

## **PONTO FORA DA CURVA: ESTÉTICA NORDESTINA E ABORDAGENS DA IMPRENSA ALTERNATIVA**

Artigo para o GT15NE – Narrativas contra hegemônicas associadas às materialidades digitais  
*Mirella Lopes de Aquino, mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPGEM-UFRN)*  
*lopesmirella@gmail.com*

### **RESUMO**

O acesso à internet e equipamentos eletrônicos resultaram numa série de mudanças nas diferentes esferas da vida, inclusive, na produção e consumo de notícias. Se a imprensa alternativa já podia ser constatada nos folhetins contrários à narrativa oficial da época dos impérios e monarquias, ela tem se capilarizado na sociedade Contemporânea através do intenso uso dos meios digitais, contribuindo para a pluralidade narrativa e servindo de contraponto ao discurso hegemônico dos grandes e tradicionais veículos de comunicação. Através da análise bibliográfica e do método empírico descritivo, o objetivo é identificar novas caracterizações para o Nordeste e o nordestino sugeridas por esses novos veículos de comunicação, fundados na perspectiva da democratização da informação, que fogem ao estereótipo explorado pela imprensa hegemônica, cultivando a exploração de novas subjetividades a partir de discursos que surgem de seu interior e são narrados por seus protagonistas.

**Palavras-chave:** imprensa alternativa; Nordeste; contra hegemonia; simulacros; comunicação.

### **INTRODUÇÃO**

Diferente do tradicional arquétipo do nordestino como o homem ou mulher frágil, magro e curtido pela seca, a pluralidade de abordagens, personagens e visões estéticas trazidas a público pela chamada imprensa alternativa, surgida com a massificação da internet e barateamento dos equipamentos eletrônicos, tem diversificado a dualidade com a qual os grandes e tradicionais veículos de comunicação costumam retratar a região, transcendendo o tema da seca e pobreza, à medida que essa nova formatação também se desenvolve em espaços geográficos, até então, de pouco interesse das grandes corporações midiáticas do Sudeste do país, como o Norte e o Nordeste. A imprensa alternativa não é um fenômeno recente, já esteve presente em diversas fases da história mundial e brasileira. Na Europa, Habermas (1984) cita a importância dos pequenos jornais e pasquins das épocas revolucionárias. No Brasil, esse tipo de arranjo também é

identificado no período da Regência com as lutas pela independência do país, nos jornais operários da década de 1970 e no período da Ditadura Militar de 1964, como ressalta Kucinski (1991), que denuncia o papel colaboracionista dos grandes veículos de comunicação com o regime. Para efeito de simplificação, nós utilizaremos o conceito de Downing (2002) para nos referirmos à imprensa alternativa. O autor aponta que pode ser assim considerado todo veículo de comunicação que funcione como opção frente ao discurso dominante, cujos interesses são defendidos pela imprensa tradicional.

Se todas as formulações, posicionamentos e apreensões que temos sobre nós mesmos e sobre o mundo passam por narrativas, como defende Motta (2013), ser capaz de narrar a própria história sem ficar na dependência da versão trazida pelas grandes corporações externas ao ambiente sobre o qual discursam é fator *sine qua non* para a construção da autonomia e autoestima de um povo. O Nordeste saudosos da literatura de Gilberto Freyre, o revoltoso de Canudos ou o nordestino caricato das novelas da Rede Globo, fazem parte da construção de um imaginário que atende a uma necessidade de domínio que, em alguma medida, generaliza as diferenças numa grande massa de semelhantes sujeitos a interesses territoriais, políticos, sociais e econômicos. Essa ideia é reforçada pelo livro *A invenção do Nordeste e outras artes*, do historiador Durval Muniz de Albuquerque Jr, no qual o autor defende a tese de que o imaginário em torno do Nordeste foi criado a partir de discursos. Enquanto espaço de colonização, o imaginário popular tem, cada vez mais, sido sujeitado a novas formas de colonização promovido pelas grandes corporações midiáticas que, se não determinam, influenciam modos de vida. Portanto, contribuir para um jornalismo consciente é resgatar a capacidade de autonomia de um povo e de uma região complexa, de cenários diversos e problemas não apenas rurais, mas também urbanos que, historicamente, foi relegada a um espaço subalterno e periférico.

## MÉTODO

Através das discussões já levantadas sobre a imprensa alternativa, a proposta é fazermos uma revisão bibliográfica e aplicarmos o método empírico descritivo para analisarmos as contribuições desses veículos de comunicação para o debate público em torno da temática que envolve o Nordeste mediante a atuação da mídia hegemônica. Dessa forma, o intuito é de avançarmos no reconhecimento no conhecimento do território para que as novas modalidades de comunicação sejam apropriadas não apenas enquanto discurso contra hegemônico, mas também na criação de novas formas de existência e sociabilidade.

## RESULTADOS E DISCUSSÕES

Ao discorrer sobre a construção da realidade, Baudrillard (1991a) aponta que a mesma é resultante da tecitura de simulacros criados por grandes corporações midiáticas com o intuito de conduzir um protótipo de vida, sociabilidade e padrão de consumo. É por essa lógica que perpassa a necessidade do sistema de criar perspectivas e visões de mundo que coadunem com as estratégias mercadológicas dos donos do poder, que amplificam suas vozes nas grandes empresas de comunicação como seus financiadores.

Esses novos modelos de comunicação surgem num cenário de capitalismo informacional no qual os tentáculos da tecnologia facilitam transações, mas também sufocam culturas locais, inclusive, pela falta de interesse das grandes corporações habituadas a uma dinâmica de atuação em massa. É nesse contexto que vozes do jornalismo local alternativo têm demarcado território na disputada esfera virtual da informação. Caracterizadas pelo foco no jornalismo local, Marco Zero Conteúdo, em Recife, Agência Saiba Mais, em Natal, Mangue Jornalismo, em Sergipe, e Agência Tatu, em Alagoas, são apenas alguns exemplos desse novo modelo de jornalismo alternativo, que busca na realidade local sua matéria prima.

Porém, o acesso técnico e material aos meios tecnológicos também pelas forças contra hegemônicas, não significa o fim do domínio das grandes corporações. Possuidores de maior capital financeiro, esses conglomerados possuem retaguarda financeira para avançar no uso de novas técnicas e tecnologias, mantendo-se majoritariamente à frente dos veículos alternativos. Além disso, no universo da indústria cultural, Sodré (2002) alerta para a penetração da lógica do *bios midiático*, caracterizada pela vivência de uma realidade imaginada, logo, influenciada pelas imagens bombardeadas cotidianamente pelas forças hegemônicas que disfarçam suas intencionalidades nas diferentes esferas da vida.

Outras discussões relevantes podem ser consideradas a partir da análise do ambiente proposto pelo surgimento desses novos veículos de comunicação identificados como mídia alternativa. Flusser (2008) defende que os revolucionários não são, necessariamente, gente nova, mas pessoas capazes de elevar as técnicas e modelos mais recentes ao nível de novos valores. A partir disso, é possível levantar o questionamento sobre o tipo de ambiente engendrado por esses novos veículos. Downing (2002) ressalta que essa nova mídia precisa ser radical, sair da sombra dos temas propostos pela imprensa hegemônica e criar uma nova proposta de realidade. Ao falar sobre Gramsci, o autor enfatiza como a estratégia para tirar a liderança das mãos das

classes dominantes está no aspecto cultural, na elaboração de uma proposta alternativa e coerente de organização social.

Sodré (2006) alerta que a despolitização tanto midiática quanto tecnológica, ou seja, a fetichização da mídia e dos produtos freneticamente jogados no mercado para um consumo inquestionável resultam, inequivocamente, no enfraquecimento das antigas formas de mediação, marcadas pelas diferentes formas de interação, como a face a face ou leitura de um livro para desenvolvimento intelectual, no aprofundamento do processo de midiatização que avança sobre as diferentes esferas da vida. Tal fato resulta em isolamento, na descrença no sistema eleitoral, na vida política e na falta de participação cidadã, tornando o ambiente propício para a ação econômica de grandes grupos financeiros, que encontram no vácuo deixado pelo sentimento de afasia política o espaço ideal para oferecer seus produtos e estilo de vida.

Não à toa, os grandes veículos de comunicação de massa vêm equilibrando-se entre extensão tecnológica do espaço público e interesses corporativos, numa tentativa de preservar a própria imagem diante de um novo cenário no qual a concorrência com a mídia alternativa e redes sociais permite o ecoar de vozes dissonantes, numa suposta preocupação com os interesses coletivos, dos quais abdicam quando estes entram em conflito com os objetivos empresariais. Dessa forma, os grandes veículos de comunicação de massa mantêm inalteradas as fórmulas que reproduzem desigualdade, concentração de renda e injustiça, numa sociedade contemporânea fragmentada.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Diante de rotinas exaustivas e dos inúmeros estudos que apontam para o aumento do adoecimento psíquico, vide o estudo realizado pela Organização Mundial da Saúde<sup>1</sup> em 2022 no qual foi constatado que a pandemia de Covid-19 desencadeou uma elevação de 25% dos casos de ansiedade e depressão em todo o mundo, também pesa sobre esses novos modelos de comunicação a consciência sobre seu fazer interno, para que os mesmos modelos e más práticas constatadas no ambiente laboral dos grandes veículos não se repita entre aqueles que se propõem a contrapor-se ao sistema hegemônico, restando-lhes repensar novos modelos capazes de tornar as rotinas produtivas mais saudáveis.

Dessa forma, é a partir da revelação dos discursos e simulacros de realidade, questionamento de valores e condutas que os ideais de consumo são substituídos por uma cidadania construída coletivamente, consciente e em permanente estado de imperfeição, que exige revisão diária.

---

<sup>1</sup> [https://www.who.int/publications/i/item/WHO-2019-nCoV-Sci\\_Brief-Mental\\_health-2022.1](https://www.who.int/publications/i/item/WHO-2019-nCoV-Sci_Brief-Mental_health-2022.1)

Cabe a essas novas vozes da chamada mídia alternativa surgir não apenas em contraposição, contraponto, contrainformação e contra hegemonia à narrativa dominante, mas também enquanto potencial de ambiente para a projeção de novas práticas jornalísticas, condizentes com os princípios de construção cidadã que defendem.

## REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE JR., Durval Muniz de. **A Invenção do nordeste e outras artes**. São Paulo: Cortez, 2011.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulação**. Lisboa: Relógio D'Água, 1991a.

DOWNING, John. **Mídia Radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais**. São Paulo: Senac, 2002.

FLUSSER, Vilém. **O universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade**. São Paulo: Annablume, 2008.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural da Esfera Pública – investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Tradução, Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

KUNCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e revolucionários nos tempos da imprensa alternativa**. São Paulo: Scritta, 1991.

MOTTA, L. G. **Análise crítica da narrativa**. Brasília: Universidade de Brasília, 2013.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho: Uma Teoria da Comunicação Linear e em Rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.

\_\_\_\_\_. **As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política**. Petrópolis: Vozes, 2006