



## INFORMAÇÃO E FORMAÇÃO: O JORNALISMO “PRETO E LIVRE” DA AGÊNCIA DE NOTÍCIAS ALMA PRETA

Edilaine Heleodoro Felix<sup>1</sup>

**RESUMO:** O artigo reflete sobre a comunicação alternativa e o jornalismo alternativo e antirracista, por meio da análise das editoriais e pautas da agência de notícias Alma Preta, focada na temática racial. Diante das constantes transformações jornalísticas e de novas práticas informacionais, veículos de mídia alternativa resgatam o conceito de comunicação alternativa dos anos 1960 e 1970, como uma opção à mídia hegemônica. O site Alma Preta assume esse papel ao abordar temas como as questões raciais, de gênero e direitos humanos. O texto apresenta uma discussão teórica embasada em autores como Peruzzo (2006, 2008, 2009), Oliveira (2009) e Felix, Fragoso e Costa (2017). Além disso, busca compreender os princípios da atividade jornalística alternativa e antirracista ao explorar as características e propósitos da Alma Preta.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Jornalismo; Alternativo; Antirracista; Alma Preta.*

**ABSTRACT:** The article reflects on alternative communication and the alternative and antiracist journalism based on the presentation of editorials from the news agency specialized in the racial theme Alma Preta. Faced with constant journalistic transformations and new informational practices, alternative media resume the concept of alternative communication that existed in the 1960s and 1970s: that of being an option to the hegemonic media, and, as the Alma Preta website does, helping to debate theme such as racial, gender and human rights issues. The text shows a theoretical discussion based on authors such as Peruzzo (2006, 2008, 2009), Oliveira (2009) and Felix, Fragoso and Costa (2017), and, in the presentation of Alma Preta, seeks to understand the principles of alternative journalistic activity and antiracist.

**KEYWORDS:** *Journalism. Alternative; Antiracist; Alma Preta.*

---

<sup>1</sup> Doutoranda em Comunicação no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes Universidade de São Paulo (PPGCOM/ECA/USP), mestre em Comunicação pela Universidade de São Paulo (PPGCOM/ECA), jornalista formada pela Universidade de Mogi das Cruzes. É docente do curso de Jornalismo da Universidade Cruzeiro do Sul. E-mail: efelix@usp.br.

---

Revista ALTERJOR

Grupo de Estudos Alterjor: Jornalismo Popular e Alternativo (ECA-USP)

Ano 14 - Volume 02 - Edição 28 - Julho-Dezembro de 2023

Av. Professor Lúcio Martins Rodrigues, 443, Cidade Universitária, São Paulo, CEP: 05508-020

## INTRODUÇÃO

A indústria de comunicação passou por transformações significativas nas últimas décadas. É possível destacar a queda na circulação de impressos, as demissões em massa e o uso mais intenso de tecnologia, mas também o surgimento de mídias independentes que pautam temas sobre raça e gênero, bem como questões indígenas e LGBTQIAP+. A mídia independente se propagou à medida em que a linha editorial e ideológica dos meios de comunicação do país não consegue representar a diversidade política, cultural, étnica e social brasileira. De acordo com dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua, do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), de junho de 2022, 56,1% da população brasileira é negra (47% parda e 9,1% preta).

Segundo o estudo *Raça, Gênero e Imprensa: quem escreve nos principais jornais do Brasil?* do Grupo de Estudos Multidisciplinares de Ação Afirmativa (GEMAA), de 2023, é possível afirmar que a representatividade racial no jornalismo é desproporcional em relação ao total de negros da população brasileira: apenas 6,1% dos jornalistas que atuam nos três maiores jornais do país (Folha, Estadão e O Globo) são pardos, 3,4% são pretos; e 84,4% são brancos<sup>2</sup>. A práxis jornalística alternativa, segundo Oliveira (2009, p. 6), é uma confrontação com essa atual estrutura midiática monopolizada. E os “projetos alternativos de jornalismo podem configurar-se como elementos de construção de uma esfera pública alternativa que esteja atenta com as demandas da maioria da sociedade”.

Para tanto, Oliveira defende que o papel do jornalismo alternativo é recusar-se a aderir ao consenso estabelecido pelas estruturas hegemônicas, e o de “[...] não ser apenas uma transmissão de conteúdos alternativos, mas também a apresentação de novas possibilidades de ambiências”. E, diante desse cenário de crise no jornalismo, da necessidade de diversificação das pautas jornalísticas, consideramos, então, o

---

<sup>2</sup> Dados da pesquisa *Raça, gênero e imprensa: quem escreve nos principais jornais do Brasil?* do Grupo de Estudos Multidisciplinares da Ação Afirmativa (GEMAA), Instituto de Estudos Sociais e Políticos (IESP) da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), disponível em: <https://gema.iesp.uerj.br/wp-content/uploads/2023/05/TD-Raca-e-Midia.pdf>. Acesso em 26/05/2023. Nota-se que a soma de jornalistas pardos e pretos é de 9,5%, muito inferior a de brancos que é de 84,4%, quase que a totalidade de profissionais jornalistas atuantes nos três principais jornais do país.

jornalismo alternativo com o papel de cobrir as questões de raça, gênero classe, território, e apresentar, sem estereótipos, o cotidiano da maioria da população.

Em artigo, Peruzzo (2008) sintetiza que a comunicação popular, alternativa e comunitária é expressão das lutas populares por melhores condições de vida que representam um espaço para participação democrática do “povo”. “É um instrumento político das classes subalternas para externar sua concepção de mundo, seu anseio e compromisso na construção de uma sociedade igualitária e socialmente justa”. (PERUZZO, 2008: 370).

O artigo pretende apresentar, a partir dos conceitos de jornalismo alternativo (PERUZZO (2006; 2008, 2013); OLIVEIRA (2009); FELIX, FRAGOSO e costa (2017)), e da imprensa negra, o site jornalístico Alma Preta ([www.almapreta.com.br](http://www.almapreta.com.br)), agência de notícias especializada na temática racial, como um veículo que constrói um jornalismo alternativo e antirracista.

## **JORNALISMO LIVRE: COMUNICAÇÃO ALTERNATIVA E INDEPENDENTE**

228

Segundo Peruzzo (2006), o que caracteriza o jornalismo como alternativo é o fato de representar uma opção enquanto fonte de informação, pelo conteúdo que oferece e pelo tipo de abordagem. “Ela não se caracteriza como um tipo qualquer de mídia, mas como um processo de comunicação que emerge da ação dos grupos populares” (2006: 2).

Para dar conta da diversidade social existente, essas narrativas vêm sendo desconstruídas a partir de projetos jornalísticos alternativos, que atuam numa perspectiva emancipatória, pois criam epistemes que levam esses sujeitos antes marginalizados a participar efetivamente da construção de suas realidades, e com isso nos ajudam a refletir sobre o jornalismo que queremos. Com a possibilidade de ocupar lugares sociais, a comunicação constituída em jornalismo pode, segundo Peruzzo, ser comunicação popular que foi também denominada de alternativa, participativa, horizontal, comunitária e dialógica, dependendo do lugar social, do tipo de prática e de suas especificidades. (2006).

A comunicação faz parte dos processos de mobilização dos movimentos sociais populares em toda a história e em conformidade com a capacidade de organização e com os recursos disponíveis em cada época. Enfim, os movimentos populares se adequam às condições dadas para poderem se comunicar. No Brasil, estes sempre usaram meios próprios de comunicação conhecidos como populares, comunitários, participativos ou alternativos. O fazem, por um lado, pela necessidade de falarem a seus públicos específicos e, por outro, devido o cerceamento à sua liberdade de expressão por parte do Sistema Nacional de Comunicação. Do panfleto ao jornalzinho e dele ao *blog* e ao *website* na internet, do megafone ao alto-falante e dele à rádio comunitária, do slide ao vídeo e dele à TV Livre e ao Canal Comunitário da televisão a cabo, são evidências do exercício concreto do direito à comunicação como mecanismo facilitador das lutas pela conquista ou ampliação dos direitos de cidadania, incluindo o de comunicar. (PERUZZO, 2013: 166)

Contudo, a autora alerta para o uso do termo comunicação popular, “comunicação do povo”, para a caracterização correta de conceitos como o de comunidade. Essa comunicação feita por e para o povo, “por meio de suas organizações e movimentos emancipatórios visando à transformação das estruturas opressivas e condições desumanas de sobrevivência.” (2006: 2). Essa comunicação pode ser atingida em diferentes veículos e formatos, inclusive na mídia hegemônica, mas ele emerge da ação de grupos populares.

Entre os vários estudiosos destaca-se Mário Kaplún (1985, p.7), que, ao referir-se ao fenômeno da comunicação popular e alternativa, afirma tratar-se de “uma comunicação libertadora, transformadora, que tem o povo como gerador e protagonista”. Ressaltando os aspectos educativos desse tipo de processo de comunicação, o autor (1985, p.17) esclarece que as mensagens são produzidas “para que o povo tome consciência de sua realidade” ou “para suscitar uma reflexão”, ou ainda “para gerar uma discussão”. Os meios de comunicação, nessa perspectiva, são concebidos, pois, como “instrumentos para uma educação popular, como alimentadores de um processo educativo transformador”. (PERUZZO, 2006: 3)

O jornalismo alternativo passa a ser um processo transformador e, segundo Oliveira (2009), as experiências desse jornalismo alternativo partem de um olhar que constata que a atividade jornalística está cada vez mais distante de seus princípios de fomentar o debate e a esfera pública. O jornalismo é mais uma atividade mercantil e “os projetos alternativos de jornalismo podem configurar-se como elementos de construção

de uma esfera pública alternativa, que esteja atendida com as demandas da maioria da sociedade. (OLIVEIRA, 2009, não paginado)

Carla Baiense Felix, Mariana Pitasse Fragoso e Andrew Costa (2017) apresentam um novo olhar para os novos espaços e vozes do comunicar para a construção de novos horizontes e de situar os limites entre a comunicação comunitária, popular e alternativa. A partir de conceitos sobre o que é comunitário (Tonnie, 1942; Bubes, 1987; Jankowski, 2002; Quesada, 1980; Paiva 1998), comunidade e território – como espaço geográfico, os autores ressaltam as transformações sociais que diversificaram a compreensão sobre a comunidade e que contribuiu para tornar mais complexo o entendimento sobre a comunicação comunitária. Para eles, embora venham de uma formação tradicional, esses comunicadores não falam a partir do campo profissional. “Preferem, ao contrário, marcar um pertencimento à comunidade que tanto molda sua prática quanto assegura sua legitimidade” (FELIX, FRAGOSO, COSTA, 2017: 100)

Essa discussão abre espaço para pensar no papel do jornalismo cada vez mais aberto e participativo. Para Peruzzo (2006) a expressão *comunicação alternativa*, que surge nos anos 1960, 1970, quando o país estava sob a censura do regime militar, pode caracterizar o tipo de imprensa não alinhada à linha da mídia tradicional. Nessa época, surgem jornais críticos e contestadores. “Eram jornais que, cansados do autoritarismo, aspiravam um novo projeto social e preocupavam-se em informar a população sobre temas de interesse nacional numa abordagem crítica” (PERUZZO, 2006: 7).

O papel do jornalismo alternativo é recusar-se ao consenso estabelecido pelas estruturas hegemônicas, partindo do dissenso *radical* – radical, no sentido de pegar pela raiz, fundamentos e origens – construindo uma esfera pública alternativa à estabelecida. A importância do processo de produção tanto quanto ao produto final reside no fato da experiência de jornalismo alternativo não ser apenas uma transmissão de conteúdos alternativos, mas também a apresentação de novas possibilidades de ambiências. (OLIVEIRA, 2009)

O estudo *Raça, Gênero e Imprensa: quem escreve nos principais jornais do Brasil?*, já citado aqui, revela que estudos anteriores do GEMAA já mostraram que a compreensão da interação entre gênero e raça em processos de exclusão ou de

invisibilização social é fundamental. Oliveira (2009) citando Michael Traber (apud ATTON, 2005), sinaliza que a meta das mídias alternativas é a mudança para um mundo com uma maior equidade social, cultural e econômica. Na mesma linha, Peruzzo (2006) pontua que o que caracteriza o jornal como alternativo é o fato de representar uma opção enquanto fonte de informação, pelo conteúdo e abordagem. Assim, segundo Oliveira, na mídia alternativa o indivíduo não está reduzido a um objeto (dos meios ou dos poderes político) mas pode encontrar a sua realização como ser humano total, a partir, no caso da Alma Preta, de uma perspectiva racial negra e periférica.

### **JORNALISMO PRETO: UMA PRÁXIS ANTIRRACISTA**

O jornalismo antirracista se apresenta como um projeto contra-hegemônico, sendo expresso em iniciativas jornalísticas alternativas e independentes, bem como em projetos que buscam diversificar as pautas jornalísticas e fornecer narrativas mais comprometidas com as realidades locais, como as comunidades periféricas e negras. Esse tipo de jornalismo claramente defende os direitos humanos, amplia vozes, busca gerar impacto e promover transformação social.

Embora existam várias iniciativas jornalísticas com perspectivas de comunicação alternativa, neste contexto, destacaremos a agência de notícias Alma Preta, que tem a missão de informar a sociedade a partir da perspectiva racial negra e periférica, assumindo um caráter político de valorização do conhecimento e da cultura negra. É relevante mencionar aqui a reflexão de Peruzzo (2006) sobre a comunicação popular e alternativa, que se caracteriza como "expressão das lutas populares por melhores condições de vida, originadas a partir de movimentos populares e representando um espaço para a participação democrática do 'povo'" (2006: 4). O site tem como objetivo exigir direitos e questionar o Estado em todas as dimensões da vida cotidiana, fazendo jornalismo e apresentando à sociedade a possibilidade de uma sociedade menos violenta e desigual.

Mesmo antes dos estudos apresentados aqui sobre comunicação alternativa, já era praticada uma forma de comunicação alternativa no contexto pós-abolição, com um anseio e compromisso de construir uma sociedade igualitária e socialmente justa

(PERUZZO, 2006: 4). No século XIX, houve um aumento na produção de jornais e revistas feitos por homens e mulheres que se organizavam contra a discriminação racial e discutiam questões abolicionistas e o preconceito racial. O primeiro jornal da imprensa negra no Brasil foi O Homem de Côr, fundado em 14 de setembro de 1833. Desde então, mesmo enfrentando dificuldades e perseguições, a imprensa negra mantém seu padrão, aliado aos conceitos de uma imprensa alternativa, que busca "criar um espaço público alternativo" (KUCISNKI, 1991:10).

De acordo com Ana Flávia Magalhães Pinto, na dissertação “De pele escura e tinta preta: a imprensa negra do século XIX (1833-1899)”, outros títulos da imprensa negra sucederam o Homem de Côr, como *Brasileiro Pardo*, *O Cabrito*, *O Crioulinho* e *O Lafuente* (1833), no Rio de Janeiro; no Recife, em 1876, *O Homem - Realidade Constitucional ou Dissolução Social*; em São Paulo por *A Pátria* (1889), e *O Exemplo*, em Porto Alegre (1892).

Esses momentos iniciais da imprensa negra no Brasil demonstram que, a despeito de inúmeros contratemplos - entre os quais o próprio escravismo e seus instrumentos afins -, negros aqui formularam uma fala própria e tornaram-na pública. Ainda que não tenham alcançado simultaneamente todo o território nacional, esses impressos são parte do esforço coletivo de controlar os códigos da dominação e subvertê-los” (PINTO, 2006: 27, 28).

Desde o seu surgimento, a imprensa negra luta contra o racismo, a discriminação e o preconceito racial. De acordo com Isabel Cristina Clavelin da Rosa, a origem e as características da imprensa negra são fundamentais para o entendimento não somente da própria imprensa negra, mas também para a compreensão da imprensa brasileira. “A imprensa negra é parte integrante da imprensa brasileira e sua existência tem potencial colaborativo para a reflexão sobre a presença e os efeitos do racismo na imprensa brasileira, em particular na grande imprensa” (ROSA, 2014: 560, 561).

Para a autora, a imprensa negra se constituiu como um dos instrumentos utilizados pelos negros brasileiros para a provocação de um debate público sobre o racismo no País, “a partir do domínio da técnicas jornalística pelos negros e do uso da esfera pública para a enunciação de um discurso dissonante das forças hegemônicas” (ROSA, 2014: 564). Projetos jornalísticos como a Alma Preta, segundo Peruzzo

(2006), têm como finalidade juntar esforços visando a ampliação dos direitos de cidadania dos excluídos e o estabelecimento da justiça social.

Por meio da técnica de observação direta, realizei uma análise da Alma Preta e de sua prática centrada na temática racial, que visa informar, dar visibilidade e amplificar a voz da população negra. A partir dos conceitos apresentados, busquei refletir em que medida as práticas jornalísticas antirracistas representam uma opção como fonte de informação, tanto em termos de conteúdo quanto de abordagem. Segundo Lopes, “a técnica de observação direta pode ser realizada mediante técnicas que vão desde o registro sistêmico dos fatos que ocorrem na pesquisa até as diversas modalidades de observação participante” (LOPES, 2003:147).

### **ALMA PRETA: JORNALISMO PLURAL E INCLUSIVO**

Felix, Fragoso e Costa no artigo *Entre o comunitário, o popular e o contra-hegemônico: limites teóricos e aproximações cotidianas* pontuam que o acesso da juventude periférica ao ensino superior produziu um sujeito híbrido, “que detém o saber acadêmico, mas também o reconhecimento local, o que lhe dá um lugar de fala diferenciado” (2017: 104).

A Alma Preta foi fundada em 2015 como um coletivo de universitários e comunicadores negros, a agência produz pautas antirracistas com destaque para as desigualdades de raça, gênero, sexualidade e território.

Realizamos uma cobertura objetiva e técnica da realidade com cuidado especial para as desigualdades de raça, gênero, sexualidade, classe, território. A partir do jornalismo de qualidade, apresentamos para a comunidade negra e não negra um olhar sobre a realidade mais fidedigna ao cotidiano da maioria da população. (VALORES. SITE ALMA PRETA)

Nossa missão é informar a sociedade a partir da perspectiva racial negra e periférica, e responder aos anseios desse público com notícias multimídia. Nós assumimos o caráter político de valorização do conhecimento e da cultura negra, assim como a tarefa de exigir direitos e questionar o Estado em todas as dimensões da vida cotidiana. (MISSÃO. SITE ALMA PRETA)



Existimos para informar a sociedade de maneira objetiva e apresentar a possibilidade de uma sociedade menos violenta e desigual. (VISÃO. SITE ALMA PRETA)

Os autores reconhecem o trabalho de formação de “autores locais” e consideram que a produção desses sujeitos, como a agência de notícias Alma Preta resulta dos esforços empreendidos há pelo menos quatro décadas de implantação de projetos de comunicação nas periferias.

Representaria, portanto, o sucesso do trabalho de formação que, em última análise, tinha a autonomia dos atores locais como horizonte. Consideramos, no entanto, que esta transformação explicita um processo histórico bem mais amplo, para o qual contribuíram diferentes esforços e formas de luta. O mais importante, no entanto, é reconhecer que essa superação da dependência, ou mesmo recusa dela, marca uma mudança importante no cenário contemporâneo. (FELIX, FRAGOSO, COSTA, 2017:105)

Para realizar a cobertura jornalística antirracista, a Alma Preta tem sete editorias: Cotidiano; Política; Cultura; Quilombo; África & Diáspora; Literatura e Agenda. Além das páginas Vídeo - que têm *Dica Preta* e *Dicas de Domingo* e também outros vídeos curtos sobre temas atuais, informações sobre a história e a cultura negra; Apoie (campanha de financiamento); o Papo Preto Podcast - um podcast sobre autoestima, bem-estar e o dia a dia da população negra; Quem Somos; Serviços; Contato, e o Black Stories. O site está presente nas redes sociais: Instagram, Facebook, Twitter, YouTube e no Spotify com o Papo Preto.

As editorias têm chapéus – que são as palavras postas acima do título, indicando um assunto de que se trata o texto abaixo. Esses chapéus mostram os diferentes assuntos que podem, e são, tratados no site com reportagens, análises, artigos opinativos e demais conteúdos jornalísticos em formato textual e audiovisual, conforme listado abaixo, na tabela 1.

**Tabela 1**

<b>EDITORIA</b>	<b>ASSUNTOS TRATADOS</b>
<b>COTIDIANO</b>	Editoria que tem assuntos característicos as principais cidades e estados do país. Notícias, reportagens e artigos de opinião que abordarão temas que estão em destaque na sociedade. A editoria tem chapéus - palavras colocadas acima do título, indicando um assunto de que se trata o texto -, com informações nas áreas de Justiça, Violência, Trabalho, Educação, História.
<b>POLÍTICA</b>	Editoria dedicada à vida política, institucional do país com chapéus de assuntos como Racismo, História, LGBTQIA+, Meio Ambiente, Quilombolas.
<b>CULTURA</b>	Editoria com temas das áreas de cultura e entretenimento e chapéus sobre Música e Carnaval.
<b>QUILOMBO</b>	Com artigos opinativos aborda temas como racismo, personalidades negras, memórias. Nesta editoria há chapéus: Mulheres Negras, Política, Racismo, Carnaval.
<b>ÁFRICA &amp; DIÁSPORA</b>	Aborda assuntos internacionais. Chapéus como Guerra, Política, Cultura, Relações Internacionais, Copa do Mundo 2022, Meio Ambiente, informando sobre temas da diáspora africana.
<b>LITERATURA</b>	O protagonismo negro na literatura em chapéus como Novela – que conta histórias em capítulos.
<b>AGENDA</b>	Nessa editoria é possível encontrar artes e espetáculos. Teatro, Criança, Novembro Negro, são alguns dos chapéus de Agenda.
<b>VÍDEOS</b>	Dica Preta e Dicas de Domingo e outros vídeos curtos sobre temas atuais, informações sobre a história e a cultura negra.
<b>PODCAST PAPO PRETO</b>	É um podcast sobre autoestima, bem-estar e o dia a dia da população negra

235

A estrutura de comunicação é formada por repórteres, videomakers, social media, além de profissionais atuantes nas áreas de produção, áudio e vídeo, marketing, roteiro e administrativas.

Os textos são informativos (reportagens) e opinativos (artigos) abordando a temática racial. Esses textos estão no website da Alma Preta ([www.almapreta.com.br](http://www.almapreta.com.br)), que tem mais de 2 milhões de acessos, mais de 1.600 matérias publicadas, mais de 15

milhões de pessoas alcançadas nas redes sociais e mais de 83 mil visualizações no YouTube. Nas redes sociais, são mais de 120 mil seguidores no Facebook e muitos outros no Instagram (564 mil), Twitter (104,5 mil) e Youtube (19,7 mil inscritos).

A Alma Preta traz em média três novos textos diariamente no site, que seguem uma estrutura jornalística. Além dos vídeos, no canal do YouTube, que podem ser acessadas também no website - na aba Vídeos. No site é possível visualizar as Black Stories, que entrega jornalismo, informação, em formato de *stories*. São webstories que contam “em um formato mais dinâmico e interativo as nossas histórias pretas” (BLACK STORIES. SITE ALMA PRETA). Um destaque nas Black Stories são as histórias de personalidades negras.

Desempenhando um papel de destaque na mídia alternativa, independente e negra do Brasil, a Alma Preta contribui para o debate sobre um jornalismo mais inclusivo e diversificado, que aborda temas relacionados aos direitos humanos, cidadania, políticas e produz pautas antirracistas no país. O jornalismo realizado pela Alma Preta busca estabelecer relações horizontais entre emissores e receptores, visando o empoderamento social progressivo dos meios de comunicação e a ampliação da cidadania. A comunicação alternativa se conecta ao jornalismo independente praticado pela agência, estando imersa em processos associativos mais amplos (PERUZZO, 2008: 377).

Tanto no site quanto nas redes sociais, o jornalismo da Alma Preta, assim como os atributos que levaram ao surgimento da imprensa alternativa nos anos 1960/1970, caracteriza-se por não se alinhar aos meios de comunicação tradicionais da época, apresentando uma alternativa de leitura em relação aos grandes jornais. Suas pautas antirracistas evitam estereótipos e buscam dar visibilidade à população negra.

A práxis jornalística alternativa é, segundo Dennis de Oliveira no artigo *Jornalismo alternativo, o utopismo iconoclasta*,

uma confrontação com a atual estrutura midiática monopolizada e que coloca o jornalismo como mais uma atividade mercantil. Os projetos alternativos de jornalismo podem configurar-se como elementos de construção de uma esfera pública alternativa, que esteja antenada com as demandas da maioria da sociedade. (OLIVEIRA, 2009: não paginado)

Oliveira, ao citar o pensador britânico Chris Atton (2005), destaca que a conceituação da mídia alternativa envolve um campo híbrido que combina práticas culturais (artísticas, literárias) com práticas jornalísticas, incorporando as mudanças radicais nos produtos, processos e relações entre ambos. Ao considerar algumas categorias-chave para uma compreensão do jornalismo alternativo, somos levados a identificar o conteúdo produzido pelo site Alma Preta, que não apenas busca informar, mas também valorizar a cultura negra, apresentando pautas mais comprometidas com as questões raciais para a comunidade negra e não negra.

Conforme apontado por Peruzzo (2013), a comunicação alternativa, em seus diversos formatos, pode proporcionar o protagonismo dos cidadãos organizados. Um dos objetivos da Alma Preta é alcançar a maioria da população do país (considerando que 56,1% da população brasileira é negra), por meio de um site jornalístico que utiliza os recursos tecnológicos e todas as formas comunicativas para transmitir notícias e contribuir para um jornalismo antirracista.

## CONSIDERAÇÕES

237

A práxis jornalística da Alma Preta em seu site, nas redes sociais, no podcast, assume uma postura que promove novas formas de sociabilidade, um jornalismo que aponta na direção de narrativas mais inclusivas, de uma imprensa alternativa que tem o poder transformador e crítico para a construção de pautas mais plurais.

As editorias do site da Alma Preta demonstram uma clara valorização da cultura negra. Títulos como "Quilombo" e "Diáspora & África" remetem a conteúdos que visam potencializar e valorizar a população negra. Nesse sentido, é possível compreender que os conceitos de comunicação alternativa conferem legitimidade ao jornalismo produzido pela Alma Preta, que aborda temas de interesse nacional sob uma perspectiva crítica, com ênfase nas questões raciais, negras e periféricas.

Explorar o site da Alma Preta permite ao leitor construir e reconstruir histórias da cultura negra. Ao adentrar em suas páginas e ler seus textos, é possível compreender o compromisso da publicação com a pluralidade, a diversidade e o jornalismo antirracista em sua forma e conteúdo, que inclui não apenas textos, mas também áudios

e vídeos. A Alma Preta não se limita a reproduzir conteúdos, mas também reflete sobre a produção jornalística e as novas possibilidades de construir narrativas legítimas, que contribuem para questionar e exigir direitos, colocando as pautas antirracistas no centro da sociedade.

Fundamentalmente, a Alma Preta desafia narrativas dominantes, valoriza a cultura negra e amplia a compreensão pública sobre a realidade da população negra. Sua práxis jornalística busca engajar os leitores e promover a igualdade racial, contribuindo para uma sociedade mais inclusiva e transformadora.

## Referências

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

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em comunicação**. 7. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

FELIX, Carla Bahiense; FRAGOSO, Mariana Pitasse; COSTA, Andrew. “Entre o comunitário, o popular e o contra-hegemônico: limites teóricos e aproximações cotidianas”. **Questões transversais**. nº 10, v. 5, julho-dezembro de 2017, pp. 98-106.

OLIVEIRA, Dennis de. “Jornalismo alternativo, o utopismo iconoclasta”. In: VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo 2009, São Paulo. **Anais eletrônicos**, São Paulo: SBPJor, 2009.

PERUZZO, Cicília M. K. “Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados. Reelaboraões no setor”. **Revista Palavra Clave**, Bogotá, nº 2, v. 11, dezembro de 2008, pp. 367-379.

PERUZZO, Cicília M. K. “Comunicação nos movimentos sociais: o exercício de uma nova perspectiva de direitos humanos”. **Contemporânea | comunicação e cultura**, nº 1 v.11, janeiro-abril de 2013, pp. 138-158.

PERUZZO, Cicília M.K. “Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária”. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo, 2006. **Anais eletrônicos**: São Paulo, Intercom, 1:1-15. 2006

PORTELA, Poema; SÁ, Izabele; FERES JÚNIOR, João; LEMOS, Fernanda & Mina, João Pedro. “Raça, gênero e imprensa: quem escreve nos principais jornais do Brasil? (GEMAA)”, **IESP-UERJ**, 2023, pp. 1-21.

ROSA, Isabel Cristina Clavelin da. “Imprensa Negra: descobertas para o Jornalismo brasileiro? **Estudos em Jornalismo e Mídia**. n° 1, v. 11, julho-dezembro de 2014, pp. 555-568.

PINTO, Ana Flávia Magalhães. **De pele escura e tinta preta**: a imprensa negra do século XIX (1833-1899). Dissertação de mestrado, 2006. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/6432/1/Ana%20Flavia%20Magalhaes%20Pinto.pdf>. Acesso em 26/05/2023.

PNAD Continua. **Características gerais dos moradores 2020-2021**. Disponível em: [https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101957\\_informativo.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101957_informativo.pdf). Acesso em 26/05/2023.