar com um conteúdo crítico.

Referências

BUCCI, Eugênio. **É possível fazer televisão pública no Brasil?** *Novos Estudos*: revista da CEBRAP, São Paulo, n.88, p.5-18, nov. 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-33002010000300001&script=sci_arttext>. Acesso em: 03 jul. 2015.

COMPARATO, Fábio Konder. **A Democratização dos Meios de Comunicação**. REVISTA USP, São Paulo, n.48, p. 6-17, dez 2001.

COUTINHO, Iluska. **Do telejornalismo público como um direito**: A oferta de informação na TV Brasil como potencialidade para comunicar as diferenças. In: INTERCOM SUDESTE, 2013, Bauru. *Anais eletrônicos...* Bauru: Unesp, 2013. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1838-1.pdf>>. Acesso em: 03 jul. 2015.

FERNANDES, Kamila. **Estratégias Discursivas do Jornalismo Audiovisual**: diferenças e semelhanças entre *media* tradicional e alternativo. In: CONFERÊNCIA ICA AMÉRICA LATINA, 4, 2014. Brasília. *Anais...* Brasília: UnB, 2014.

KOVACH, Bill & ROSENSTIEL, Tom. **Os Elementos do Jornalismo**. São Paulo: Geração Editorial, 2003

MEIRELLES, Allana. **Telejornalismo público**: uma avaliação dos compromissos da TV Brasil e da TV Cultura. Juiz de Fora: Universidade Federal de Juiz de Fora, 2013. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/facom/files/2013/11/Telejornalismo-P%C3%BAblico-uma-avalia%C3%A7%C3%A3o-dos-compromissos-da-TV-Brasil-e-da-TV-Cultura.pdf>> Acesso em: 02 de jul. de 2015.

PERUZZO, Cicília Maria Krohling. **Aproximações entre comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço**. INTERCOM, 2008, Natal. *Anais eletrônicos...* Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0716-1.pdf>>. Acesso em: 02 jul. 2015.

_____, Cicília Maria Krohling. **Movimentos sociais, redes virtuais e mídia alternativa no junho em que “o gigante acordou” (?)**. *Matrizes*, São Paulo, v. 7, n. 2, p 73-93, jul/dez. 2013.

RINCÓN, Omar (Org.). **Televisão pública**: do consumidor ao cidadão. São Paulo: Friedrich-Ebert-Stiftung, 2002.