

A nova “cara” da Comunicação Popular e Alternativa em tempos de mídias digitais

The new “face” of Popular and Alternative Communication in digital media times

Cleide Rodrigues PICOLO¹
Valmir Teixeira de ARAÚJO²

Resumo

A proposta deste trabalho é promover uma reflexão sobre a configuração da comunicação popular e alternativa na era da internet, em especial nas mídias digitais. A discussão sobre o tema é feita com base em revisão bibliográfica a partir de três pilares conceituais: uma abordagem sobre as tecnologias de informação e comunicação (TIC) na sociedade contemporânea; conceitos sobre comunicação popular e alternativa; e, por fim, experiência da comunicação população e alternativas nas novas mídias. As conclusões finais apontam para a compreensão de que as novas tecnologias têm sido ferramentas muito utilizadas e viáveis para promover e disseminar informações para além dos meios de comunicação tradicionais. Neste contexto, as mídias digitais dão suporte para o desenvolvimento de novas práticas de comunicação popular e alternativa que, por sua vez, ganham uma nova ‘cara’ na era da internet.

Palavras-chave: Comunicação Popular e Alternativa. Internet. Mídias Sociais.

Abstract

The purpose of this work is to promote a reflection on the configuration of popular and alternative communication in the internet age, especially in digital media. The discussion on this theme is based on a bibliographical review based on three conceptual pillars: an approach on Information and Communication Technologies (ICT) in contemporary society; concepts of popular and alternative communication; and, finally, experience of the communication population and alternatives in the new media. The final conclusions point to the understanding that new technologies have been widely used and viable tools to promote and disseminate information beyond the traditional media. In this context, digital media supports the development of new popular and alternative communication practices which, in turn, gain a new 'face' in the internet age.

Keywords: Popular and Alternative Communication. Internet. Social media.

¹ Mestre em Comunicação Social pela Umesp. E-mail: cleidepicolo@gmail.com

² Doutorando do Poscom/Umesp. E-mail: valmir.ptu@gmail.com

Introdução

A internet permitiu a conexão entre pessoas em nível mundial e, com o advento das tecnologias de informação e comunicação (TIC), a conectividade e a interação dispensam, inclusive, o uso do computador. Os equipamentos móveis, como telefones celulares e *smarthfones*, são capazes de promover a conexão e a propagação de informações entre pessoas de qualquer lugar do planeta, em tempo real. Atualmente, as TIC permitem o diálogo por voz, troca de texto, envio de fotos e vídeos, assim como a disseminação de conteúdos diversos produzidos por canais de comunicação em redes estabelecidas na internet. Nessa nova configuração, as mídias sociais passam a ter importância na sociedade na medida em que contribuem para o estabelecimento de novas dinâmicas sociais de relacionamento nos meios digitais.

Com base neste contexto, consideramos que as transformações tecnológicas impactaram diretamente os processos comunicacionais em diversos segmentos nos estudos da comunicação social como a comunicação popular e alternativa. De acordo com Peruzzo (2008, p.4), a comunicação popular e alternativa pode ser compreendida como um processo social que busca a alteração da lógica da injustiça (que recai sobre as populações subalternizadas), a partir de uma vocação de experiências comunicativas libertadoras. Assim, a comunicação popular e alternativa pode ser associada às experiências comunicativas de abordagem crítica, utilizando-se de instrumentos de lutas dos povos subalternizados, voltados para os diferentes temas de interesse social, que muitas vezes não estão presentes na comunicação dos meios tradicionais.

A partir da compreensão de que as TIC permitiram novas formas e fluxos de comunicação na sociedade e que, neste contexto, as mídias sociais têm um papel significativo, propõe-se neste trabalho refletir sobre a configuração da comunicação popular e alternativa na era da internet, em especial nas mídias digitais. A partir do estudo de revisão bibliográfica, o intuito foi dispor de uma discussão teórica-conceitual que contribua com a compreensão acerca da experiência da comunicação popular e alternativa nesta fase de pujança das mídias digitais. O trabalho está dividido em três partes: abordagens sobre as tecnologias de informação e comunicação na sociedade contemporânea; conceitos sobre comunicação popular e alternativa; por fim, um debate

teórico-conceitual sobre a experiência da comunicação popular e alternativa nas mídias digitais.

Reflexões sobre a internet, as mídias e as redes sociais na contemporaneidade

As tecnologias de informação e comunicação (TIC) estão no cotidiano de uma parcela significativa da sociedade mundial. O Relatório da União Internacional de Telecomunicações (UIT), das Organizações das Nações Unidas (ONU), mostra que 48% da população mundial usa internet, e que 4,3 bilhões de pessoas no mundo terão acesso à internet móvel até o fim de 2017 (MAIS..., Nações Unidas, 2017, s.p, 2 ago.2017). Nota-se essa representatividade de acesso à internet também na vida da população brasileira. O país é o quarto em número de usuários de internet, com 120 milhões de pessoas conectadas, ou seja, 59% dos brasileiros têm acesso à rede. Apesar do contingente significativo de pessoas conectadas no território nacional, dados da pesquisa TIC Domicílios, do Núcleo de Informação e Comunicação do Comitê Gestor da Internet (CGI-Br), apontam desigualdade no acesso à internet, com 59% de lares conectados nos centros urbanos, contra 26% nas áreas rurais (BRASIL..., Exame, 2017, 3 out.2017). De qualquer forma, é notória a presença da internet na sociedade contemporânea em escala mundial e, conseqüentemente, no Brasil.

O desenvolvimento das TIC facilitou e permitiu a aproximação entre pessoas nos ambientes digitais. As redes e as mídias sociais on-line são canais que permitem o elo de conexão entre cidadãos em todo o mundo. Além disso, estas disponibilizam ferramentas que facilitam o engajamento dos usuários por possuírem custos reduzidos para a participação, compartilhamento e circulação de conteúdos.

O sociólogo espanhol Manuel Castells (2003, p.8) concebe a internet como “uma alavanca na transição para uma nova forma de sociedade – a sociedade de rede”. Segundo ele, a internet “é um meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos com muitos, num momento escolhido, em escala global”.

A internet é o tecido de nossas vidas e (...) em nossa época poderia ser equiparada tanto a uma rede elétrica quanto ao motor elétrico, em razão de sua capacidade de distribuir a força da informação por todo o domínio da atividade humana. (...) a internet passou a ser base tecnológica para a forma organizacional da Era da Informação: a rede. Uma rede é um conjunto de nós interconectados [e ganhou] vida nova em nosso tempo transformando-se em redes de informação

energizadas pela internet. As redes têm vantagens extraordinárias como ferramentas de organização em virtude de sua flexibilidade e adaptabilidade inerentes, características essenciais para se sobreviver e prosperar num ambiente em rápida mutação (CASTELLS, 2003, p.7).

É irrefutável a influência da internet e os desdobramentos que se deram na sociedade a partir de sua disseminação em escala global. Na visão de Castells (2003, p.10), a internet transformou o modo como as pessoas se comunicam. Por outro lado, as diferentes maneiras de usá-la também têm transformado a própria internet. A partir de então, “um novo padrão sociotécnico emerge dessa interação”.

A presença da internet no cotidiano da sociedade moderna deve-se também ao fato desta ser uma tecnologia de comunicação livre, ou seja, “particularmente maleável, suscetível de ser profundamente alterada por sua prática social, e conducente a toda uma série de resultados sociais potenciais” (CASTELLS, 2003, p.10). Um olhar complementar a esse é o da pesquisadora de novas tecnologias, Lucia Santaella (2013, p.25), ao afirmar que “antes que as plataformas de redes sociais tivessem sido desenvolvidas, já estava no genoma da internet a tendência para as redes de agrupamentos humanos”. Vale abordarmos ainda a representatividade da web na sociedade, com base na análise de Alex Primo:

A Web 2.0 tem repercussões sociais importantes, que potencializam os processos de trabalho coletivo, de troca afetiva, de produção e circulação de informações, de construção social de conhecimento apoiada pela informática. (...) uma rede social não se forma pela simples conexão de terminais. Trata-se de um processo emergente que mantém sua existência através das interações entre os envolvidos. Esta proposta, porém, focar-se-á não nos participantes individuais, e sim no ‘entre’(interação = ação entre) (PRIMO, 2007, p.2-7).

Raquel Recuero observa (2009, p.16-17) uma profunda mudança quanto a formas de organização, identidade, conversação e mobilização social a partir do advento da comunicação mediada pelo computador. Para a autora, essa comunicação amplificou a capacidade de conexão entre os indivíduos e permitiu que redes fossem criadas e expressas nesses novos espaços. Segundo ela, as redes sociais “conectam não apenas computadores, mas pessoas”.

As redes sociais hoje aproximam aqueles que têm afinidade por assuntos comuns e uma só pessoa pode estar conectada a diversos grupos ou comunidades virtuais. As

possibilidades foram ampliadas e a conexão entre as pessoas tem-se expandido cada vez mais por conta do avanço das TIC. A ampliação do acesso à internet tem ocorrido por uma série de fatores, entre eles, a facilidade de uso das ferramentas. “Geralmente basta saber clicar nos botões corretos ou escolher as operações que se quer efetuar em um ‘menu’ ou, no pior das hipóteses, digitar alguns comandos que são rapidamente decorados” (LEVY, 1999, p.108).

O surgimento das redes sociais, também conhecidas por redes de relacionamento, ocorreu a partir de 2003 e funcionam como plataformas sociais por conta da facilidade de intercomunicação dos usuários por meio dos recursos proporcionados por serviços on-line de acesso gratuito (SANTAELLA, 2013, p.28). Na concepção da autora, as redes sociais facilitam a sociabilidade e expõem as relações entre os usuários, criando novas formas de sociabilidade. Em abordagem sobre grupos das redes sociais, Viana (apud SANTAELLA, 2013, p.37) diz que estes “se formam e se mantêm coesos ou não, uma vez que o tempo e o espaço são dinâmicos, efêmeros e fragmentados entre as perspectivas que cada um pode gerar ou absorver nesses âmbitos de convivência”. Santaella conclui que “criam-se assim, laços fracos e, com muito menos frequência, laços fortes” (2013, p.37).

Notamos, então, que a sociedade contemporânea está cada vez mais conectada, inserida num processo sem volta. Os investimentos em tecnologias de informação e comunicação não param, contribuindo para a expansão da rede. Conseqüentemente, este contexto passa a influenciar e transformar a vida das pessoas em escala mundial. Assim, os indivíduos de todo o mundo estão inseridos nesse contexto de transformação em rede e utilizam as ferramentas tecnológicas disponíveis em suas práticas cotidianas.

Há de considerar ainda que não é que hoje que parte da sociedade – indivíduos, grupos e instituições – se articula em prol de lutas e causas na perspectiva de transformação, mudança e novos rumos na sociedade. A história nos mostra que as formas de mobilização e as ferramentas de comunicação de engajamento social se alteraram e se renovam conforme o tempo e o espaço. A sociedade e a vida comunitária ganham novas formatações que acompanham e seguem o ritmo de uma evolução natural, onde homem e tecnologia se inter-relacionam a todo instante.

A comunicação alternativa e popular também tem se revigorado e mostrado uma nova “cara” que segue a tendência desta nova era da sociedade em rede. Segundo

Peruzzo (2009, p.137) esta “reedita formas de expressão impressas e audiovisuais, cria novos canais e, ao mesmo tempo, se recria por meio de novos formatos digitais que o avanço tecnológico favorece, mas permanece seu caráter alternativo”. Assim, antes de prosseguirmos com o debate sobre a configuração da comunicação popular e alternativa nos ambientes on-line faz-se necessário abordarmos os conceitos teóricos sobre este assunto.

Abordagens sobre conceitos de comunicação popular e alternativa

Para uma melhor compreensão sobre o sentido da comunicação popular e alternativa, torna-se importante buscar uma diferenciação entre esses conceitos e a comunicação tradicional e/ou hegemônica. Para isso, faz-se necessário primeiramente discutir as experiências de comunicação tradicional, a partir das práticas dos canais, para depois refletir sobre o popular e alternativo.

No que diz respeito às experiências de comunicação, o tradicional não está necessariamente relacionado com o tempo de existência ou consolidação de um meio de comunicação, mas sim a práticas herdadas e/ou compartilhadas de se fazer comunicação. Por serem amplamente utilizadas e contarem com apoio do poder econômico, as práticas de comunicação tidas como tradicionais podem também ser classificadas como hegemônicas.

Para melhor compreender as experiências tradicionais de comunicação, basta refletir sobre as práticas dos grandes veículos de comunicação brasileiros. Conforme Abramo (2016), os meios de comunicação tradicionais no Brasil são estruturados a partir de verdadeiros conglomerados familiares, com jornais impressos, TVs, rádios, sites, com práticas voltadas para a disputa de espaço no mercado. É importante verificar também que a maior parte dos meios de comunicação de pequeno e médio porte busca reproduzir as mesmas práticas dos grandes e, por isso, também compartilha das experiências de comunicação tradicional e hegemônica.

Em conformidade com Abramo (2016, p.37) é possível observar a existência de padrões de manipulação nas produções jornalísticas na imprensa tradicional. “Uma das principais características do jornalismo no Brasil hoje, praticado pela maioria da grande imprensa, é a manipulação da informação”. O autor argumenta que o principal efeito

dessa “manipulação” promovida pelos órgãos da imprensa tradicional é a inconsistência com a realidade.

Para Abramo (2016), a maior parte do material produzido pelos meios de comunicação tradicionais possui um tipo de relação com a realidade que nem sempre é direta. “É importante notar que não é todo o material que toda a imprensa manipula. Se fosse assim o fenômeno seria autodesmistificador e autodestruidor [para a própria imprensa]” (ABRAMO, 2016, p.39). Segundo o autor, essa manipulação promovida pela imprensa segue “padrões” ou “tipos ou modelos” relacionados com a aproximação ou distanciamento dos fatos e, principalmente, com a objetividade jornalística.

A comunicação produzida pelos veículos tradicionais possui particularidades que precisam ser constantemente discutidas, pois o nível/tipo de informação transmitido por esses órgãos tem influência considerável junto à sociedade. Nesse sentido, torna-se oportuna a consideração de Abramo (2016) ao afirmar que os fatos nem sempre são distorcidos, justamente em razão da sobrevivência dos próprios meios e da credibilidade que a instituição de jornalismo ainda possui junto à sociedade brasileira.

Por outro lado, as experiências de comunicação alternativa e popular podem ser caracterizadas em razão da busca pela diferenciação do que é praticado pelos veículos tradicionais. Para Peruzzo (2009, p.132), a comunicação alternativa “pretende ser uma opção como canal de expressão e de conteúdo infocomunicativos em comparação à grande mídia comercial e à mídia pública de tendência conservadora”.

No conjunto, a comunicação alternativa representa uma contracomunicação, ou uma outra comunicação, elaborada no âmbito dos movimentos populares e das “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, 2009, p.132).

Para a autora (2009, p.133-135), esse tipo de comunicação no Brasil assume um caráter “contestador ao *status quo* e serve como canal de expressão de setores subalternos da população organizados com vistas a obter respostas para suas demandas ligadas às carências sociais e econômicas advindas das desigualdades sociais”. Ainda, segundo Peruzzo, a comunicação popular estaria agrupada em duas grandes correntes:

comunicação popular, alternativa e comunitária, e imprensa alternativa. A primeira corrente se constitui por iniciativas populares e orgânicas aos movimentos sociais e provém de segmentos populacionais subalternos. Por sua vez, a segunda corrente – imprensa alternativa – abrange o jornalismo alternativo praticado no contexto dos movimentos populares.

No Brasil, houve momentos históricos relacionados à comunicação alternativa como “na imprensa operária dos anarco-sindicalistas do final do século XIX e início do século XX e da imprensa partidária do Partido Comunista Brasileiro das décadas de 1940 e 1950” (FERNANDES, 2013, p.2). Mas, a imprensa alternativa, “marcou época durante o regime militar com jornais que aspiravam mudanças na sociedade. Este tipo de jornal alternativo representava, de fato, alternativa de leitura aos grandes jornais então existentes” (PERUZZO, 2009, p.136).

Na atualidade, a comunicação alternativa estaria mais relacionada à caracterização dos meios que se apresentam como uma fonte de informação com conteúdo e abordagem diferenciada ou especializada. Por sua vez, esses canais podem ser populares e oferecem essa alternativa às classes subalternizadas ou têm um formato comercial muito semelhante à da mídia tradicional.

Nesse sentido, Carvalho e Bona (2017, p.8) discorrem sobre a caracterização do jornalismo alternativo na atualidade a partir meios de comunicação voltados para publicações com algum “caráter alternativo à mídia convencional”. Segundo os autores, o advento da internet tem favorecido o desenvolvimento de iniciativas alternativas nos dias de hoje.

Na discussão sobre o que é comunicação popular e/ou comunitária faz-se necessária uma diferenciação a partir do emprego deste termo nos veículos tradicionais. A utilização do termo comunicação comunitária no Brasil passou a ser empregada nas últimas décadas do século XX para se referir aos canais midiáticos populares das próprias comunidades, tais como TVs e rádios comunitárias. Nessa ótica, a característica principal seria de uma comunicação do povo, para o povo, e com objetivos emancipatórios voltados para as transformações nas condições sociais.

Contudo, a imprensa tradicional também passou a utilizar o termo “comunitário” para se referir a parte dos seus próprios conteúdos jornalísticos que, em geral, são assuntos relacionados às comunidades periféricas ou de questões sociais. Assim, em

muitos casos o jornalismo comunitário dos meios tradicionais é tratado como uma editoria, isto é, uma seção do veículo de comunicação ou um programa voltado para os assuntos relacionados às comunidades periféricas.

Para melhor compreender a diferença do que é comunitário nos canais tradicionais e nos populares, faz-se necessário enfatizar algumas características das práticas comunicacionais de caráter popular. De acordo com Peruzzo (2009), a comunicação popular é aquela prática comunicacional proposta, realizada e dirigida aos interesses das classes subalternizadas. Já o jornalismo comunitário dos meios tradicionais pode até oferecer conteúdos relacionados ao povo, mas num processo de produção pouco ortodoxo, em que esses indivíduos estão distantes das práticas e que nem sempre são protagonistas nas narrativas.

Após discorrer sobre comunicação local, alternativa, comunitária e mídia tradicional é possível apontar algumas das características gerais da mídia comunitária popular: alternativa, participativa, participatória, horizontal, comunitária, dialógica, política, mobilizadora e emancipatória.

Comunicação comunitária – que por vezes é denominada popular, alternativa ou participativa – se caracteriza por processos de comunicação baseados em princípios públicos, como não ter fins lucrativos, propiciar a participação ativa da população, ter – preferencialmente – propriedade coletiva e difundir conteúdos com a finalidade de desenvolver a educação, a cultura e ampliar a cidadania (PERUZZO, 2008, p. 6)

Para Gimenez (1999, p.60), a comunicação popular “implica a quebra da lógica da dominação e se dá não a partir de cima, mas a partir do povo, compartilhando dentro do possível seus próprios códigos”. Logo, o caráter emancipador pode ser destacado como uma das características que sobressai na comunicação popular e marca sua diferenciação da mídia comercial tradicional. Em conformidade com Peruzzo (2008), é possível observar que a posição combativa, no sentido político-ideológico, da comunicação popular acabou por ceder espaço para as discussões mais realistas e a possibilidade de negociação. Essa mudança, atrelada à incorporação das novas tecnologias da comunicação possibilitou uma comunicação popular diferente daquela praticada no século XX.

A nova “cara” da comunicação popular e alternativa no contexto das mídias digitais

A partir da revisão da literatura é possível destacar alguns apontamentos sobre a discussão que envolve a experiência de comunicação popular e alternativa com a internet que, por sua vez, possibilitou a inversão da lógica comunicacional de um emissor para vários receptores, uma vez que os receptores passaram a ter possibilidade de criticar, sugerir, elogiar, isto é, de participar do processo de produção de conteúdos dos meios de comunicação sem intermediários. Pode-se, então, dizer que esta assume uma nova versão no contexto das mídias digitais.

A imprensa tradicional do Brasil identificou na rede digital possibilidade para expandir e renovar suas estruturas. Por outro lado, os movimentos sociais populares e segmentos marginalizados visualizaram na internet a possibilidade de ampliar sua voz em meio às discussões na sociedade. Ao refletir sobre a experiência da comunicação popular e alternativa na era digital observa-se a importância desses canais de comunicação que assumem numa nova “cara” e oferecem à sociedade formas para a promoção da cidadania, com recursos otimizados pelas tecnologias digitais para além dos meios de comunicação tradicionais.

As novas manifestações alternativas de comunicação, ao incorporar suportes digitais e interativos em tempo real, engendram não só conteúdos diferenciados a partir de novos olhares tendo em vista a desalienação, mas também novos procedimentos de ação na construção e na difusão de mensagens, na socialização de conhecimentos técnicos (e outros), na criação de códigos compartilhados de conduta e na instituição de novas relações sociais de produção que põem em suspensão a hierarquia e a burocracia tradicional e o sentido da propriedade privada (PERUZZO, 2009, p.143).

É possível afirmar ainda que a internet contribuiu fortemente com uma mudança na forma de comunicação da sociedade. Primeiro, na relação entre os próprios indivíduos, que passaram a contar com outras possibilidades em termos de ferramentas de comunicação. Depois, é possível falar de uma mudança entre a relação dos meios de comunicação com o público. Essa observação é percebida nas mídias digitais e também em outros meios de comunicação como o rádio, a TV e o impresso que passou a

divulgar seus conteúdos em plataformas e ainda teve de criar espaços de diálogo nos ambientes digitais, principalmente por meio das mídias sociais.

Na contemporaneidade, nota-se um papel mais incisivo dos cidadãos nos meios de comunicação tradicionais e também nos alternativos. Esse fenômeno é destacado por Peruzzo (2009, p.143) como “a prática do ‘jornalismo cidadão’ e de fontes abertas (*open sources*) da era digital, que derruba a figura do *gatekeeper* e incentiva a participação ativa das pessoas no fazer comunicacional”.

Apesar das limitações de acesso à internet no Brasil – conforme já citamos neste trabalho –, as tecnologias digitais favorecem a formação de ambientes de mídia de setores subalternizados. Peruzzo (2010, p.86) observa que as TIC ajudam a configurar um momento histórico que potencializa uma comunicação bidirecional e de múltiplas fontes abertas que favorecem a retomada crescente de iniciativas comunitárias e alternativas de comunicação. No universo da internet, se manifestam páginas virtuais, comunidades virtuais e plataformas interativas. Há também experiências de webtv, webradio comunitários, blogs, fotolog, videolog, twitter, podcast, entre outros.

No que tange ao jornalismo alternativo na atualidade, nota-se a disseminação de novos formatos de produtos comunicacionais desenvolvidos e repaginados a partir do avanço tecnológico. Tem-se a criação agências alternativas de notícias, a expansão de Observatórios de Mídia e Comunicação voltados para o monitoramento da mídia; o surgimento de coletivos de comunicação, entre outros novos canais de comunicação.

Levantamento realizado pelos pesquisadores Guilherme Carvalho e Nívea Bona, entre os anos de 2015 e 2017, indicou a existência de 65 sites ativos no Brasil que apresentavam aspectos de jornalismo alternativo (CARVALHO E BONA, 2017, p.15). Contudo, apenas 24 desses veículos de comunicação foram identificados como de esquerda e sem fins lucrativos, o que nos permite configurá-los como alternativos e populares. Alguns exemplos desses veículos mapeados são Agência Pública, Opera Mundi, Brasil de Fato, Mídia Ninja, Jornalistas Livres, entre outros.

Com relação à influência da internet na sociedade, Peruzzo (2009, p. 139) diz que esta possibilita a inversão da “lógica de produção centrada num emissor e dirigida a muitos (um/todos) para aquela em que todos podem se tornar emissores e serem lidos, vistos ou ouvidos”. Assim, é possível destacar a internet como uma ferramenta a ser

explorada por diferentes grupos sociais de modo a contribuir em seus diálogos com seus públicos-alvo.

Nesta lógica, torna-se importante pensar nas contribuições do ambiente digital para as iniciativas das mídias alternativas que sempre encontraram dificuldade para manter, ainda que pequenas, suas estruturas enquanto canais de comunicação. É possível pensar nessa contribuição por meio de dois eixos: o estrutural/financeiro e o de relacionamento com os próprios grupos populares, alvo daquelas publicações.

Do ponto de vista estrutural/financeiro é evidente que o custeio de um canal de comunicação no ambiente on-line é infinitamente menor que publicações impressas, como jornal e revista; uma emissora de rádio ou de TV. Um canal on-line não requer custo de impressão e distribuição, no caso de revista ou jornal, e também não depende de concessão pública exigida para criação de emissoras de rádio e televisão.

Vale ressaltar a existência de outras iniciativas alternativas de baixo custo antes do surgimento da internet, com adaptações das técnicas usadas pela mídia tradicional. É o caso do rádio poste instalado em diversas comunidades do interior e de periferias de grandes cidades ou mesmo os jornais murais. Contudo, há de reconhecer que a internet possibilitou a disseminação de iniciativas de mídias de baixo custo e atreladas aos interesses sociais comunitários.

Com relação ao outro eixo proposto – o de relacionamento com os próprios grupos populares – Alcântara (2016, p. 332) destaca a internet como responsável pela “reestruturação das práticas cotidianas de comunicação, por interações mediadas pelas NTICs [Novas Tecnologias de Informação e Comunicação] e pela conexão digital entre indivíduos, grupos e sociedade”. Segundo o autor, é possível falar em um novo “padrão comunicativo”, que implica diretamente em processos diferenciados dentro dos próprios grupos populares. Assim, é possível considerar uma mudança no relacionamento grupos sociais e populares, com o advento da internet. “Desde a década de 90, as ações coletivas e os movimentos sociais têm sido transformados pelas possibilidades de comunicação via internet e outras novas tecnologias da comunicação e da informação” (ALCÂNTARA, 2016, p.315).

Na visão de Peruzzo (2009, p.143) os canais alternativos e populares de comunicação se beneficiaram com a internet. “Ela também favorece articulações comunitárias e formas de expressão coletivas e colaborativas, como bem demonstram as

apropriações do ciberespaço por movimentos sociais, comunidades e outros coletivos cívicos em rede”. Ainda sobre o papel da internet para a comunicação popular, do ponto de vista da melhoria comunicacional, é possível considerar os ganhos dos próprios grupos populares, a partir de melhoria no processo comunicacional.

Outro aspecto ressaltado é fato de a comunicação mediada por computador (CMC) estar revolucionando os processos de comunicação alternativa. As possibilidades de novos formatos e feições, principalmente por meio de mecanismos do hipertexto e alta interatividade, lhe dão novo ânimo e nova cara. A comunicação comunitária e alternativa é parte de um processo amplo de mudanças que atualiza o interesse social por justiça e democracia, inclusive a comunicacional (PERUZZO, 2009, p.143).

A partir do exposto, considerar-se-á que apesar das possibilidades de redução de custos, a faceta mais interessante para a comunicação alternativa e popular conquistada a partir da contribuição da internet seria as mudanças e melhorias da ação comunicativa, que envolvem a interação dos canais com os seus respectivos públicos de interesse.

Considerações finais

A partir desse texto é possível apontar o quão influente tem sido a internet e as novas mídias digitais no cotidiano da sociedade em escala mundial. Portanto, não nos causa espanto as iniciativas de comunicação popular e alternativa serem impactadas com o advento das transformações tecnológicas. Ao revisitarmos estudos de pesquisadores sobre o tema, notamos que as experiências neste campo têm ganhado uma nova “cara” e que, nesta repaginação, a internet e as novas mídias digitais permitem o desenvolvimento de ações de baixo custo e, principalmente, transformações e melhorias da ação comunicativa em que a interação entre os envolvidos é essencial.

Consideramos que com a internet e as novas mídias, parte da sociedade – indivíduos, grupos e instituições com acessos aos canais tecnológicos – tem a seu dispor ferramentas que permitem o engajamento e a articulação em prol de lutas e causas voltadas à transformação social e promoção da cidadania. Nota-se que a comunicação alternativa e popular tem se revigorado e apresentado novos formatos, sem lançar mão de sua essência pela democracia e caráter combativo ao *status quo*.

Em suma, entendemos que as novas tecnologias a partir do advento da internet na sociedade têm sido ferramentas muito utilizadas e viáveis para a promoção e disseminação de informações para além dos meios de comunicação tradicionais. Neste contexto, as mídias digitais dão suporte para o desenvolvimento de novas práticas de comunicação popular e alternativa que, por sua vez, ganha nova “cara” na era da internet.

Referências

ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2016.

ALCÂNTARA, L. M. **Ciberativismo e a dimensão comunicativa dos movimentos Sociais**: repertórios, organização e difusão. Ver. Política e Sociedade, v.15, n.34, 2016.

ARAÚJO, V. T. **Imprensa negra brasileira na internet**. 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom, Curitiba, 2009.

BRASIL é o 4º país em número de usuários de internet. **Portal Exame**, Tecnologia, 3 out.2017. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/tecnologia/brasil-e-o-4o-pais-em-numero-de-usuarios-de-internet/>>. Acesso em 15 nov.2017.

CARVALHO, G.; BONA, N. **Jornalismo alternativo**: aproximações exploratórias em busca do conceito. 15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo ECA/USP - São Paulo, 2017.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

FERNANDES, Vivian de O.N. **Panorama da mídia alternativa no Brasil e na América Latina**. 9º Encontro Nacional de História da Mídia - UFOP. Outro Preto, 2013.

GIMENEZ, J. G. 1999. **Materiales para una teoría de las identidades sociales**. In: J.M. Decadencia y auge de las identidades. México, El Colegio de la Frontera, 25 p.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MAIS de 4 bilhões de pessoas terão acesso à Internet móvel até o fim de 2017, diz relatório da ONU. **Portal Nações Unidas**, Desenvolvimento Sustentável, 2 ago.2017. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/mais-de-4-bilhoes-de-pessoas-terao-acesso-a-internet-movel-ate-o-fim-de-2017-diz-relatorio-da-onu/>>. Acesso em 15 nov.2017.

MARTÍN-BARBERO, J. **Tecnicidades, identidades, alteridades:** mudanças e opacidade da comunicação no novo século. *In:* MORAES, Denis (Org). Sociedade Midiatizada. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

PERUZZO, C. M. K. Aproximações entre a comunicação popular comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. *In:* Revista **Galáxia**. São Paulo, n.17, p.131-146, jun. 2009.

PERUZZO, C. M. K. **Comunicação nos movimentos populares:** a participação na construção da cidadania. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

PERUZZO, C. M. K. **Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revistados e reelaborações no setor.** *In:* Revista **Palavra Clave**, Volume 11, n.2. 2008.

PERUZZO, C. M. K **Movimentos sociais, cidadania e o direito à comunicação comunitária nas políticas públicas.** Revista Fronteiras, Volume 11, nº 1. 2009.

PERUZZO, C. M. K. Comunicação para o desenvolvimento, comunicação para a transformação social. *In:* MONTEIRO NETO, Aristides (Org.). **Sociedade, política e desenvolvimento.** Brasília: IPEA, 2014^a.

PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. *In:* **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação** (Compos). Rio Grande do Sul, 2007.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

SANTAELLA, Lucia. **O DNA das redes sociais digitais, in Comunicação em tempo de redes sociais:** afetos, emoções, subjetividades. (BARBOSA, M; MORAIS, O.J. de Org.). São Paulo, Intecom, 2013.