



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

## **Cooperativas de Trabalhadores de Comunicação: situando o debate e apresentando o cenário argentino<sup>1</sup>**

**Rafael Grohmann<sup>2</sup>**

**Faculdade Cásper Líbero / Universidade de São Paulo**

### **Resumo**

O artigo tem por objetivo situar o debate sobre cooperativas de trabalhadores de comunicação. Para tanto: a) posiciona a discussão em um cenário de flexibilização e individualização das situações de trabalho dos comunicadores; b) discute a atualidade das cooperativas, entre possibilidades de utopias reais e projetos radicais e contradições envolvendo o modo de produção capitalista; c) descreve algumas experiências cooperativas de trabalhadores de comunicação, com ênfase no cenário argentino atualmente, onde a área de comunicação foi a que mais cresceu em termos de cooperativas nos últimos dois anos.

**Palavras-chave:** comunicação; cooperativas; trabalho; Argentina.

### **Introdução**

Flexibilização, precarização e individualização das situações, dos contratos e das relações de trabalho: este tem sido um diagnóstico central em pesquisas sobre trabalhadores da área de comunicação - no Brasil, Mick e Lima (2013) e Fíguro, Nonato e Grohmann (2013) em relação ao trabalho dos jornalistas e Casaqui, Lima e Riegel (2011) sobre o trabalho publicitário; no exterior, estudos como os de Cohen (2016), Hesmondhalgh (2013) e McKercher e Mosco (2009) seguem na mesma direção, apontando sentidos sobre o trabalho dos comunicadores, de modo geral.

Isso significa dizer que, a despeito de possíveis idealizações, o trabalho dos comunicadores se insere na lógica da reestruturação produtiva do capital, como um indício dos processos produtivos e comunicacionais ocorridos no “macro” da sociedade, no mundo (Boltanski; Chiapello, 2009; Dardot; Laval, 2016) e no Brasil (Rizek, 2016). Um cenário marcado por frilas, *home-office*, contratos precários, diminuição dos postos formais de trabalho, aumento da jornada de trabalho e das

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho COMUNICAÇÃO, CULTURA EMPREENDEDORA e TRABALHO: consumo, narrativas e discursos., do 7º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 10 e 11 de outubro de 2018.

<sup>2</sup> Professor do Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero e Professor Contratado III da ECA-USP. Doutor em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. Realiza estágio pós-doutoral na ECO-UFRJ. E-mail: rafael-ng@uol.com.br



exigências para ser aprovado em vagas de emprego, borrar das fronteiras entre trabalho e lazer (*playbour* – Küklich, 2005) – onde a flexibilização é menos uma escolha que norma imposta e prescrita, como o que coloca Huws (2014) acerca de uma lógica de expropriação dos chamados “trabalhadores criativos” (inclusive com a crença de que seriam trabalhadores diferenciados<sup>3</sup>) na chamada “economia digital” – como se essa não tivesse uma materialidade.

Denominações como essas ajudam a sedimentar um “discurso flexível” em meio ao “trabalho duro” (Bernardo, 2009), com a circulação comunicacional de uma “gramática do capital” (ou gramática do capital em circulação): empreendedorismo, inovação, *disrupção*, *compliance*, inspiração (Casaqui, 2016). A comunicação, como processo, atua, pois, como braço-auxiliar da financeirização (Sodré, 2014) e na justificação (Boltanski; Chiapello, 2009) dos modos de ser e aparecer do capital. Esses signos circulantes também impactam, portanto, nos discursos e atividades de trabalho dos profissionais de comunicação<sup>4</sup>.

Analisamos em trabalhos anteriores (Grohmann; Roxo, 2015; Grohmann, 2017) como, no âmbito do trabalho dos jornalistas, o empreendedorismo é colocado como salvação à precarização do trabalho na profissão, com narrativas heroizadas e positivadas (Han, 2017) – portanto, exemplares, convocando os sujeitos a se ajustarem a essas prescrições. No mesmo sentido, há a circulação dos discursos sobre inovação no trabalho jornalístico – que funcionam como fórmulas discursivas – prescrevendo e cristalizando modos de ser jornalista e de fazer jornalismo – com os sentidos hegemonicamente relacionados à inovação tecnológica e ao discurso empreendedor. Isso tudo se relaciona a discursos acerca da pretensa “afetividade” no trabalho (Illouz, 2011), relacionados à ideologia do “faça o que você ama”, identificada por Sandoval (2018) nos discursos de trabalhadores na área da cultura.

Junto a esse diagnóstico sobre a flexibilização das condições de trabalho e as novas (e velhas) modalizações discursivas acerca do trabalho dos comunicadores, têm surgido no país pesquisas sobre “alternativas” a este cenário, isto é, iniciativas que não reproduzissem modelos de empreendedorismo e *startups* prescritos pela racionalidade neoliberal (Dardot; Laval, 2016), tais como arranjos

<sup>3</sup> Como afirma Huws (2015, p. 86), “por que o desejo de classificar esses trabalhadores? E por que, particularmente, agora?”

<sup>4</sup> Há, aqui, uma pista que foge aos objetivos deste artigo, mas que podemos lançar alguns questionamentos: a comunicação, como processo produtivo integrado à lógica do capital financeirizado, e os trabalhadores da área de comunicação, em meio a dilemas de produzir e consumir narrativas “flexíveis”, mas vivendo o cotidiano precarizado de trabalho – um circuito comunicacional (e) do capital que é tenso e dialético, entre criação e exploração (Huws, 2014). Como diz Harvey (2016), as contradições teimam em não se resolver: apenas se deslocam.



produtivos alternativos às corporações de mídia (Fígaro; Nonato, 2017; Grohmann, Roxo e Marques, 2017) e governança social para o jornalismo (Mick; Tavares, 2017).

O presente artigo localiza-se neste contexto – de alternativas ao cenário hegemônico do mundo do trabalho dos comunicadores – procurando, como parte de pesquisa mais ampla: a) situar o debate sobre as cooperativas de trabalhadores de comunicação entre possibilidades de “utopias reais” (Wright, 2010) e projetos radicais (Sandoval, 2017) e contradições do próprio modo de produção capitalista; b) descrever algumas experiências na área de comunicação, com maior ênfase para o cenário argentino atualmente, onde, nos dois últimos anos, houve a criação de, no mínimo, cinco cooperativas de trabalhadores de comunicação (Ruggeri, 2018), sendo a área da economia que mais cresceu na cena cooperativa do país.

### **Cooperativas de Trabalhadores: possibilidades e contradições**

Quando falamos em cooperativas de trabalhadores ou de trabalho nos referimos, de forma panorâmica, a uma organização de trabalho que é autogestionada e coletiva, não se relacionando, portanto, a quaisquer formas de “cooperação” ou “colaboração” no trabalho, pois, de alguma maneira, trabalhar sempre envolve, em alguma medida, cooperação (Marx; Engels, 2007; Fuchs, 2017) – enquanto algo fundamental da existência humana. Portanto, não se trata de *coworking* (Spina Jr., 2017) ou de uma “economia do compartilhamento” (Scholz, 2016), que são também manifestações sígnicas circulantes do capital, como um simulacro de cooperação frente à racionalidade capitalista. Frente à individualização das situações de trabalho, trata-se de pensar organizações coletivas do trabalho.

Encaramos, então, de forma normativa, as cooperativas como uma maneira de confrontar o “realismo capitalista” (Fisher, 2011), no sentido de buscar alternativas ou “utopias reais”, no sentido de Wright (2010), enquanto uma tensão entre sonhos e práticas, com um senso de possibilidade real de mudança social. Como afirma Wright (2010), este olhar possui “uma forte visão normativa da vida além do capitalismo, mas reconhece as limitações do nosso conhecimento científico das possibilidades reais de transcender o capitalismo” (Wright, 2010, p. 108). O autor reconhece o potencial das cooperativas como utopias reais e afirma que, dentre os diferentes desenhos institucionais possíveis para as cooperativas, é preciso valorizar a governança democrática e os princípios de propriedades dos trabalhadores.



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

No mesmo sentido, podemos considerar as cooperativas a partir do sentido dado por Dardot e Laval (2017) ao “comum”, de um modo que permita entrever além do capitalismo, o que envolve a co-atividade como fundamento da obrigação política, não enquanto uma categoria “gerencial” ou simulacro de participação coletiva, mas como princípio da emancipação do trabalho. Os autores, então, consideram a “resistência cooperativa” e a “cooperativa resistente” como formas do “comum”. Assim,

trazer novamente para o cerne da luta política a questão da organização do trabalho é a única resposta que pode ser dada às estratégias políticas da gestão neoliberal. Não basta ‘enriquecer as tarefas’ ou ‘consultar’ os assalariados de tempos em tempos sobre suas condições de trabalho: eles têm de participar da elaboração das regras e das decisões que os afetam (Dardot; Laval, 2017, p. 518).

Isso significa trazer para o primeiro plano a democratização das relações de trabalho e uma política democrática no ambiente de trabalho. De forma semelhante a Dardot e Laval (2017), De Peuter e Dyer-Witheford (2010), aproximam as cooperativas das políticas do comum, desde que envolvidas em questões de classes e políticas trabalhistas. A partir disso, eles concebem cinco tipos ideais envolvidos nas práticas cooperativas: a) trabalho associado; b) democracia no ambiente de trabalho; c) redistribuição da mais-valia; d) cooperação entre cooperativas e e) ligações entre cooperativas e Estados socialistas – tipos ideais esses que nos ajudarão a nortear parâmetros cooperativos em nossa pesquisa, de maneira mais ampla.

Na mesma direção de enfrentamento do “realismo capitalista” (Fisher, 2011), Marisol Sandoval (2017), após listar uma série de possibilidades de organizações cooperativas, desde as mais ajustadas à gestão do capital, concebe um olhar normativo para as cooperativas como um projeto prefigurativo radical. Em sua visão, as cooperativas radicais “são baseadas na propriedade coletiva ou comum e na tomada de decisão democrática” (Sandoval, 2017, p. 119).

Contudo, a despeito de “utopias reais” ou possibilidades radicais e do “comum”, há de se salientar que a discussão sobre cooperativas como alternativa de trabalho e ao próprio sistema capitalista é cheia de contradições há algum tempo, como evidenciam discussões em Marx (2012) e Rosa Luxemburgo (2015). Entre mudanças no “micro” da organização do trabalho e reproduções quanto ao sistema do capitalista, Luxemburgo (2015) considera que as cooperativas poderiam ser consideradas, no máximo, reformistas. Como afirma Sandoval (2017), não podemos idealizar o



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

trabalho nas cooperativas, pois “transformar os trabalhadores em capitalistas pode melhorar as condições de trabalhadores individuais, mas não resolve outros problemas estruturais do capitalismo que levam a enormes desigualdades sociais e crises econômicas e ambientais” (Sandoval, 2017, p. 118).

Os desafios do trabalho autogestionado e também da “economia solidária” se colocam a partir de suas contradições, não significando necessariamente um enfrentamento do capital necessariamente (Wellen, 2012; Azevedo, 2015). Desta forma, “longe de se constituir como espaço amenizador de contradições” (Azevedo, 2015, p. 269), as cooperativas de trabalhadores também se colocam como um *locus* de contradições envolvendo a lógica do capital, entre expressão e expropriação nas atividades de trabalho (Huws, 2014), entre democratização e hierarquização nos processos produtivos, mudanças e reproduções em relação às prescrições capitalistas hegemônicas.

Afinal, as cooperativas não se encontram fora, mas dentro do mesmo mundo do trabalho que envolve a lógica da flexibilização apontada anteriormente, de forma que essas iniciativas “ainda precisam depender de mercados e clientes que possam usar seu poder de mercado para colocar uma pressão sobre as taxas de juros, exigem amostras de trabalho não pago ou estabelecem prazos impossíveis” (Sandoval, 2018, p. 123). A autora afirma que a exploração não necessariamente desaparece, mas se torna mais invisível. A partir de suas contradições, podemos afirmar que

trabalhar em uma cooperativa não garante necessariamente uma fuga da precariedade, do estresse, do excesso de trabalho e dos baixos salários. Também não elimina todo o trabalho chato e desagradável, nem garante relações de trabalho significativas e solidárias. No entanto, os trabalhadores culturais individuais que se reúnem para iniciar uma cooperativa que seja comum a todos eles e que tome decisões democraticamente, pretendendo ser benéfica para todos os envolvidos já é um ato de resistência e uma recusa em aceitar que o sucesso de uma pessoa depende do fracasso de outra (Sandoval, 2018, p. 126).

Trata-se, como afirma a autora, de lutar contra a precariedade a partir da cooperação. Assim, entre “utopias reais” (Wright, 2010), possibilidades de “comum” (Dardot; Laval, 2017) e o ajustamento às prescrições do modo de produção capitalista, as cooperativas se (re)fazem. Sandoval (2016), então, faz um chamamento para que as cooperativas possam ir além das mudanças “micro”: “mas ir além do nível das microiniciativas e ilhas de pequena escala requer a construção de conexões entre cooperativas individuais, a fim de criar um movimento maior de cooperativas” (Sandoval, 2016, p. 109).



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Como podemos ver, fazem parte do horizonte de análise das cooperativas de trabalhadores os processos produtivos, a organização do trabalho (principalmente a partir das dimensões elencadas por De Peuter e Dyer-Witthford, 2010) e também os próprios processos comunicacionais que ocorrem no ambiente de trabalho. Como afirmam De Peuter e Dyer-Witthford (2010, p. 46), “o momento comunicacional do comum envolve a interação dialógica necessária para o planejamento democrático e a economia de associação”, mas falar em interação ou relação do ponto de vista comunicacional não significa somente pensar consensos, mas os conflitos e as disputas nos processos produtivos e comunicacionais (Grohmann, 2016). Conforme Azevedo (2015, p. 274), “cada experiência de recuperação e organização fabril sob o controle dos trabalhadores, seja na forma de cooperativas ou de ocupações, estabelece relações de comunicação decorrentes da ação dos trabalhadores na luta diária para a realização do trabalho e o funcionamento da organização”. Desta forma, trata-se de compreender as cooperativas de trabalhadores a partir dos processos produtivos e comunicacionais (Williams, 2011).

### **Cooperativas de Comunicadores**

Aqui circunscrevemos nosso objeto de pesquisa a partir das cooperativas de trabalhadores da área de comunicação, consideradas por nós como um tipo específico de “arranjo alternativo às corporações de mídia” (Fígaro; Nonato, 2017), que é entendido pelas autoras com referência a “arranjos produtivos locais”, não chegando a se configurar como um “sistema” e estando fora das estruturas e lógicas dos conglomerados midiáticos. Desta maneira, estão em jogo também outras possibilidades de enquadramentos midiáticos, o que nos faz indagar acerca dos impactos da organização do trabalho no conteúdo midiático produzido e sua contribuição para a democratização da comunicação.

No Brasil, uma iniciativa pioneira em relação ao cooperativismo na área de comunicação foi o jornal gaúcho Coojournal, que funcionou de 1974 a 1983, durante a ditadura militar no país. Segundo Gloria e Strelow (2017), até o ano de 2017, há 14 textos resultados de pesquisa acerca do Coojournal, sendo a maioria deles dedicados à análise do conteúdo/discurso do jornal. No que tange às motivações em relação ao jornal, Ellwanger (2011, p. 162) afirma que, para os fundadores do período, “foi a questão ideológica, representada pela vontade de lançar um jornal alternativo. Para os



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

que se associaram mais tarde, a cooperativa se mostrava como uma possibilidade de emprego, como uma segurança a mais no tocante à obtenção de renda”.

Atualmente, nas pesquisas realizadas até o momento, pudemos identificar poucas iniciativas cooperativas de trabalhadores em comunicação, como a Cooperativa Comunicacional Sul, de Florianópolis, que edita o portal Desacato, e a Cooperativa dos Jornalistas e Gráficos do Estado de Alagoas (Jorgraf), que edita o jornal Tribuna Independente e o portal Tribuna Hoje – que serão objetos de análise em fases futuras da pesquisa. O texto de apresentação do portal Desacato coloca como objetivo da cooperativa a “soberania comunicacional popular”. Considera também que “a cooperativa pretende ser uma opção diante dos monopólios de comunicação, que vá além dos projetos individuais, característicos da internet” (Desacato)<sup>5</sup>.

A Jorgraf foi objeto de pesquisa de Santos (2016; 2017), e para ela, “o projeto de gestão participativa da Jorgraf tem contribuído para o desenvolvimento local ao divulgar uma cultura de cooperativismo, uma experiência que surgiu no contexto de uma crise, a partir da mobilização do chão da gráfica e da redação de uma empresa jornalística falida (Santos, 2016, p. 6). Contudo, tanto essas pesquisas quanto em relação ao CooJornal ficam em um plano descritivo-histórico em relação às cooperativas, sem uma dimensão analítico-interpretativa, ou mesmo ruptura epistemológica (Lopes, 2005) em relação às iniciativas. Há, ainda, informações escassas sobre outras cooperativas, como a de radialistas de Sergipe, que funcionou até 2016, e a Cooperativa de Trabalho dos Profissionais de Fotografia, Imagem e Audiovisual da Bahia (COOFIAV). Essas semi invisibilidades/inexistências em relação às cooperativas de comunicadores no Brasil também encontram um sintoma no “Mapa de Jornalismo Independente”<sup>6</sup> da Agência Pública, já que nenhuma iniciativa listada é cooperativa<sup>7</sup>.

Em outros países da América do Sul, vemos outras iniciativas – sem a intenção de esgotar as possibilidades: entre elas, na Argentina, o jornal *Tiempo Argentino*, da cooperativa *Por Más Tiempo*, e a revista MU, editada pela cooperativa Lavaca. Na *Federación Asociativa de Diarios y Comunicadores Cooperativos de la Republica Argentina* (FADICCRA), há 24 cooperativas de trabalhadores de comunicação. Nos últimos dois anos, pelo menos cinco iniciativas midiáticas se

<sup>5</sup> Disponível em: < <http://desacato.info/a-cooperativa/>>. Acesso em 14 abr. 2018.

<sup>6</sup> Disponível em: < <https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>>. Acesso em 14 abr. 2018.

<sup>7</sup> Podemos observar como há muitos “coletivos” dentre as iniciativas listadas, o que nos leva a questionar – para desdobramentos futuros da pesquisa: quais as possíveis relações entre coletivos e cooperativas?



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

tornaram cooperativas. No continente ainda há, entre outros, o jornal *La Diaria* e o semanário *Brecha*, ambos no Uruguai, e a Rádio Cooperativa, no Chile.

No Norte do globo, algumas das referências em cooperativas de trabalho da área de comunicação são os jornais *Die Tageszeitung*, da Alemanha (que existe desde 1979), *eldiario.es*, *La Marea* e *El Crític*, da Espanha (sendo os dois primeiros de Madri e o terceiro de Barcelona) e o portal *Bristol Cable*, da cidade inglesa. No Canadá, há o *Vancouver Media Co-op*, iniciativa de jornalismo local. Na Escócia, há a cooperativa *Media Co-op*, que realiza diversas atividades em produção audiovisual e mídias digitais. Na Grécia, há algumas cooperativas jornalísticas, como *Efimerida Syntakton – EFSYN*, *Altherthess*, *The Cricket* e *Flash FM*. Segundo Siapera e Papadopoulou (2016), a primeira e a última são “reencarnações cooperativas de antigas mídias comerciais, enquanto *Altherthess* e *The Cricket* representam os esforços de uma jovem geração de jornalistas” (Siapera; Papadopoulou, 2016, p. 185). Para as autoras, as cooperativas jornalísticas traçam outro modelo para o jornalismo, priorizando questões sociais em detrimento do lucro. Segundo elas, no caso grego,

as cooperativas são fundadas na necessidade, social, econômica e criativa; operam como hierarquias planas; valorizam e priorizam a colaboração; consideram e reformulam o jornalismo como um processo social de construção e sustentação de relações; estão organicamente ligadas à sociedade (Siapera; Papadopoulou, 2016, p. 192).

Há, ainda, iniciativas relacionadas ao que Scholz (2017) chama de “cooperativismo de plataforma”<sup>8</sup>, como a *Member’s Media*, que é “uma plataforma de mídia possuída cooperativamente que se dedica a produtos e fãs de filmes independentes. As pessoas usando e produzindo para esse site – xs produusuárixs – possuem a maioria da plataforma junto com xs membrxs originais e xs investidorxs” (Scholz, 2017, p. 71). Outras cooperativas do setor de mídia constantes do *site* oficial do cooperativismo de plataforma são *Branyan Project*, *Co-operative News*, *Demcra*, *Design is Political*, *NewScoop YYC*, *Positive News* e *Shareable*. A maioria dessas iniciativas são dos Estados Unidos, do Canadá e do Reino Unido.

Seguramente essas não são as únicas cooperativas de comunicadores, mas podemos perceber, à primeira vista, como a maioria das iniciativas cooperativas listadas são da área de jornalismo.

<sup>8</sup> Para Scholz (2016; 2017), o cooperativismo de plataforma seria uma alternativa à neoliberal “economia do compartilhamento”, com organizações coletivas e cooperativas adentrando os ambientes digitais. O autor concebe plataforma como “o termo para descrever o ambiente no qual intermediárixs extrativxs ou cooperativxs oferecem seus serviços ou conteúdos” (Scholz, 2017, p. 61).





Observamos também uma diversidade de histórias das instituições, mas parece predominar o diagnóstico de Siapera e Papadopoulou (2016), com muitas cooperativas sendo empresas recuperadas por trabalhadores (como no próprio caso do *Tiempo Argentino*, por exemplo) ou nascidas a partir das plataformas digitais, como as iniciativas relacionadas ao cooperativismo de plataforma e cooperativas como *Altherthess* e *The Cricket* na Grécia.

Neste universo, há também prescrições de como melhor se trabalhar com cooperativas, como o relatório da *Co-operatives UK* para o setor de mídia (Boyle, 2015). O setor cooperativo é colocado como uma “boa notícia” (*good news*) para enfrentar a crise midiática. O tom do relatório é menos um projeto radical ou de utopia real e mais ajustado às prescrições capitalistas: “os meios de comunicação estão famintos para realizar suas produções de formas mais resilientes financeiramente, enquanto o público está com fome de uma mídia que eles possam confiar. As cooperativas podem fazer as duas coisas” (Boyle, 2015). O discurso da *Co-operatives UK* encara as cooperativas mais como um “modelo de negócio” – ou a partir da organização e das lógicas do capital – do que a partir do mundo do trabalho (Rebechi; Figaro, 2013) e suas políticas de resistência.

Em suas pesquisas sobre cooperativas no setor cultural<sup>9</sup> no Reino Unido, Sandoval (2016) identificou que os discursos dos trabalhadores são mais politizados em relação às prescrições enunciados pelo relatório da *Co-Operatives UK*. A identificação com valores alternativos e cooperativos e a insatisfação com o mercado de trabalho em geral, além de uma sensação de falta de democracia, fazem parte dos discursos dos trabalhadores nos resultados das pesquisas de Sandoval (2016; 2017; 2018). Assim como no trabalho cooperativo, em geral, as cooperativas de trabalhadores de comunicação e seus discursos expressam as contradições acerca do que significa trabalhar com cooperativismo, entre as lógicas de criação/expressão e exploração/expropriação. Os processos comunicacionais e produtivos, então, exprimem as lutas em circulação (Dyer-Witthford, 1999) entre utopias reais, projetos radicais e ajustamentos às lógicas do capital.

## O Cenário Argentino

Nos limites deste artigo, como um exemplo das discussões travadas acima sobre cooperativas de trabalhadores da área de comunicação, descrevemos algumas iniciativas argentinas, dando algum destaque ao jornal *Tiempo Argentino*. A Argentina tem um forte histórico em relação ao

<sup>9</sup> Sandoval (2018) considera o setor cultural a partir das áreas de mídia, artes cênicas, música, cinema, design gráfico, software e tecnologia, editoração, artes e arquitetura.



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

cooperativismo, estando presente no país desde o século XIX, e tendo sua atualidade marcada desde a crise econômica do país em 2001 – devido a políticas neoliberais – com a intensificação de experiências de “empresas recuperadas por trabalhadores”, conforme mostram Ruggeri (2009; 2011) e Henriques (2014), iniciativas estas citadas inclusive pelos canadenses De Peuter e Dyer-Witthford (2010), e que se dão em diferentes áreas da economia, não somente no setor agrário: cooperativas de gráficos, no setor têxtil e também de comunicadores, entre outros. Já no Brasil, como diz Henriques (2014, p. 80), “que desde a década de 1980 apresenta casos relevantes desse tipo de luta operária, há um arrefecimento desde meados dos anos 2000”. Na área de comunicação, algumas cooperativas nasceram desde então, e nos últimos dois anos (2016-2017), pelo menos cinco empresas midiáticas foram recuperadas por trabalhadores e se tornaram cooperativas, sendo o setor econômico com o maior aumento de iniciativas deste tipo no país (Ruggeri, 2018).

Uma das pioneiras na área de comunicação na Argentina foi a cooperativa *lavaca*, de Buenos Aires, que nasceu em 2001 no auge da crise econômica do país, a partir da luta anti-*copyright*. Além de editar a revista *MU*, a iniciativa controla a página homônima, o programa *Decí UM*, e ainda tem uma cátedra de comunicação, com cursos livres, e um bar, o *MU Punto de Encuentro*. A *lavaca* também produz conteúdos que potencializem, em suas próprias palavras, a autonomia de pessoas e organizações sociais. Segundo a descrição de seu *site*, autonomia refere-se a: “autogestão de projetos pessoais e coletivos; fluxo livre de novas formas de pensamento e ação; o exercício da liberdade, entendido como forma de poder social” (lavaca)<sup>10</sup>.

Em 2009, foi criada a *Federación Asociativa de Diarios y Comunicadores Cooperativos de la Republica Argentina* (FADICCRA), que hoje conta com 24 cooperativas de comunicadores associadas, entre as quais podemos destacar: a) revista *Cítrica*, de cooperativa formada por ex trabalhadores do jornal *Crítica*; b) portal *El Independiente*, da *Cooperativa Periodística de Trabajo y Consumo - Copegraf*; c) *El Diario CBA*; d) *El Diario de la Región*, da *La Prensa Cooperativa de Trabajo y Consumo*; e) *Redacción Rosario*, e f) *El Mensajero Diario*.

A maioria dessas iniciativas encontra-se nos distritos de Buenos Aires, Córdoba e Rosário, mas uma das fundadoras (*Copegraf*, que edita *El Independiente*) é de La Rioja. Há cooperativas não só de trabalho, mas também de consumo, e algumas empresas recuperadas por trabalhadores, como a cooperativa da revista *Cítrica*, com 12 jornalistas. O jornal *Crítica* fechou em 2010 e houve um

<sup>10</sup> Disponível em: < <http://www.lavaca.org/que-es-lavaca/> > . Acesso em 14 abr. 2018.



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

conflito entre abril e outubro, até a formação da cooperativa. Na descrição da iniciativa em seu *site* oficial, evidencia-se algumas das contradições do processo: “desde 2012, a *Cítrica* sai com jornais de diferentes províncias argentinas e é distribuída em vários pontos de Buenos Aires. Não foi, evidentemente, um caminho de rosas: houve vítimas, desesperos e lutas. Mas também alegrias e orgulho” (*Cítrica*)<sup>11</sup>. Segundo a descrição, o que une os jornalistas da cooperativa é a crença de que “o jornalismo autogerido é uma opção real para esses tempos” (*Cítrica*).

Segundo Ruggeri (2018), nos anos de 2016 e 2017, o setor da economia que teve mais empresas recuperadas por trabalhadores foi o de comunicação. Neste período, pelo menos cinco iniciativas se tornaram cooperativas, e uma está em formação (*El Correo de Firmat*, de Rosario). Foram os primeiros anos do governo do presidente Mauricio Macri, com um *revival* da racionalidade neoliberal da virada do século, desta vez ainda mais ajustada à “nova razão do mundo” (Dardot; Laval, 2016). Entre 2010 e 2013, somente uma empresa de comunicação foi recuperada por trabalhadores.

As iniciativas que se tornaram cooperativas nos dois últimos anos foram: a) *Infonews*, que se tornou o primeiro portal de notícias do país a ser recuperado pelos trabalhadores; b) *El Ciudadano*, a partir da cooperativa *La Cigarra*; c) *La Mañana*, transformada em *La Nueva Mañana*; d) *La Portada*, que nasceu dos ex trabalhadores dos jornais *El Oeste* e *Páginas del Sur*, a partir da cooperativa *Prensa Unida*; e) *Tiempo Argentino*, a partir da cooperativa *Por Más Tiempo*. De todas essas cooperativas, a *Por Más Tiempo*, que edita o *Tiempo Argentino*, é a que tem o maior número de trabalhadores, 105, e que, de alguma forma, talvez melhor represente o atual momento no país no que tange às cooperativas de comunicadores.

O jornal foi fundado em 2010 e é gerido por seus trabalhadores desde abril de 2016, com a criação da cooperativa *Por Más Tiempo*. Em dezembro de 2015 – mês de posse do atual presidente do país – o grupo que controlava o veículo, formado por aliados da ex-presidente Cristina Kirchner, deixou de pagar os salários dos trabalhadores após a iniciativa perder contas de publicidade do governo, e abandonou o jornal. Os trabalhadores se uniram, tomaram o controle do *Tiempo* e lançaram uma publicação especial em 24 de março de 2016, sobre os 30 anos do golpe de Estado de 1976, que vendeu 30 mil exemplares. Cerca de um mês depois, foi lançada a primeira edição do *Tiempo Argentino* como cooperativa, desta vez em formato semanal, além do *site*. Em julho de 2016,

<sup>11</sup> Disponível em: < <http://www.revistacitrica.com/info-quienes-somos.html>>. Acesso em 14 abr. 2018.



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

houve um ataque à redação do periódico, capitaneado por um empresário que afirmou ser o novo proprietário do veículo, com a destruição física do jornal e a expulsão dos trabalhadores. Dos cerca de 200 funcionários do jornal antes da crise do fim de 2015, ficaram 105 trabalhadores na cooperativa. Desde então, o slogan do jornal é: “donos de nossas palavras”. Por todo esse contexto, o *Tiempo Argentino* pode ser considerado como um caso exemplar do atual cenário argentino das cooperativas de comunicadores.

Entre os dias cinco e nove de janeiro de 2018, visitamos a redação do *Tiempo* e fizemos entrevistas com 12 trabalhadores, tomando por base os processos comunicacionais e produtivos enunciados nas seções anteriores. Neste artigo, somente contextualizaremos, de forma breve, a experiência no cenário argentino, a partir de alguns enunciados<sup>12</sup> de três cooperados que atuam tanto na redação quanto na parte administrativa do jornal: Javier Borelli, presidente da cooperativa, Federico Amigo, secretário geral e German Alemmani, responsável pela organização social do trabalho, denominação cunhada pelo jornal para se referir à área de recursos humanos<sup>13</sup>.

Em geral, a partir das entrevistas, podemos enfatizar a luta e a resistência dos trabalhadores para “recuperarem” o jornal, em um período de incertezas: “não tínhamos um jornal para fazer, não tínhamos a cooperativa, não tínhamos salário” (Federico). Antes da formação oficial da cooperativa, houve um período de formação, envolvendo cooperativas de várias áreas, desde laticínios até a própria área de comunicação:

era uma empresa de cerca de 200 empregados, dos quais cerca de 100 ficaram nesta batalha. Então, houve um período de cerca de dois meses em que diferentes cooperativas ou redes de cooperativas se aproximaram do jornal para nos contar sua experiência em diferentes níveis: de como atravessar uma experiência tão traumática e gerar ações que nos dessem algum dinheiro para nos sustentarmos, pensarmos e ganharmos tempo (German).

A partir daí, podemos explicar o nome da própria cooperativa, *Por más tiempo*. Tempo para pensar e agir coletivamente, tanto jornalisticamente quanto na autogestão do periódico. A partir de agora, eles se tornariam o que diz o próprio *slogan* posterior do jornal: “donos de nossas palavras” – signos que são trabalho e mercadoria (Rossi-Landi, 1985). Como diz Javier Borelli, “aqui os jornalistas tomam decisões sobre a linha editorial e sobre o lugar para onde vai o jornal”<sup>14</sup>.

<sup>12</sup> De maneira exploratória e inicial.

<sup>13</sup> Os três formam a base da administração do jornal, que é eleita e possui mandato. Em artigo posterior, explicaremos com detalhes a organização de trabalho do jornal.

<sup>14</sup> O próprio Javier é, ao mesmo tempo, presidente da cooperativa (mandato de um ano) e subeditor de “Geral” do jornal.



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Para os entrevistados, a autogestão das decisões jornalísticas e empresariais é um dos maiores dilemas da cooperativa, que envolve também trabalho associado e democratização das relações de trabalho: “não são decisões do presidente, mas do conselho endossadas pela assembleia. Não houve nenhuma decisão importante que tenha sido discutida em assembleia” (Javier). Atualmente, as assembleias – que podem ser tomadas como parte de processos produtivos e comunicacionais – são semanais. Segundo German, para poder transformar as estruturas de gestão, por enquanto houve uma decisão por manter a estrutura de rotina jornalística anterior: “não estávamos em condições de poder debater e reformular todo um sistema de trabalho. Nos apoiamos onde sabíamos e nos dedicamos a montar todas aquelas partes da empresa que não existiam” (German).

Entre dilemas e contradições, os trabalhadores afirmam que os maiores desafios do jornal, por um lado, são os de não burocratização e não estratificação da gestão – para não reproduzir uma lógica individual de trabalho – e, por outro, os de digitalização e monetização: “nós, como jornal tradicional, sabíamos fazer um diário, e a *web* foi uma novidade da cooperativa” (Federico). Com relação ao “jornal-cooperativa” e suas possíveis especificidades, por um lado, Javier considera o periódico um “empreendimento jornalístico igual *La Nación* e *Clarín*, mas em uma cooperativa” (Javier); por outro, Federico avalia que, possivelmente, o que diferenciaria uma cooperativa de trabalhadores de comunicação de outras cooperativas seria “o conteúdo, a informação, a ideologia, com um estilo” (Federico), mas também considera que a especificidade seria algo pequeno frente a problemas muitos semelhantes da autogestão e do trabalho cooperativo em outras áreas<sup>15</sup>. São os sentidos – comunicacionais e produtivos – em circulação acerca da própria experiência cooperativa.

Em linhas gerais, encontramos, no *Tiempo Argentino*, a maioria das características levantadas por De Peuter e Dyer-Witthford (2010), principalmente trabalho associado, democracia no ambiente de trabalho, redistribuição de mais-valia (com um sistema de saques/*retiros* mensais a partir do saldo repartível anual) e cooperação entre cooperativas. Com os dilemas e as contradições de uma cooperativa em permanente construção, o *Tiempo* é um exemplo do cenário atual das cooperativas de trabalhadores de comunicação na Argentina, encaradas como tentativas de combate à lógica individualista de organização do trabalho, mesmo com este enfrentamento ocorrendo dentro do mesmo mundo do trabalho. O que, então, procuramos neste artigo foi desenvolver uma reflexão sobre

<sup>15</sup> Algo que nos remete à discussão sobre trabalho “criativo” (Huws, 2015; McKercher; Mosco, 2009), em uma distinção legitimada e naturalizada entre, como afirma Williams (2000), “os que escrevem” e “os que imprimem”. “O primeiro processo é considerado produção cultural, o último, meramente instrumental” (Williams, 2000, p. 144).



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

a atualidade das cooperativas e como podemos pensa-las a partir do mundo do trabalho na área de comunicação, como um tipo específico de arranjo alternativo às corporações de mídia. O apresentar de um terreno, as primeiras questões e a descrição de algumas experiências: explorações e aproximações teóricas e empíricas necessárias para o aprofundamento que vem em seguida.

## Referências

- AZEVEDO, Júlio Arantes. **Centralidade da atividade de comunicação e de trabalho**: um estudo da comunicação em fábricas recuperadas por experiências autogestionárias. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo (USP). Orientadora: Roseli Fígaro, 2015.
- BERNARDO, Marcia. **Trabalho Duro, Discurso Flexível**. São Paulo: Expressão Popular, 2009.
- BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. **O Novo Espírito do Capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.
- BOYLE, Dave. **Good news**: a co-operation solution to media crisis. Report Co-Operatives UK, 2015.
- CASAQUI, Vander. A Inspiração como Forma Comunicacional do Capitalismo *Cool*. **Anais do Intercom**. São Paulo/SP: ECA-USP, 2016.
- CASAQUI, Vander; LIMA, Manolita; RIEGEL, Viviane (org.). **Trabalho em Publicidade e Propaganda**. São Paulo: Atlas, 2011.
- COHEN, Nicole. **Writers' Rights**: freelance journalism in a digital age. Montreal: McGill, 2016.
- DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A Nova Razão do Mundo**. São Paulo: Boitempo, 2016.
- DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **Comum**. São Paulo: Boitempo, 2017.
- DE PEUTER, Greig; DYER-WITHEFORD, Nick. Commons and Cooperatives. **Affinities: A Journal of Radical Theory, Culture, and Action**. V. 4, N. 1, 2010, p. 30-56.
- DYER-WITHEFORD, Nick. **Cyber-Marx**. Chicago: University of Illinois Press, 1999.
- ELLWANGER, Rozana. **A Experiência da Cooperativa dos Jornalistas de Porto Alegre (Coojornal) como Alternativa de Organização da Categoria Profissional**. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional) - Universidade de Santa Cruz do Sul. Orientadora: Ângela Felippi, 2011.
- FÍGARO, Roseli.; NONATO, Cláudia. Novos “Arranjos Econômicos” Alternativos para a Produção Jornalística. **Contemporânea**. V. 15, N. 1, 2017.
- FÍGARO, Roseli; NONATO, Cláudia; Grohmann, Rafael. **As Mudanças no Mundo do Trabalho do Jornalista**. São Paulo: Atlas, 2013.
- FISHER, Mark. **Capitalist Realism**: is there no alternative? Winchester: Zero Books, 2011.
- FUCHS, Christian. **Social Media**: a critical introduction. 2a. Edição. London: Routledge, 2017.
- GLORIA, Rafael; STRELOW, Aline. Coojornal como Objeto de Pesquisa: mapeamento dos estudos realizados sobre o jornal. **Anais do Encontro Nacional de História da Mídia**. São Paulo: Mackenzie, 2017.
- GROHMANN, Rafael. **As Classes Sociais na Comunicação**: sentidos teóricos do conceito. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo (USP). Orientadora: Roseli Fígaro, 2016.
- GROHMANN, Rafael. Inovação como Fórmula Discursiva Convocatória para as Práticas Jornalísticas: sentidos mobilizados por textos do Observatório da Imprensa. **Contemporânea**. V. 15, N. 1, 2017.
- GROHMANN, Rafael; ROXO, Michelle. Os discursos sobre o jornalista-empresário em sites especializados na cobertura do campo profissional. **Contemporânea**. V. 13, n. 2, 2015.
- GROHMANN, Rafael; ROXO, Michelle; MARQUES, Ana Flávia. Lugares de Enunciação e Disputas de Sentido em Relação ao Trabalho Jornalístico em Arranjos Alternativos às Corporações de Mídia. **Anais da SBPJor**. São Paulo: ECA-USP, 2017.
- HAN, Byung-Chul. **Sociedade da Transparência**. Petrópolis: Vozes, 2017.
- HARVEY, David. **17 Contradições e o Fim do Capitalismo**. São Paulo: Boitempo, 2016.
- HENRIQUES, Flávio Chedid. **Autogestão em Empresas Recuperadas por Trabalhadores**: Brasil e Argentina. Florianópolis: Insular, 2014.



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

- HESMONDHALGH, David. **The Cultural Industries**. London: Sage, 2013.
- HUWS, Ursula. **Labor in the Global Digital Economy**. New York: Monthly Review Press, 2014.
- HUWS, Ursula. A Ignição no Motor: trabalhadores criativos na economia global. **Revista Parágrafo**. V. 3, N. 1, 2015.
- ILLOUZ, Eva. **O Amor nos Tempos do Capitalismo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- KÜKLICH, Julian. Precarious Playbour: modders and the digital games industry. **Fibreculture Journal**, v. 3, n. 5, 2005.
- LUXEMBURGO, Rosa. **Reforma ou Revolução**. São Paulo: Expressão Popular, 2015.
- MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **A Ideologia Alemã**. São Paulo: Boitempo, 2007.
- MARX, Karl. **Crítica do Programa de Gotha**. São Paulo: Boitempo, 2012.
- McKERCHER, Catherine; MOSCO, Vincent. **The Laboring of Communication: will knowledge workers of the world unite?** Lanham: Lexington Books, 2009.
- MICK, Jacques; LIMA, Samuel. **Perfil do Jornalista Brasileiro**. Florianópolis: Insular, 2013.
- MICK, Jacques; TAVARES, Luísa. A Governança do Jornalismo e Alternativas para a Crise. **Brazilian Journalism Research**. V. 13, N. 2, 2017.
- REBECHI, Claudia; FIGARO, Roseli. A Comunicação no Mundo do Trabalho e a Comunicação da Organização: duas dimensões distintas. **Animus**. V. 12, n. 24, 2013.
- RIZEK, Cibele. Faces do lulismo: políticas de cultura e cotidiano na periferia de São Paulo. In: SINGER, André. LOUREIRO, Isabel (org.). **As Contradições do Lulismo**. São Paulo: Boitempo, 2016, p. 185-218.
- ROSSI-LANDI, Ferruccio. **A Linguagem como Trabalho e como Mercado**. São Paulo: Difel, 1985.
- RUGGERI, Andrés (org.). **Las Empresas Recuperadas: autogestión obrera em Argentina y América Latina**. Buenos Aires: Editorial de La Facultad de Filosofía y Letras Universidad de Buenos Aires, 2009.
- RUGGERI, Andrés. Reflexiones sobre la Autogestión en las Empresas Recuperadas Argentinas. **Estudios**. N. 1, 2011.
- RUGGERI, Andrés. Las empresas recuperadas a dos años de gobierno de Mauricio Macri. **Autogestión**. 2018.
- SANDOVAL, Marisol. What would Rosa do? Co-operatives and radical politics. **Soundings**. V. 43, 2016.
- SANDOVAL, Marisol. Enfrentando a Precariedade com Cooperação: cooperativas de trabalhadores no setor cultural. **Revista Parágrafo**. V. 5, n. 1, 2017.
- SANDOVAL, Marisol. From passionate labour to compassionate work: cultural co-ops, do what you love and social change. **European Journal of Cultural Studies**, 2018.
- SANTOS, Magnolia. Cooperativa Jorgraf: uma parceria de sucesso entre jornalistas e gráficos alagoanos. **Anais da Intercom**. São Paulo: ECA-USP, 2016
- SANTOS, Magnolia. Cooperativa Jorgraf: 10 anos de sobrevivência de uma saga alagoana. **Anais da Intercom**. Curitiba: UP, 2017.
- SCHOLZ, Trebor. **Uberworked and Underpaid**. London: Polity Press, 2016.
- SCHOLZ, Trebor. **Cooperativismo de Plataforma**. São Paulo: Fundação Rosa Luxemburgo, 2017.
- SIAPERA, Eugenia; PAPADOPOULOU, Lambri. Entrepreneurialism or Cooperativism? An exploration of cooperative journalistic enterprises. **Journalism Practice**. V. 10, n. 2, 2016.
- SODRÉ, Muniz. **A Ciência do Comum: notas para o método comunicacional**. Petrópolis: Vozes, 2014.
- SPINA Jr. Marcelo. **Empreendedorismo, colaboração e coworking: análise dos discursos do Impact Hub São Paulo e de seus membros**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo) - Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). Orientador: Vander Casaqui, 2017.
- WELLEN, Henrique. **Para a Crítica da “Economia Solidária”**. São Paulo: Expressão Popular, 2012.
- WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- WILLIAMS, Raymond. **Cultura e Materialismo**. São Paulo: Ed. UNESP, 2011.
- WRIGHT, Erik Olin. **Envisioning Real Utopias**. New York: Penso, 2010.