

Imprensa contra-hegemônica: o caso do *Coojornal* (1976-1983)

Jaime Valim Mansan *

Resumo: Esta comunicação tem a finalidade de apresentar algumas observações acerca da função ideológica cumprida pelo *Coojornal* (jornal alternativo gaúcho, de circulação nacional, produzido por uma cooperativa de jornalistas e distribuído entre 1976 e 1983) durante a última fase da Ditadura Civil-militar Brasileira, para, a partir disso, propor uma reflexão sobre as possibilidades da imprensa contra-hegemônica na luta por uma superação positiva do sistema do capital.

Palavras-chave: Ditadura civil-militar brasileira; imprensa contra-hegemônica; imprensa alternativa; *Coojornal*.

Counter-hegemonic press: the *Coojornal* case (1976-1983)

Abstract: This paper has the goal of showing some observations about the ideological function realized by *Coojornal* (alternative newspaper from Rio Grande do Sul/Brasil, with national circulation, made by a journalists cooperative group and distributed between 1976 and 1983) during the last period of Brazilian Civil-military Dictatorship, in order to, from this, make a thought about the possibilities of counter-hegemonic press in the struggle for a positive overcome of capital system.

Keywords: Brazilian civil-military dictatorship; counter-hegemonic press; alternative press; *Coojornal*.

A presente comunicação não foi elaborada com a intenção de ser um estudo exaustivo das páginas do *Coojornal*, ou uma reconstituição minuciosa de sua história. Para tanto, é possível consultar Uchoa (1988), Kucinski, (1991) e Rosa (2002), dentre outros. Apoiando-se em uma análise de quase todos os exemplares publicados,¹ bem como de obras que tratam da história da cooperativa e do jornal, este ensaio tem por objetivo apresentar, isto sim, uma primeira reflexão, de caráter introdutório, sobre a viabilidade, as limitações e a importância da imprensa contra-hegemônica no árduo processo de luta pela superação positiva do sistema do capital. Como o periódico em questão foi caracterizado por inúmeros autores como um exemplo de *imprensa alternativa*, faz-se necessário apontar inicialmente algumas observações acerca de tal conceito.

Imprensa alternativa

Caparelli (1986, pp. 42-50) observa que o fenômeno da *imprensa alternativa* já recebeu outras denominações no Brasil: *imprensa nanica*, *imprensa política*, *jornalismo*

* Mestrando em História da PUC/RS, licenciado em História pela UFRGS. End. eletrônico: jaimemansan@gmail.com

¹ Foram analisados os exemplares publicados entre fevereiro de 1977 e julho de 1982, disponíveis no Arquivo Histórico de Porto Alegre “Moysés Vellinho”.

opinativo. Chinem (1995, pp. 7; 30) aponta ainda os termos *imprensa de leitor*, *independente* e *underground*, comentando que o termo “imprensa nanica” foi criado por João Antonio em uma crônica no *Pasquim*, e que Alberto Dines, “aproveitando uma idéia norte-americana, lançou a expressão ‘imprensa alternativa’”, como alternativa “de noticiário, (...) de mercado, de postura, de organização acionária”. Tanto Chinem quanto Caparelli refutam todas as primeiras, em preferência a “imprensa alternativa”. Segundo Caparelli (1986, pp. 43-44), “imprensa nanica” não caracterizaria corretamente alguns jornais alternativos que alcançaram grandes tiragens.² “Imprensa política” também não constituiria termo apropriado, pois política a grande imprensa também é – poder-se-ia acrescentar, com ele, que, *a priori*, qualquer veículo de comunicação *pode* cumprir uma função político-ideológica. Por fim, “jornalismo opinativo”, que o autor vê como um “desdobramento de jornalismo político” seria uma expressão desinteressante pelos mesmos motivos, já que a neutralidade (ou objetividade), “a menina dos olhos da grande imprensa”, notoriamente tem sido, ao longo do tempo, uma ilusão valorizada e defendida pelas ideologias dominantes. “Imprensa alternativa” é, segundo Caparelli (1986: 45), “um dos termos mais apropriados, principalmente porque esse conceito sugere imediatamente referência ao contexto de seu aparecimento”.

Ele argumenta ainda que o fenômeno da imprensa alternativa não é uma especificidade da conjuntura histórica brasileira dos anos 1970, tendo existido em diversos regimes políticos e épocas (CAPARELLI, 1986, pp. 48-55).³ No próprio Brasil, exemplifica com as experiências do *Correio Braziliense*, criado após a chegada da família real; do *A Manhã*, fundado em 1926 pelo gaúcho Apparício Torelli (o “Barão de Itaraté”), que enfrentou momentos difíceis durante a ditadura do Estado Novo, com censura, prisões e agressões físicas; do já mencionado *Binômio*, na década de 1950 e primeira metade dos 1960; de *Pif-Paf*, criado por Millôr, com o apoio de Ziraldo, Jaguar, Fortuna e Claudius, em 1964; ou do *Pasquim*, fundado em 1969 pelo grupo do *Carapuça* – outro exemplo, encerrado em 1967 com a morte de Sérgio Porto –, que

² Basta lembrar do *Pasquim*, com tiragens de mais de 100 mil exemplares; da imprensa anarquista de 1875 a 1930, ou da imprensa comunista que floresceu após a fundação do PCB, em 1922; do mineiro *Binômio*, criado em fevereiro de 1952 e que, em fins da década de 1950, tinha uma tiragem média de 40 mil e 16 mil assinantes; ou ainda do próprio *Coojornal*, que alcançou tiragens de 40 mil nas edições de maio e junho de 1979 (tiragem média do ano = 34.750 exemplares).

³ Menciona, dentre outros: na URSS, *samizdats* como *Chronicle of Current Events* (criado em 1968), *Arauto Ukraniano* e *Veche*, além da revista *Krokodil*, esta existente desde 1922; o *Village Voice* na década de 1950 nos EUA; os *dazibaos* na China durante a guerra contra o Vietnã; e mesmo outros casos de comunicação alternativa, como a emissora de “rádio pirata” *Peace Now*, que incentivava o entendimento entre árabes e judeus irradiando de um navio para Israel, ou a *guerrilla television* nos EUA.

juntara-se a Jaguar e outros jornalistas para construir uma das mais significativas experiências em imprensa alternativa no Brasil dos tempos da ditadura civil-militar.⁴

Uma crítica pertinente à já clássica definição de imprensa alternativa de Caparelli é a que apresenta Pereira (1986). Ele critica a concepção de que a imprensa alternativa seria “um mecanismo de correção da outra imprensa”, em circunstâncias em que a imprensa convencional, por motivos diversos (como a existência de um regime ditatorial), não possa exercer plenamente seu papel de ‘neutralidade’, por não poder veicular as posições ‘de ambos os lados’.

Aquino (1999, pp. 121-122) reconstitui esse debate e propõe uma definição própria, opondo a imprensa alternativa à “imprensa convencional”. Esta seria composta por empresas capitalistas de pequeno, médio e grande porte, orientadas pelos princípios do liberalismo e pautadas pela defesa da suposta imparcialidade jornalística. Teria principal suporte financeiro nos anunciantes, sendo a venda em bancas e para assinantes secundária nesse sentido. Veicularia principalmente informações compradas das grandes agências internacionais e produzidas pelos grandes grupos nacionais (no caso do Brasil, a historiadora cita *Agência Estado*, *Agência Globo* e *Agência Folha*).

Já imprensa alternativa seria a que “ocupa, de variadas formas, o espaço deixado pelo tipo de imprensa que segue o modelo convencional”. Podendo adotar o modelo empresarial (como o semanário *Opinião*) ou se organizar como propriedade coletiva (como no caso do *Movimento*, que a autora analisa, ou das cooperativas jornalísticas, como o *Coojornal*), tais veículos de comunicação veriam-se claramente “a serviço da defesa de interesses de grupos como, por exemplo, partidos, sindicatos, associações, minorias raciais e sexuais, e mesmo entidades religiosas”. Financeiramente, sustentariam-se majoritariamente da venda em bancas e de assinaturas, ou de seus apoiadores. E, ao invés de veicular as informações produzidas pelas grandes agências nacionais ou internacionais, a imprensa alternativa buscaria “recuperar a figura do jornalista/repórter que constrói pela pesquisa a matéria a ser veiculada, tentando fugir da homogeneização da informação” (AQUINO, 1999: 122-123).

Aquino (1999: 123) observa ainda que, no período compreendido entre o final da década de 1960 e o início da década de 1980, no Brasil ocorreu um “boom da imprensa alternativa”, como uma resposta (não-mecânica) ao “recrudescimento do Estado autoritário brasileiro pós-64”. Tal “fase áurea” da imprensa alternativa brasileira estaria vinculada à formação de uma grande frente de oposição ao regime ditatorial civil-

⁴ Segundo Chinem (1995: 7), apenas “entre 1964 e 1980 nasceram e morreram cerca de trezentos periódicos que se caracterizavam pela oposição intransigente ao regime militar”. Outros autores indicam um número menor, geralmente em torno de duzentos.

militar. Esse, talvez, seja o mais importante elemento definidor da imprensa alternativa do período e, portanto, também do *Coojournal*.

***Coojournal*: história**

Em 27 de agosto de 1974, no Salão Nobre da Associação Rio-Grandense de Imprensa, em Porto Alegre, era fundada a Cooperativa dos Jornalistas de Porto Alegre Ltda., ou simplesmente *Coojournal* (KUCINSKI, 1991, p. 210). Segundo Rosa (2005: 28), foi a primeira experiência do gênero no país e, conforme Strelow (2005), “inspirou projetos parecidos em todo o país”. Nessa época, existiam 1163 cooperativas de produção no país (todas agrícolas). Só no RS, estado brasileiro com maior número de associações do tipo, havia 220 delas (KUCINSKI, 1991, p. 211).

Em novembro de 1975 surgia o *Coojournal*, como um boletim interno da cooperativa, com tiragem de 3.500 exemplares. Quase um ano depois, passava “de um boletim de oito páginas dirigido à categoria” para “um mensário de 28 páginas” (KUCINSKI, 1991: 212; MARTINS, 2007: 8). O jornal, de formato tablóide, circulou entre outubro de 1976 e março de 1983. Era “o sonho do jornal dos jornalistas” concretizado (STRELOW, 2005). Foi o alternativo gaúcho com maior tempo de existência, de uma longevidade incomum para os periódicos do tipo: no RS, somente *Exemplar* (1967), *Tição* (1978)⁵ e *Denúncia* (1982) duraram mais de um ano – foram publicados por seis anos, três anos e um ano e oito meses, respectivamente (STRELOW, 2005; ROSA, 2005: 24-25). No plano nacional, segundo levantamento apresentado por Kucinski (1991, pp. 401-408), referente ao período 1964-1980, apenas 4 periódicos duraram tanto ou mais: *O Pasquim* (1968), semanário carioca que durou mais de 10 anos; *Movimento* (1975), semanário paulista publicado por 6 anos; e, com 10 anos de existência, houve *Resistência* (1978), jornal paraense de periodicidade irregular, e *Leia* (1978), mensário paulista.

Segundo Martins (2007: 8), o *Coojournal* era expedido do RS para RJ, SP, MG e para outros dez estados brasileiros. Caracterizou-se por denunciar a repressão ditatorial, sofrendo por isso sérias intimidações do governo e de grupos de extrema-direita. Mesmo assim, somou forças com movimentos sociais e com grupos e partidos políticos de oposição na luta pela reabertura política que marcaram o período 1974-1985 no Brasil.

Coojournal atingiu, segundo Uchoa (1988, pp. 12-14), seu ápice financeiro em meados de 1977. Possuíam, na ocasião, 260 pontos de venda em Porto Alegre, assim

⁵ *Tição* tinha periodicidade anual.

como outros em 72 cidades do interior do estado e em várias capitais do país. A cooperativa, junto com publicações menores, produzia então 142 mil exemplares mensais. Enquanto o crescimento médio no mercado editorial nacional estava abaixo de 10%, a *Coojornal* atingia 34%, superando tanto a Caldas Júnior quanto a Zero Hora, os dois maiores grupos editoriais gaúchos de então (UCHOA, 1988, p. 13).

Conforme Rosa (2005, p. 29), a ampla matéria de capa intitulada *4.682 é o número de cassados em 13 anos de revolução*, pesquisa minuciosa de Hamilton Almeida Filho publicada na edição de julho de 1977, “foi a gota d’água para a repressão agir”. Era o primeiro balanço quantitativo do impacto da ditadura em termos de expurgos e cassações. Em função da matéria, agentes da Polícia Federal (PF) teriam visitado anunciantes do jornal, solicitando o término dos contratos de propaganda, o que teria causado a perda de clientes de grande porte, por parte do *Coojornal*, “como Gerdau, Samrig, GBOEX e Olvebra, entre outras [empresas]” (ROSA, 2005, p. 29). Segundo Uchoa (1988: 13), dois agentes da PF visitaram, “com o *Coojornal* na mão, todos os anunciantes daquela edição, que não eram poucos – o jornal estava numa excelente fase, com muitos anúncios, inclusive de página inteira.” O resultado, segundo o jornalista (que também fez parte da cooperativa), foi a perda imediata de 80% dos anunciantes.

Apesar do forte impacto, os jornalistas conseguiram manter a tiragem média por mais dois anos. Uchoa (1988, p. 13) avalia que “o *Coojornal* viveu seus melhores momentos, não só pelo conteúdo de suas informações, mas, também, por sua penetração na sociedade e pela resposta dos leitores, entre 1977 e 1979”. A partir de 1980, porém, teve acentuado declínio, tanto em função de fatores externos (pressão de grupos políticos de situação, conjuntura político-econômica nacional) e internos (divisão dos membros da cooperativa, problemas de organização), quanto em decorrência, a longo prazo, da perda de importantes clientes ocorrida em 1977.

O rápido fracasso do semanário *O Rio Grande*, lançado em maio de 1979, já apontava para a crise. Com uma tiragem de 18.000 exemplares e uma semelhança muito grande com o *Coojornal*, *O Rio Grande* não conseguia ultrapassar 5.000 exemplares de venda (KUCINSKI, 1991, pp. 214-215). A cooperativa, que então já acumulava prejuízos, decidiu, seis meses depois, encerrar o semanário.⁶ Segundo Kucinski (1991, p. 215), ali já se vislumbrava a cisão interna dos membros da cooperativa. De acordo com Rosvita Saueressig, haveria interesse dos “cooperados jovens, que recebiam em

⁶ “(...) acabamos de fechar um dos nossos jornais – o semanário *O Rio Grande* – depois de seis meses de lançado, porque ainda não temos condições de sustentá-lo até se firmar com recursos próprios”. “Caro Sr. agente do SNI” (Editorial). *Coojornal*, outubro de 1979, p. 2.

proporção ao trabalho”, no lançamento de *O Rio Grande*: “como *Coojornal* era mensal, nasceu entre eles a idéia de um semanário”. Já o “grupo hegemônico, dos que saíram da *Folha da Manhã*, (...) achava que era preciso ter uma estrutura maior antes de lançar o novo jornal, e que o novo jornal deveria ser o próprio *Coojornal*” (SAUERESSIG *apud* KUCINSKI, 1991, p. 215).

Kucinski (1991, p. 215) avalia de modo muito perspicaz a situação. “Algumas dessas contradições, latentes desde a origem da cooperativa, eram inerentes à forma cooperativa de produção dentro de um mercado de competição capitalista. Outras, oriundas da falta de consenso ou de percepção clara sobre que ética deveria fundamentar a produção cooperativa”.

Publicada em novembro de 1978, a matéria sobre os Tupamaros – grupo guerrilheiro uruguaio – causou alvoroço junto ao SNI, que, em reação, acusou a cooperativa de ser financiada pelos guerrilheiros.⁷ O grupo acumulava desgastes fortes com o governo, ao mesmo tempo em que seus membros se dividiam internamente e sua situação financeira piorava gradativamente.

No ano seguinte, um episódio agravou a situação já bastante problemática. Rafael Guimaraens, que trabalhava na cooperativa desde 1975, conta que, em função da divulgação dos documentos secretos do Exército em fevereiro de 1980, Osmar Trindade, Elmar Bones, Rosvita Saueressig e ele próprio sofreram prisões curtas, de alguns dias, ficando todos (inclusive os homens) no Presídio Feminino Madre Peletier, em Porto Alegre. Chegaram a ser condenados, através de um processo militar, a seis meses de prisão, mas a sentença, segundo a matéria com Guimaraens, “acabou prescrevendo” (COLETIVA. NET, 2007).⁸ Chinem (1995, p. 37) precisa melhor: “foram julgados na 1ª Auditoria Militar em sessão que durou dez horas, dia 3 de julho de 1981”. A partir dos documentos, foi possível contar a história das ações repressivas contra Lamarca em 1970 e 1971, que culminaram em seu assassinato (principal matéria de fevereiro de 1980, com a manchete *Os relatórios do Exército sobre a Guerrilha*).⁹ Segundo Elmar Bones, a oferta dos documentos aos jornalistas por parte do cabo Carlos Mar Echevarria teria sido uma armação dos militares para atacar o *Coojornal* (BONES *apud* ROSA, 1995, p. 30).

⁷ “Ex-tupamaros”. *Coojornal*, novembro de 1978, pp. 33-37. A notícia da repercussão junto ao SNI foi veiculada no jornal em outubro de 1979.

⁸ Kucinski (1991, p. 220) indica a duração da pena como de cinco meses, e não seis.

⁹ A manchete recebeu praticamente toda a capa da edição, cobrindo cerca de 95% dela, com letras enormes e fotos dos relatórios ao fundo. Além disso, apenas uma pequena manchete secundária no canto inferior direito (“Os padres que pegam no pesado”).

Após essa matéria, os setores “duros” das Forças Armadas passaram a atacar ainda mais intensamente o periódico, inclusive fazendo uso de atentados à bomba contra bancas que vendiam o *Coojournal*. Em 1981, com o episódio do Rio-Centro, de certa forma esse setor do governo (militares “linha-dura”) foi perdendo força gradativamente. Influenciou o contexto de abertura lenta gradual e segura, promovida pelas frações civil-militares da classe dominante que ocupavam o governo, bem como, dialeticamente, o crescimento gradativo dos movimentos sociais de oposição à ditadura, acelerado com a Anistia e o retorno ao Brasil de importantes líderes políticos e outras figuras dotadas de poder de influência ideológica. Mesmo assim, já não havia mais condições internas para que se desse seguimento ao projeto do *Coojournal*.

Em 1981, os quatro jornalistas foram presos novamente, durante quatro dias, em função do mesmo processo, após o Superior Tribunal Militar deferir um recurso (KUCINSKI, 1991, p. 220). Dois anos depois, em março de 1983, foi publicado o último número do *Coojournal*, denunciando mais uma prisão dos jornalistas, ainda em virtude do mesmo processo. Foram libertados seis dias depois, em função de vários protestos. O núcleo industrial foi vendido, para, junto a outras parcas receitas, saldar todas as dívidas acumuladas (KUCINSKI, 1991, p. 219).

O *Coojournal* e a oposição

A principal função ideológica do *Coojournal*, ao longo de sua história, foi o fortalecimento da oposição ao regime ditatorial. O *Coojournal* apoiou direta ou indiretamente partidos políticos e movimentos sociais de oposição, apresentando matérias críticas sobre questões nacionais e internacionais (especialmente latino-americanas) de política, economia e cultura. Tratou de: ditaduras latino-americanas dos anos 1960 e 1970 e suas práticas repressivas (Brasil em especial); Operação Condor; conservadorismo de setores da Igreja Católica; greves, sindicalismo, cooperativismo e lutas dos trabalhadores; grande imprensa; guerrilha; imperialismo; corrupção; violência contra mulheres e crianças; dentre outros temas.

Uma análise das manchetes de capa dos números de *Coojournal* publicados ao longo de 1979 mostra que, de 105 núcleos de sentido identificados, associados a 31 temas reunidos em 4 grandes áreas (política, sociedade, economia e cultura), 65 (62%) corresponderam à área da política, 16 (15%) à de sociedade, 16 (15%) à de cultura e 8 (8%) à de economia.¹⁰ Nos temas políticos, predominaram “governos ditatoriais e direita no Brasil” (22%), “repressão à oposição no Brasil” (20%) e trabalhismo (12%),

¹⁰ A análise apoiou-se fundamentalmente nas orientações metodológicas de Bardin (1977).

seguidos por “guerrilha e luta armada” e “Operação Condor”, (9% cada); “repressão à oposição na América Latina”, “governos ditatoriais na América Latina”, “comunismo e socialismo” e “MDB” (6% cada); e, com as menores frequências, “ação estadunidense na América Latina” e “PT” (2% cada, equivalente a apenas 1 núcleo de sentido). Tal proporção se repete, com pequenas variações, nos demais anos, caracterizando o *Coojournal* como um periódico predominantemente político, assumidamente de oposição, mas que procurava tratar também de temas vinculados a cultura, economia e sociedade.

O *Coojournal* não constituiu um exemplo típico de imprensa alternativa (segundo a conceituação de Aquino), mas sim, se é possível usar tal expressão, um ‘caso híbrido’ entre imprensa alternativa e imprensa convencional. Como observa Kucinski (1991, p. 221), “*Coojournal*, ao contrário da maioria dos jornais alternativos, era convencional do ponto-de-vista mercadológico, operando com anúncios, e tendo na receita publicitária parte decisiva de sua cobertura de custos”.

De fato, o *Coojournal* adotou o modelo organizacional cooperativista; no entanto, à medida que foram crescendo, a cooperativa e o jornal passaram a adquirir feições empresariais. Em 1978-79, empregavam 86 funcionários administrativos, 30 jornalistas permanentes e outros 80 como *free-lancers* (KUCINSKI, 1991, p. 212). Elmar Bones – um dos principais mentores do projeto da cooperativa e membro importante do “grupo hegemônico” – destacava, apoiando-se teoricamente em Marx, a importância do *Coojournal* como estratégia de autonomia financeira e opinativa dos jornalistas cooperativados, bem como seu papel político (*apud* KUCINSKI, 1991, p. 216). Porém, nem todos na cooperativa concordavam com o grupo representado por Bones, como observa Celso Schröder: “Muitos deles [dos membros da cooperativa, como o próprio Schröder] passaram a se ver como a mão de obra barata e que ao mesmo tempo dava conteúdo ideológico ao jornal, enquanto a direção estava imbuída de espírito empresarial e comercial.” (*apud* KUCINSKI, 1991, pp. 216-217). E assim teria se formado um grupo interno de oposição, com a participação, dentre outros, de Marco Antonio Schuster, Delmar Marques e do próprio Schröder, liderados por Airton Kanitz (KUCINSKI, 1991, p. 217).

Outro aspecto que foge ao padrão da imprensa alternativa era a existência da Agência de Notícias, um departamento do *Coojournal* que comercializava informações para periódicos como *Jornal de Brasília*, *Isto É*, *Status*, *Transporte Moderno* e *Meio e Mensagem*, dentre quase vinte clientes (UCHOA, 1988, p. 13). Assim como grandes

periódicos da imprensa convencional, a *Coojornal* também possuía uma eficiente agência de notícias.

Além disso, ainda que fosse óbvia a postura do jornal, claramente alinhada com a oposição aos governos ditatoriais no Brasil e na América Latina; ainda que tenha veiculado matérias importantes sobre diversos movimentos sociais; e mesmo que tenha tratado várias vezes de questões diretamente relacionadas a partidos políticos específicos; não pode ser caracterizado como um órgão representativo de nenhum deles em especial.¹¹ Pelo contrário, a leitura de suas páginas deixa uma forte impressão de que buscavam, sem nunca abandonar a postura explícita de oposição de esquerda ao regime autoritário e a diversas formas de exploração, uma certa polivalência, permitindo ao jornal atingir um número mais amplo de leitores. O objetivo talvez fosse potencializar ao máximo a abrangência de suas reportagens e de sua influência ideológica, mas também poderia ser uma tentativa de maximizar os lucros da cooperativa. Não seria de espantar se fosse ambos, pois não constituem objetivos antagônicos, mas complementares.

Imprensa contra-hegemônica e a luta pela superação da sociedade do capital

O conceito de *imprensa contra-hegemônica* está sendo entendido aqui a partir das proposições de Silva e Calil (2004), que, buscando “apontar a necessidade urgente de construção de uma política de comunicação centrada na disputa pela hegemonia, pela esquerda anti-capitalista”, bem como fazendo a crítica necessária a “uma visão ingênua acerca da imprensa burguesa, a qual centra sua estratégia em ocupar ‘espaços’ abertos pela mesma, desconsiderando seu caráter de classe, sua função hegemônica e sua ação na organização da acumulação capitalista”,¹² explicitam o desejo de que sua argumentação “seja entendida como parte de uma reflexão mais ampla, centrada na necessidade de construção de uma política de comunicação pautada pela construção da contra-hegemonia pelas forças expressivas do mundo do trabalho”. Ora, já a partir disso é possível inferir que a imprensa contra-hegemônica se defina primordialmente em termos de classe, ou seja, como indispensável arma das classes dominadas na luta contra a classe dominante. Confirma tal suposição a pertinente crítica que Silva e Calil dirigem à política de comunicação do Partido dos Trabalhadores, caracterizada pela “recusa de

¹¹ Ainda que haja uma preponderância de matérias sobre o trabalhismo, de um modo geral, o que provavelmente tem a ver com o perfil político do “grupo hegemônico”, que, segundo Saueressig, seriam depois “quase todos peemedebistas”, enquanto a oposição, de Schröder e outros, estaria mais à esquerda e posteriormente ingressaria no PT (*apud* KUCINSKI, 1991, p. 217).

¹² Ver, como exemplo de tal visão, as observações de Carlos Eduardo Lins da Silva (1986), significativamente intituladas *As brechas da indústria cultural brasileira*.

um grande investimento político na constituição de poderosos instrumentos de comunicação próprios”, assim como pela “permanente tentativa de manter uma boa relação, indistintamente, com os grandes meios de comunicação de massa, ocupando todos os ‘espaços’ possíveis”. Essa opção pela subordinação aos veículos de comunicação da classe dominante, assim como o foco prioritário no desenvolvimento econômico nacional – a partir de uma postura reformista, submissa aos organismos de controle político e econômico da burguesia internacional, assim como aos interesses imperialistas dos EUA e da União Européia –, talvez sejam alguns dos motivos pelos quais o PT, sobremaneira após 2003, distanciou-se dos principais anseios de suas bases, de suas bandeiras históricas, deixando, assim, de constituir de fato um partido de esquerda, apesar de permanecer sustentando discursivamente tal autodenominação até hoje.¹³

Silva e Calil (2004) observam ainda o equívoco da política de comunicação praticada pelos setores da esquerda revolucionária que defendem a tese da superação do capitalismo como “ação de uma vanguarda no ‘assalto’ ao poder, dando mais importância ao recrutamento de militantes do que à disputa pela consciência das grandes massas e sua organização”, considerando que “o elemento decisivo fundamental para um processo revolucionário é a ação decidida de uma pequena vanguarda, altamente organizada e disciplinada, sem maiores considerações quanto à disputa hegemônica”. A política de comunicação desses setores, segundo os autores, é reduzida à propaganda, “e, embora pretendendo sempre possuir uma imprensa própria, entende-na como um instrumento essencialmente voltado à conquista de novos militantes, e não à disputa hegemônica”, utilizando uma linguagem hermética, plenamente acessível apenas aos militantes.

Ao aproximar-se desse debate de Silva e Calil (2004) sobre contra-hegemonia, é impossível não recorrer a Antonio Gramsci, já que os escritos do marxista sardo, ao que parece, constituem a principal base teórica das proposições dos referidos historiadores.

Em uma passagem do Caderno 13, ao analisar a “chamada questão das relações de força”, que devem ser vistas como “um princípio de pesquisa e de interpretação” e não como “causa histórica”,¹⁴ Gramsci distingue nelas três momentos, que seriam: 1)

¹³ Talvez o grande fracasso do *Jornal dos Trabalhadores* (1982-1983) tenha contribuído para a mencionada opção do PT; isso, no entanto, não pode ser considerado como única ou principal causa. Ver Pereira (1986, pp. 71; 75) e relato da conversa com Perseu Abramo em Festa e Silva (1986, pp. 77-79).

¹⁴ Gramsci buscava combater, assim, tanto o “economicismo” quanto o “ideologismo”, verificando de que forma se articulam historicamente fatores estruturais e conjunturais (GRAMSCI, 2007, p. 39). Analisando essa passagem, Bianchi (2007, p. 44) observa que, através da “relação de unidade-distinção” existente entre sociedade política e sociedade civil, são formados “dois planos superpostos que só podem ser separados com fins meramente analíticos”.

“Uma relação de forças sociais estreitamente ligada à estrutura, objetiva, independente da vontade dos homens”; 2) “a relação das forças políticas, ou seja, a avaliação do grau de homogeneidade, de autoconsciência e de organização alcançado pelos vários grupos sociais”; e 3) “o da relação das forças militares, imediatamente decisivo em cada oportunidade concreta”. Ressalta que “o desenvolvimento histórico oscila continuamente entre o primeiro e o terceiro momento, com a mediação do segundo” (GRAMSCI, 2007, pp. 40-43). Ao tratar do segundo momento, menciona que “pode ser analisado e diferenciado em vários graus, que correspondem aos diversos momentos da consciência política coletiva, tal como se manifestaram na história até agora”. Do mais elementar para o mais complexo, seriam 1) “o econômico-corporativo”; 2) “aquele em que se atinge a consciência da solidariedade de interesses entre todos os membros do grupo social, mas ainda no campo meramente econômico”; e 3) “aquele em que se adquire a consciência de que os próprios interesses corporativos (...) superam o círculo corporativo, de grupo meramente econômico, e podem e devem tornar-se os interesses de outros grupos subordinados”. Este é o momento da hegemonia, ou, nas palavras do próprio Gramsci,

é a fase em que as ideologias geradas anteriormente se transformam em ‘partido’, entram em confrontação e luta até que uma delas, ou pelo menos uma única combinação delas, tenda a prevalecer, a se impor, a se irradiar por toda a área social, determinando, além da unicidade dos fins econômicos e políticos, também a unidade intelectual e moral, pondo todas as questões em torno das quais ferve a luta não no plano corporativo, mas num plano ‘universal’, *criando assim a hegemonia de um grupo social fundamental sobre uma série de grupos subordinados*. (GRAMSCI, 2007, p. 41).¹⁵

A hegemonia dominante relaciona-se dialeticamente com a ideologia dominante, assim como contra-hegemonias (ou novas hegemonias, que se contrapõem à dominante) com ideologias críticas. O conceito de hegemonia não deve ser confundido com o de ideologia, porque a “luta de hegemonias” não se dá apenas na esfera ideal, “não é apenas luta entre ‘concepções de mundo’, (...) ela é também, luta dos aparelhos que funcionam como suportes materiais dessas ideologias organizando-as e difundindo-as” (BIANCHI, 2007, p. 41). Os veículos de comunicação contra-hegemônica são, nesse sentido, aparelhos de hegemonia, e aí reside sua enorme importância: o exercício de um crucial papel ideológico e organizativo junto às massas no processo de superação positiva do sistema do capital.

¹⁵ Grifos ausentes do original.

Assim, cabe a questão: o *Coojournal* cumpriu, ao longo de sua existência, a função de imprensa contra-hegemônica?

Suas matérias podem ter exercido importante função ideológica, no sentido da criação ou desenvolvimento de uma ‘consciência democrática’ (em moldes capitalistas) junto à classe média (à qual pertencia a grande maioria de seus leitores), contribuindo assim para a exaustão do modelo nacional-desenvolvimentista autoritário que, de resto, vinha perdendo força desde 1974. A luta do *Coojournal* contra a ditadura e contra a direita, se tivesse se alinhado com uma *ideologia crítica*¹⁶ determinada (não necessariamente, porém, com um programa político-partidário específico), e se voltado para a classe dominada majoritariamente (e não para as ‘classes de transição’), poderia de fato ter cumprido importante papel contra-hegemônico (ideológico e organizativo) junto às massas. No entanto, suas matérias não dirigiam-se no sentido da criação de uma consciência de que a superação do capitalismo é necessária para a libertação do proletariado e só pode ocorrer através de um processo de ruptura radical da ordem do sistema do capital. Apesar de ter veiculado inúmeras matérias importantes para a denúncia da exploração do trabalhador, isso tinha apenas o efeito de informar as ‘classes de transição’, no máximo, conquistando seu apoio para projetos políticos reformistas (como o trabalhismo). É claro que o contexto não era favorável, e que o grupo foi extremamente corajoso na luta contra o regime ditatorial, denunciando os desmandos dos governos civil-militares, as torturas, os assassinatos, as perseguições etc., mesmo depois de sofrer diversas ameaças, atentados à bomba em bancas e prisões de alguns de seus jornalistas. O fato de não ter constituído plenamente um veículo de imprensa contra-hegemônica não retira os méritos da experiência e o aprendizado que sua história oferece.

Por outro lado, apesar de suas contradições e de, como observado, não ter atuado, a rigor, como um jornal contra-hegemônico, no sentido proposto por Silva e Calil, é fundamental reconhecer que o *Coojournal* foi um caso em que trabalhadores associados conseguiram sustentar, por anos e com autonomia, um jornal crítico da ideologia dominante. Claro que tal autonomia não era plena – o que é impossível no capitalismo – mas constituiu um avanço fundamental para a esquerda brasileira. Ao invés de visar brechas deixadas pela imprensa burguesa, demonstraram ao mesmo tempo a viabilidade, as limitações e a importância da criação de um jornal independente, que não se limite “a responder defensivamente à pauta imposta pela burguesia”, através da grande imprensa, mas que possa “pautar o debate político a partir do projeto social da

¹⁶ Ver Mészáros (2004).

esquerda, de maneira afirmativa, na ofensiva” (SILVA; CALIL, 2004). Mais do que criticar seus erros, talvez seja prioritário compreendê-los, para não repeti-los.

Referências:

- AQUINO, Maria Aparecida de. *Censura, Imprensa, Estado autoritário (1968-1978): o exercício cotidiano da dominação e da resistência: o Estado de São Paulo e Movimento*. Bauru, SP: EDUSC, 1999.
- BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BIANCHI, Álvaro. Gramsci além de Maquiavel e Croce: Estado e sociedade civil nos “Quaderni del carcere”. *Utopía y Praxis Latinoamericana*. Maracaibo, Venezuela: Ano 12, nº 36, pp.35-55, jan.-mar. 2007.
- CAPARELLI, Sérgio. *Comunicação de massa sem massa*. São Paulo: Summus, 1986. (Novas Buscas em Comunicação, 10, 4ª ed.).
- CHINEM, Rivaldo. *Imprensa alternativa: jornalismo de oposição e inovação*. São Paulo: Ática, 1995.
- COLETIVA.NET. *Perfil – Rafael Guimaraens: Jornalista-livreiro*. Porto Alegre, 09/03/2007. Disponível em <http://www.coletiva.net/perfilDetalhe.php?idPerfil=241>>. Acesso em 10/07/08.
- FESTA, Regina; SILVA, Carlos Eduardo Lins da. (Orgs.). *Comunicação popular e alternativa no Brasil*. São Paulo: Paulinas, 1986. (Fermento na massa).
- GIANOTTI, Vito. Mídia: desafios do jornalismo na luta pela democratização. *Núcleo Piratininga de Comunicação*. 01/05/2006. Disponível em <http://www.piratininga.org.br>>. Acesso em 10/07/08.
- GRAMSCI, Antonio. *Cadernos do Cárcere*. V. 3 – Maquiavel. Notas sobre o Estado e a política. Trad. Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007. (3ª ed.).
- KUCINSKI, Bernardo. *Jornalistas revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa*. São Paulo: Página Aberta, 1991.
- MARTINS, Márcia. A Imprensa gaúcha em 1941 e os heróis sobreviventes. *Versão dos jornalistas*. Rio Grande do Sul, pp. 8-9, set. 2007.
- MÉSZÁROS, István. *O poder da ideologia*. Trad. Paulo Cezar Castanheira. São Paulo: Boitempo, 2004.
- PEREIRA, Raimundo Rodrigues. “Vive a imprensa alternativa. Viva a imprensa alternativa!...” In: FESTA, Regina; SILVA, Carlos Eduardo Lins da. (Orgs.). *Comunicação popular e alternativa no Brasil*. São Paulo: Paulinas, 1986. (Col. Fermento na Massa).
- ROSA, Susel Oliveira da. ‘Apesar de vocês amanhã vai ser outro dia’: Imprensa alternativa versus ditadura militar em Porto Alegre. *Nau Literária*. Porto Alegre / Lisboa, nº 1, pp. 20-32, jul.-dez. 2005. Disponível em <http://www.nauliteraria.com>>. Acesso em 10/07/08.
- ROSA, Susel Oliveira da. *Exemplar, Pato macho e Coojornal: trajetórias alternativas*. Dissertação (Mestrado) em História. Porto Alegre, PUC/RS, 2002.
- SILVA, Carla L.; CALIL, Gilberto. Apontamentos para uma Política de Comunicação Contra-Hegemônica. *Espaço Acadêmico*, Maringá, nº 37, jun. 2004. Disponível em <http://www.espacoacademico.com.br/037/37csilvacalil.htm>>. Acesso em 10/07/08.
- SILVA, Carlos Eduardo Lins da. “As brechas da indústria cultural brasileira” In: FESTA, Regina; SILVA, Carlos Eduardo Lins da. (Orgs.). *Comunicação popular e alternativa no Brasil*. São Paulo: Paulinas, 1986. (Col. Fermento na Massa).
- STRELOW, Aline do A. G. Jornalismo alternativo no Rio Grande do Sul. *PJ: Br*, nº 5, 1. sem. 2005. Disponível em: http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/ensaios5_d.htm>. Acesso em 10/07/08.

UCHOA, Danilo. Coojournal: uma experiência inesquecível. *Revista de Comunicação*.
Rio de Janeiro, vol. 4, nº 13, pp. 12-14, mar. 1988.