

Cooperativas de Jornalistas na Ibero-América: mapeamento e reflexões metodológicas

Rafael Grohmann

Resumo:

O artigo apresenta um mapeamento de cooperativa de jornalistas na Ibero-América (América Latina mais Portugal e Espanha) e reflete metodologicamente sobre suas condições de produção, enquanto pesquisa exploratória, com os dilemas envolvidos na definição de critérios. Consideramos as cooperativas como um tipo específico de organização do trabalho jornalístico. Então, descrevemos panoramicamente as iniciativas encontradas: 48 cooperativas de jornalistas, sendo 27 na Argentina e 12 na Espanha. A maioria das cooperativas foi fundada na década de 2010 e produzem veículos como jornais impressos, rádios, portais e revistas, com a emergência de produções multiplataforma. Elas apresentam limites em contexto de plataforma do trabalho jornalístico.

Palavras-chave: Cooperativismo. Jornalismo. Trabalho.

Journalists' Co-ops in Ibero- America: mapping and methodological reflections

Abstract:

The article presents a mapping of journalists' cooperatives in Ibero-America (Latin America plus Portugal and Spain) and methodologically reflects on their production conditions, as an exploratory research, with the dilemmas involved in defining criteria. We consider cooperatives as a specific type of organization of journalistic work. So, we describe, in a panoramic way, the initiatives found: 48 journalists' cooperatives, 27 in Argentina and 12 in Spain. Most cooperatives were founded in the 2010s and produce vehicles such as print newspapers, radios, portals and magazines, with the emergence of multiplatform productions. They have limits in the context of the platformization of journalism work.

Keywords: Cooperativism. Journalism. Work.

Recebido em: 23.12.21

Aprovado em:

11.04.2022

Rafael Grohmann

Professor de Estudos Críticos de Plataformas e Dados da Universidade de Toronto. Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo.

E-mail: rafael.

grohmann@utoronto.ca

Estudos em Jornalismo e Mídia
v. 19, n. 2, jul./dez. 2022.
ISSNe 1984-6924

Introdução

Dentre diversas possibilidades de construção de jornalismo independente e/ou alternativo – em sentido amplo (PACHI FILHO, BELLAN, MOLIANI, 2019) –, as cooperativas de jornalistas são um tipo específico de organização de trabalho em que há autogestão e distribuição de recursos entre os trabalhadores. Uma cooperativa pode nascer de um coletivo, mas um coletivo não é, em si, uma cooperativa. Típico-idealmente, seguimos as características traçadas por De Peuter e Dyer-Witford (2010) para definir cooperativas: trabalho associado, democracia no ambiente de trabalho, distribuição de mais-valia e cooperação entre cooperativas (intercooperação).

As cooperativas podem ser, em última instância, uma tentativa de “utopia real” (WRIGHT, 2010) e fazer circular o comum em meio à circulação do capital (GROHMANN, 2019; DARDOT; LAVAL, 2017), sem essencializar ou “romantizar” esse comum¹. Isso significa dizer que as cooperativas não compactuam com a naturalização das atividades de trabalho não pagas, e seus trabalhadores procuram fazer a gestão de suas próprias sobrevivências a partir de suas atividades (ABÍLIO, 2020). Falar de comum em relação às cooperativas, nos termos de Dardot e Laval (2017), implica em coatividade como fundamento da obrigação política e da organização do trabalho.

No jornalismo, as cooperativas podem ser exemplos do que Brophy, Cohen e De Peuter (2015) chamam de “práticas autônomas de comunicação”, com três dimensões: identidade coletiva, desenvolvimento de práticas midiáticas para circular mensagens de resistência e solidariedade em rede. Trazer essas discussões para o âmbito do jornalismo significa abrir brechas/frestas de pensamento e atuação no mundo do trabalho na área, em busca de possibilidades de sustentação econômica dos sujeitos trabalhadores, permitindo um olhar para os processos produtivos e comunicacionais, à procura do enfrentamento de outras circulações de sentidos – tanto na organização do trabalho quanto no jornalismo produzido.

Em textos anteriores (GROHMANN, 2019, 2020), traçamos um panorama sobre o cooperativismo na área de comunicação, fizemos um estudo sobre o jornal *Tiempo Argentino*, a maior cooperativa de jornalistas daquele país, e analisamos iniciativas de comunicação que se relacionam ao cooperativismo de plataforma (SCHOLZ, 2017, GROHMANN, 2018). O presente artigo apresenta um mapeamento de cooperativa de jornalistas na Ibero-América (América Latina mais Portugal e Espanha) e faz reflexões metodológicas sobre suas condições de produção. Como construir um mapa de cooperativas de jornalistas? Quais os dilemas e desafios metodológicos que se impõem tomando a construção do mapeamento como pesquisa exploratória? Dadas as limitações das condições de produção, descrevemos panoramicamente o resultado do mapeamento e analisamos suas potencialidades e seus limites.

Pesquisa Exploratória no Mapeamento de Cooperativas: reflexões metodológicas

O que chamamos de “mapeamento de cooperativas” compreende a busca por cooperativas de jornalistas na Ibero-América, algo que não foi sistematizado ou institucionalizado em nenhum banco de dados disponível atualmente. Não há, pois, algo semelhante ao “Mapa de Jornalismo Independente”, da Agência Pública, utilizado por diversas pesquisas sobre a temática no Brasil. Desta forma, foi necessária uma pesquisa exploratória, entendida nos termos de Bonin (2008), com sucessivas aproximações em relação ao “concreto empírico”, auxiliando “na construção das amostras e/ou *corpus* a serem focalizados na investigação siste-

¹ Isto é, sem considerar o comum como um mundo à parte e que não leva em conta a concretude e as contradições da vida social no capitalismo.

mática” (BONIN, 2008, p. 125). Qual o universo das iniciativas cooperativas na Ibero-América? Como descobrir isso?

Tudo se passa como se o que importasse em uma pesquisa fossem tão-somente os resultados em relação aos objetivos da investigação. Pois a investigação não brota do nada: há tempo e trabalho investidos na construção de seus bastidores. O que se coloca aqui é que há uma política de construção de dados, o que Savage (2013) chama de “política de métodos”. Beer (2016) chama a atenção para a circulação de dados e métodos: “os métodos eles próprios circulam pelo mundo social, assim como se movem entre setores e são implantados por diferentes e complexas configurações” (BEER, 2016, p. 81). Isso significa dizer que há um trabalho de dados, muitas vezes invisível (DENIS, 2018) implicados na trajetória da pesquisa. Preferimos utilizar, então, o termo “mapeamento” a outros como “levantamento” por expressar o trabalho metodológico por trás da construção de uma tabela ou planilha. Isto é, queremos ressaltar que há um processo metodológico por trás das escolhas que embasam a pesquisa. Esse mapeamento, no atual momento, apresenta-se como tabela, ao final da investigação, será construído um *site* com mapa e geolocalização das iniciativas.

A partir do exposto acima, podemos dizer que os dados, então, são produzidos de acordo com determinadas condições de produção e reflexividade do sujeito pesquisador. Isso envolve a compreensão do pesquisador como alguém envolvido em determinadas condições de trabalho acadêmico (VIEIRA PINTO, 1979; ALLMER, 2018), de tal forma que sugerimos ser impossível uma total e plena “vigilância epistemológica” (BACHELARD, 1977), sendo mais uma tentativa ou um ideal a ser perseguido, mas não totalmente alcançado.

De antemão, refletimos a impossibilidade de se descobrir, com exatidão, qual é o universo das cooperativas de jornalistas na Ibero-América. Em primeiro lugar, nenhuma pesquisa por buscadores na internet, como fizemos, dá a ver a totalidade de iniciativas existentes – pode haver, por exemplo, uma cooperativa de jornalistas em uma pequena cidade de El Salvador, e os próprios mecanismos de busca possuem métodos de seleção algorítmicos, como vem mostrando uma série de pesquisas, como a de Safiya Noble (2018).

Em segundo lugar, há constrangimentos temporais, pois nenhum mapa de iniciativas como essas – nem o da Agência Pública para o jornalismo independente no Brasil – permanece no tempo, dado que arranjos jornalísticos podem fechar ou abrir, isto é, o mapeamento é, de alguma maneira, a fotografia de um momento histórico. Em terceiro, há uma limitação em relação ao que os veículos declaram sobre eles mesmos, ou seja, uma limitação imposta pela própria linguagem. Por exemplo, a Agência Democratize, fundada em 2015, coloca-se em seu *site* como uma “cooperativa de jornalistas e profissionais de comunicação, deixando de lado hierarquias e o modo tradicional de fazer jornalismo”². A Agência deixou de existir em janeiro de 2019 e transformou-se em uma iniciativa chamada Plural. Porém, em nenhum lugar do veículo, há indicação ou referência ao fato de o veículo ser uma cooperativa. São limites impostos pelas condições de produção da pesquisa e pelos modos de organização dos dados. Por outro lado, a riqueza do mapeamento é o de organização de dados, até então não visíveis para o público acadêmico.

Quais seriam, então, os critérios para uma iniciativa fazer parte deste mapeamento? O primeiro é ser uma cooperativa de jornalistas, com as definições de “cooperativa” e “jornalistas” dadas discursivamente pela autoapresentação das iniciativas em suas páginas em ambientes digitais, sem delimitação apriorística ou essencialista. Isso significa, de antemão, dizer que o foco está mais nos trabalhadores (cooperativa de trabalho) e seu modo de organização do que no meio de comunicação.

Na Argentina, por exemplo, há a Rádio Gráfica, que é um meio de comunicação popular produzido em uma fábrica recuperada de gráficos, feita pelos pró-

² Disponível em: <https://medium.com/democratize-m%C3%ADdia/about>. Acesso em 29 jul. 2021.

prios gráficos. Isto é, trata-se de uma cooperativa de gráficos que produz um rádio, não se tratando de uma cooperativa de jornalistas. Impõe-se aí um dilema: quem define quem é jornalista? Optamos pela descrição dos próprios veículos. Um exemplo é a rádio argentina *En Transito*, editada pela *Cooperativa de Trabajo para la Comunicación Social*, que diz que o veículo é produzido por “músicos, poetas, atores, estudantes, aspirantes e esportistas”³. Embora também seja uma cooperativa de trabalho, o meio se define como sendo “rádio comunitária”, sem vinculação com jornalismo ou com jornalistas.

Há também cooperativas de comunicadores que não passam pelo jornalismo, como *Megafon Coop*, *La Tremenda* e *Compacto*, na Espanha, especificamente na região da Catalunha, e também *Coopar*, na Argentina. Dentre as atividades dessas cooperativas, há gestão de comunicação, gestão cultural, agência de publicidade, produtora de vídeos, entre outros, mas não são citados especificamente jornalismo ou jornalistas. Nesse contexto também se insere a *Sub*, cooperativa de fotógrafos da Argentina.

Outro exemplo é a *Red Cooperativa de Emisoras Comunitarias del Sul de Santander* (Resander), da Colômbia, que se coloca como organização baseada nos princípios do cooperativismo, com 35 rádios comunitárias vinculadas, com o apoio de entidades ligadas à Igreja Católica. Segundo sua página oficial, “contribui para o fortalecimento socioempresarial e articulação de seus meios de comunicação comunitários associados, mediante estratégias de gestão integral oferecendo serviços de alta qualidade por uma equipe humana idônea”⁴. Ocorre que as rádios comunitárias desta rede não se configuram, por meio de suas próprias páginas, como sendo cooperativas, que, como já afirmamos, trata-se de um tipo específico de organização do trabalho. Isto é, a rede atua de acordo com os princípios cooperativistas para articular-se como rede, mas não há, efetivamente, uma cooperativa de trabalho.

Rádios comunitárias podem ser cooperativas de trabalho, como mostra a pesquisa *Hacer Radios Cooperativas*⁵, mas para isso precisam desse arranjo produtivo específico. Há, pois, uma série de rádios comunitárias que funcionam como cooperativas, como *Inedita FM* e *FM La Correntada*, da Argentina, uma ramificação pouco explorada academicamente, mas que não exploraremos neste momento. O motivo leva à afirmação de um subcritério: estamos interessados nesta investigação em arranjos de trabalho para sustentação econômica do jornalista, como já colocamos no início do artigo.

Outra demarcação é que toda cooperativa é autogestionada, mas nem toda autogestão é uma organização cooperativa. A Agência Pública, por exemplo, pode ser considerada autogestionada, mas não funciona como uma cooperativa, diferente do *Tiempo Argentino*, jornal que é autogestionado e cooperativa⁶. Segundo registro da *Asociación de Revistas Culturales Independientes de Argentina*, de 2017, há 174 revistas independentes e autogestionadas⁷ no país, mas somente uma – a revista *MU*, da cooperativa *Lavaca* – configura-se como uma cooperativa.

Se o primeiro critério passa pela iniciativa ser uma cooperativa de jornalistas, o segundo critério é territorial. Isto é, o veículo precisa estar localizado na Ibero-América, não entrando, por exemplo, *SanchoPanza*, uma cooperativa sobre o mundo espanhol, mas localizada na França. A princípio, a investigação mais ampla seria centrada nas cooperativas de jornalistas na América Latina. Os motivos eram: a) o fato de haver poucas iniciativas desse tipo no Brasil (atualmente duas em atividade e uma em construção) e seria necessário ampliar o escopo; b) a descoberta das muitas iniciativas em território argentino; c) pensar o jornalismo e as cooperativas desde um território latino-americano, com as suas especificidades e contradições. Porém, ao observar que havia muitas iniciativas em território espanhol – o que é atestado pelos trabalhos de Martínez-Sánchez e Martínez-Polo (2017) e Carretero e Moncada (2018), decidimos, ao menos para a presente etapa da pesquisa, incluí-las no processo metodológico da pesquisa. Então, fizeram

³ Disponível em: <https://comunicacionsocial.org.ar/quienes-somos/>. Acesso em 29 jul. 2021.

⁴ Disponível em: <https://www.resander.com/identidad/>. Acesso em 30 jul. 2021.

⁵ Disponível em: <http://haceradioscooperativas.redelivre.org.br>. Acesso em 30 jul. 2021.

⁶ Aliás, é o termo “autogestão” a unidade entre perspectivas de jornalismo independente, alternativo, comunitário e cooperativo.

⁷ A listagem completa pode ser conferida aqui: <http://revistasculturales.org/miembros/>. Acesso em 29 jul. 2021.

parte do mapeamento a América Latina, com 20 países, mais Portugal e Espanha. Desta forma, seria possível traçar semelhanças e diferenças entre países e entre regiões. Fora do cenário ibero-americano, identificamos cooperativas de jornalistas de destaque em países como Canadá, Alemanha, Inglaterra e Grécia, como já afirmamos anteriormente (GROHMANN, 2019) e pode ser encontrado em outras pesquisas, como a de Siapera e Papadopoulou (2016).

O terceiro critério é possuir algum ambiente digital disponível – seja *site*, página do *Medium*, página do *Facebook* ou conta no Instagram, entre outros. Esta definição de “ambientes digitais” é ampla porque não se limita apenas a plataformas e/ou a determinados desenhos/arquiteturas digitais. O que importa é essa presença, seja em qual lugar fora. Não havendo nenhuma presença em mídias digitais, seria impossível para a “política de métodos” desta investigação achar a cooperativa. Parte-se, então, do princípio da crescente importância da presença digital para o trabalho jornalístico – sem entrar em especificidades acerca de denominações como “jornalismo digital”.

Na produção do mapeamento, o pesquisador se defronta com dilemas, que são, ao mesmo tempo, epistemológicos e metodológicos, e que impactam em todas as fases posteriores da pesquisa. Classificar é um jogo arriscado que envolve escolhas e critérios, com pontos negativos e positivos, a depender dos objetivos e do desenho da investigação. Mostramos diversos veículos que se aproximam do desenho da pesquisa, mas que não são a mesma coisa do que estamos chamando de “cooperativas de jornalistas”. Os critérios servem para delimitar, mas, ao mesmo tempo, tratar o mapeamento como pesquisa exploratória significa considerá-lo em construção, de modo a rever o mapeamento e as fronteiras dos próprios critérios (com suas potencialidades e limites) – embora as temporalidades da investigação exijam um momento de sedimentar o mapeamento. Esses arranjos que se aproximam, mas não contemplam o desenho da investigação, podem constituir outros mapeamentos e servir a outras pesquisas, de modo que não são um material a ser jogado fora.

A partir disso, a pesquisa foi realizada de forma exploratória por mecanismos de busca a partir de palavras-chave como “cooperativas”, “cooperativismo”, “mídia”, “comunicação”, “jornalismo”, “jornalista” em português, espanhol e inglês. Muito do material encontrado se referia não a cooperativas de trabalhadores da área, mas a veículos de cooperativas de outros setores.

Mapa Inicial de Cooperativas de Jornalistas na Ibero-América

A partir dos critérios elencados acima, chegamos a 48 cooperativas de jornalistas na Ibero-América, já se fazendo as ressalvas de que esse número não recobre a totalidade de iniciativas desse tipo. Dentre elas, 27 estão na Argentina, 12 na Espanha (sendo oito na região da Catalunha), três no Brasil, duas no Uruguai e uma em cada um desses países: Chile, El Salvador, México e Portugal.

Abaixo mostramos a configuração do resultado do mapeamento, com os nomes das iniciativas e o país, em ordem alfabética. Optamos por padronizar o nome da iniciativa a partir do veículo e não da cooperativa. Por exemplo, aparece o jornal *Tiempo Argentino* e não *Por Más Tiempo*. A escolha pelo “nome comercial” ajuda a visualizar melhor as iniciativas. Nos casos de cooperativas que editam mais de um veículo jornalístico, colocamos ambos na tabela (como a cooperativa *Lavaca*, que faz a revista *MU* e a Rádio *Lavaca*).

Tabela 1: Cooperativas de Jornalistas na Ibero-América

Nome	País	Site
1748	Argentina	https://1748.com.ar/
Alternativas Económicas	Espanha	https://alternativaseconomicas.coop/
anSOL	Argentina	http://ansol.com.ar/
AraInfo	Espanha	https://arainfo.org/
Brecha	Uruguai	https://brecha.com.uy/
Catalunya Plural	Espanha	http://catalunyaplural.cat
Cítrica	Argentina	http://www.revistacitrica.com/
Comercio y Justicia	Argentina	https://comercioyjusticia.info/
Cooperativa de Jornalistas de Pernambuco	Brasil	https://www.facebook.com/pg/cooperativadejornalistasdepernambuco/
Crític	Espanha	https://www.elcritic.cat/
Desacato	Brasil	http://desacato.info/
Diario Jornada	Espanha	https://www.diarijornada.coop/
Diario Co Latino	El Salvador	https://www.diariocolatino.com
Diario Tortuga	Argentina	http://diariotortuga.com/
Directa	Espanha	https://directa.cat/
Divergente	Portugal	https://divergente.pt/
EcoDias	Argentina	http://www.ecodias.com.ar/
El Café Diario	Argentina	https://www.elcafediarario.com
El Cugatenc	Espanha	https://elcugatenc.cat/
El Diario (Cordoba)	Argentina	https://www.eldiariocba.com.ar/
El Diario de la Region	Argentina	https://www.eldiariodelaregion.com.ar/
El Independiente	Argentina	http://www.elindependiente.com.ar/
El Megafono	Argentina	https://elmegafono.net/
El Mensajero Diario	Argentina	http://www.elmensajerodiario.com.ar/
El Salto	Espanha	https://www.elsaltodiario.com
El Setembre	Espanha	https://www.elsetembre.cat/
Fet a Sant Feliu	Espanha	https://www.fetasantfeliu.cat/
FM Cooperativa	Argentina	http://fmcooperativa.com.ar/
Infonews	Argentina	http://www.infonews.com/
La Ciudad	Argentina	http://www.laciudadweb.com.ar/
La Coperacha	México	https://lacoperacha.org.mx/
la diària	Uruguai	https://ladiaria.com.uy
La Marea	Espanha	https://www.lamarea.com
La Nueva Mañana	Argentina	https://lmdiarario.com.ar/
Ladran Sancho	Argentina	https://cooperativadladransancho.org.ar/
LU3 - Ondas	Argentina	http://www.lu3ondas.com.ar/
Malarrassa	Espanha	https://malarrassa.cat
Manifiesta - Cooperativa de Comunicación Feminista	Argentina	http://manifiesta.com.ar
Mural Comunicación	Argentina	https://mural-comunicacion.wixsite.com/mural
Pulso	Argentina	https://pulsonoticias.com.ar/

Radio Cooperativa (Argentina)	Argentina	http://radiocooperativa.com.ar
Radio Cooperativa (Chile)	Chile	https://www.cooperativa.cl/
Radio Gran Buenos Aires	Argentina	http://radiogranbuenosaires.com.ar
Redacción Rosario	Argentina	https://redaccionrosario.com/
Revista MU/ Rádio lavaca	Argentina	https://www.lavaca.org/tag/revista-mu/
Tiempo Argentino	Argentina	https://www.tiempoar.com.ar/
Tribuna Hoje (Jor- Graf)	Brasil	https://tribunahoje.com
Vove	Argentina	https://vove.com.ar

Fonte: Produzido pelo autor.

Nos limites do que se propõe este artigo, faremos uma descrição panorâmica sobre o mapa junto a algumas análises preliminares. A maioria das iniciativas foi fundada, enquanto cooperativa, na década de 2010. Há, contudo, veículos mais antigos: por exemplo, *Brecha*, do Uruguai, foi fundado em 1985 e se tornou cooperativa em 2012; *Cítrica*, da Argentina, é formada por trabalhadores do extinto jornal *Crítica*, fechado em 2010. Seria precoce afirmar que há uma “nova onda” de cooperativismo no jornalismo, com características próprias.

O que podemos afirmar, seguindo o cenário grego (SIAPER, PAPADOPOULOU, 2016), é que há, por um lado, convivências geracionais – envolvendo práticas jornalísticas e práticas cooperativas – de iniciativas mais antigas, com histórico de cooperativismo e a emergência de cooperativas localizadas em determinado tempo histórico principalmente na última década. Siapera e Papadopoulou (2016) falam na convivência de “reencarnações cooperativas de antigas mídias comerciais” (SIAPER, PAPADOPOULOU, 2016, p. 185) com o esforço de uma nova geração de jornalistas que estão descobrindo o cooperativismo há menos tempo.

Algumas questões que surgem a partir disso: o que haveria de específico em cooperativas de jornalistas nascidas na década de 2010? O que essa temporalidade tem a nos dizer sobre jornalismo independente/alternativo na Ibero-América e seus contextos políticos e sociais? Como esse contexto⁸ se relaciona à organização do trabalho jornalístico via plataformas digitais, em certa plataformização do trabalho jornalístico (POELL; NIEBORG; VAN DIJCK, 2020; BARROS *et al*, 2021). Isso quer dizer que a organização do trabalho cooperativo se relaciona também aos contextos políticos, tecnológicos e jornalísticos onde estão inseridos – espacial e temporalmente.

Quanto aos veículos produzidos pelas cooperativas de jornalistas, há principalmente jornais (os chamados *diários* em castelhano), portais jornalísticos (com jornal impresso ou não) e rádios. Entre as revistas presentes, destacamos MU, da Argentina, e Divergente, um “magazine digital” de Portugal. Notamos o esforço em produção multiplataforma e/ou de mais de um veículo, como a própria *Lavaca*, que edita a Rádio Lavaca e a revista MU. Duas ilustrações claras sobre a produção multiplataforma nas cooperativas de jornalistas são Divergente, de Portugal, editada pelo Bagabaga Studios, e a *Mural Comunicación*, da Argentina.

A Divergente considera-se uma “publicação multimídia de jornalismo de investigação”, dedicando-se à “produção, formação e investigação em *media* digitais, cooperação e desenvolvimento”⁹. A cooperativa que abriga o veículo, Baga-

⁸ Cenário este que Schradie (2019) chama de “revolução que não houve”, atentando-se para desigualdades de classe e gênero no ativismo digital.

⁹ Disponível em: <https://divergente.pt/>. Acesso em 31 jul. 2021.

baga Studios, afirma desafiar “as fronteiras convencionais do cinema documental, do design e do jornalismo”¹⁰, com diversos produtos que transitam entre design, fotografia, ilustração, vídeo e web.

A *Mural Comunicación*, por sua vez, é “uma cooperativa de trabalho que produz conteúdos, gráficos, produtos audiovisuais e radiofônicos para múltiplas plataformas e meios”¹¹ com uma equipe de jornalistas. Há a Revista Mural (revista de comunicação alternativa e independente), a Mural TV (“seu objetivo é poder contar histórias que tenham a ver com as lutas e os sonhos dos setores populares”), a Rádio Mural e o *Talles Mural*, série de oficinas e palestras.

A partir desses exemplos, podemos observar como há cooperativas de jornalistas que produzem o que foi convencionalizado como jornalismo e também outros produtos, desde curtas-metragens até palestras e oficinas, como também faz a *Manifiesta – Cooperativa de Comunicación Feminista*, da Argentina, feita, segundo a iniciativa, por “jornalistas independentes para uma comunicação alternativa e não sexista”¹². Essa pluralidade de produtos das cooperativas aproxima-se de resultados de pesquisa do trabalho jornalístico em mídias alternativas em São Paulo, como mostram Grohmann, Roxo e Marques (2019) e Figaro (2018)¹³.

Contudo, não há nenhum movimento de aproximação dessas iniciativas para enfrentar o cenário de plataforma do trabalho no jornalismo, seja criando suas próprias plataformas ou pensando em arranjos tecnológicos que também possam ser de propriedade de trabalhadores, como tem sido verificado em movimentos como o cooperativismo de plataforma. As iniciativas ainda estão restritas a processos produtivos e comunicacionais – também discursivos – relacionados a elementos das décadas de 2000 e primeira metade de 2010, como “multiplataforma”.

De forma panorâmica, podemos afirmar que há destaque para iniciativas que se colocam como contra-hegemônicas, de esquerda, que defendem a causa cooperativista – e também a comunicam. Há preocupações em visibilizar questões sociais silenciadas, como de gênero, por exemplo, sendo o *Manifiesta* o exemplo mais claro. O slogan do *Divergente* é “contar histórias que rompam silêncios”¹⁴.

Como afirmamos, há predomínio da Argentina e da Espanha no número de cooperativas. De forma geral, parece haver certa apropriação latino-americana das cooperativas, com contextualização política local, influência de meios comunitários (principalmente as rádios) e uma maior ligação explícita com as classes populares, próximo ao que Brophy, Cohen e De Peuter (2015) chamam de “práticas autônomas de comunicação”.

Na Espanha, notamos uma apropriação mais empresarial das cooperativas, apresentando-se mais como “gestores de comunicação” e empreendedores, variando mais a sua vinculação explícita a determinadas políticas. Carretero e Moncada (2018) afirmam que o crescimento das cooperativas de mídia na Espanha deve-se, em primeiro lugar, a uma reação à crise econômica, mas também uma busca por maior autonomia profissional, o que é confirmado pela maioria dos veículos. Carretero e Moncada (2018) chegam a afirmar que as cooperativas espanholas se assemelham a um “jornalismo empreendedor do terceiro setor”. A região da Catalunha é destaque no mapeamento, com oito iniciativas, sendo algumas muito recentes, como o *Diari Jornada*, fundado em 2018, que se apresenta como “um jornal que olha a realidade criticamente a partir de uma esquerda transformadora, dos feminismos e com um compromisso com a linguagem catalã”¹⁵.

No Brasil, atualmente há três veículos, com etapas distintas de desenvolvimento. O *Tribuna Independente*, editado pela Cooperativa de Jornalistas e Gráficos de Alagoas (JorGraf), é o maior exemplo de cooperativa de jornalistas no país atualmente, e existe desde 2007. O *Desacato*, de Florianópolis, editado pela Cooperativa Comunicacional Sul, existe desde 2007, sendo desde 2011 como cooperativa. A mais recente é a Cooperativa de Jornalistas de Pernambuco, que já teve

¹⁰ Disponível em: <https://bagabagastudios.org/>. Acesso em 31 jul. 2021.

¹¹ Disponível em: <https://mural-comunicacion.wixsite.com/mural/quienes-somos>. Acesso em 31 jul. 2021.

¹² Disponível em: <http://manifiesta.com.ar>. Acesso em 31 jul. 2021.

¹³ Um cotejamento mais refinado nos *éthé* das cooperativas de jornalistas ajudará a traçar comparativos com o cenário de mídia alternativa/independente no Brasil em relação aos lugares de enunciação (GROHMANN, ROXO, MARQUES, 2019).

¹⁴ Disponível em: <https://divergente.pt>. Acesso em 31 jul. 2021.

¹⁵ Disponível em: <https://www.diarijornada.coop>. Acesso em 31 jul. 2021.

aprovado o seu início em 2019, mas ainda não produz um veículo ou iniciativa propriamente dito. Contudo, não há destaque para essas iniciativas nas pesquisas em jornalismo no país, à exceção de trabalhos pontuais sobre a JorGraf (SANTOS, 2016; 2017).

Considerações Finais

Privilegiamos, na construção deste artigo, refletir sobre o percurso metodológico para construção de um mapeamento de cooperativas de jornalistas na Ibero-América, com seus desafios e dilemas. Esta reflexão permite compartilhar o cuidado epistemológico e os dilemas que se impõem no percurso da pesquisa. Os processos não são fixos, e mesmo as decisões de inclusão e de exclusão da amostra revelam questões epistemológicas mais amplas.

O resultado foi a exposição da tabela, como uma pesquisa exploratória e não estanque, dada as condições de produção. Este mapeamento, assim como suas reflexões, pode contribuir para que estudantes e outros pesquisadores em jornalismo possam realizar outras investigações. Está programado para o ano de 2022 o lançamento de um portal com este mapeamento como produto de comunicação da ciência.

Nos limites do texto, apresentamos brevemente os primeiros achados das iniciativas pesquisadas, com destaques e questões para as fases posteriores da pesquisa, por exemplo, diferenças e semelhanças entre cooperativas na América Latina e na Europa Ibérica, e mesmo diferenças e semelhanças no jornalismo autogestionado no Brasil e na Argentina, ou seja, por quais motivos não há a ascensão de mais cooperativas de jornalistas em cenário brasileiro.

O mapeamento ainda revela que as cooperativas de jornalistas na Ibero-América, embora sejam relativamente jovens (desde o início da década de 2010), não estão relacionando-se ao debate mais intenso sobre cooperativismo em cenário de plataformização do trabalho, necessitando, pois, de conexões entre os fazeres de autogestão no jornalismo e o que tem sido pensado em movimentos como cooperativismo de plataforma. Isso é central, enquanto proposta de pesquisa e formulação de políticas públicas, para incentivar o fortalecimento de iniciativas autogestionadas no jornalismo conectadas aos enfrentamentos da plataformização do trabalho.

Referências

- ABILIO, L. C. Plataformas digitais e uberização: a globalização de um Sul administrado? **Contracampo**. V. 39, n. 1, 2020.
- ALLMER, Thomas. Theorising and Analysing Academic Labour. **TripleC**. V. 16, n. 1, 2018.
- BACHELARD, G. **A Epistemologia**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BARROS, Janaína et al. A plataformização do trabalho jornalístico: dimensões, regime de publicação e agenda de pesquisa. **Avatares de la Comunicación y la Cultura**. V. 21, 2021.
- BEER, D. **Metric Power**. London: Palgrave Macmillan, 2016.
- BONIN, J. A. Explorações sobre práticas metodológicas na pesquisa em comunicação. **Revista Famecos**. V. 37, p. 121-127, 2008.

- BROPHY, E.; COHEN, N. S.; DE PEUTER, G. Labour Messaging: practices of autonomous communication. In: MAXWELL, Richard (org.). **The Routledge Companion to Labor and Media**. New York: Routledge, 2015, p. 315-326.
- CARRETERO, A. B.; MONCADA, M. S. Cooperativas de medios em Espanha: un periodismo emprendedor y ciudadano en tiempos de crisis. **REVESCO – Revista de Estudios Comparativos**. V. 128, 2018, p. 36-58.
- DARDOT, P.; LAVAL, C.. **Comum**: Ensaio sobre a revolução no século XXI. São Paulo: Boitempo, 2017.
- DE PEUTER, G.; DYER-WITHEFORD, N. Commons and cooperatives. **Affinities: a journal of radical theory, culture, and action**, v. 4, n. 1, p. 30-56, 2010.
- DENIS, J. **Le Travail Invisible des Données**: éléments pour une sociologie des infrastructures scripturales. Paris: Presses de Mines, 2018.
- FÍGARO, R. (org.). **As Relações de Comunicação e as Condições de Produção no Trabalho de Jornalistas em Arranjos Econômicos Alternativos às Corporações de Mídia**. São Paulo: ECA-USP, 2018.
- GROHMANN, Rafael. Cooperativismo de plataforma e suas contradições: análise de iniciativas da área de comunicação no Platform. Coop. **Liinc em Revista**. V. 14, n. 1, 2018.
- GROHMANN, Rafael. Cooperativas de Comunicadores: possibilidades, contradições e cenário argentino. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. V. 42, n. 3, 2019.
- GROHMANN, Rafael. A Dança Dialética do Trabalho em uma Cooperativa de Jornalistas: o caso do *Tiempo Argentino*. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. V. 17, n. 1, 2020.
- GROHMANN, R.; ROXO, M.; MARQUES, A. F. Places of Enunciation and Disputes of Meaning of Journalistic Work in Alternative Arrangements to Media Corporations. **Brazilian Journalism Research**, [S. l.], v. 15, n. 1, p. 200–221, 2019. DOI: 10.25200/BJR.v15n1.2019.1079. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1079>. Acesso em: 30 nov. 2022.
- MARTÍNEZ-SANCHEZ, J.; MARTÍNEZ-POLO, J. El Saltoy su propuesta de periodismo cooperativo. **Redes.com – Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación**. V. 15, 2017.
- NOBLE, S. **Algorithms of Opression**. New York: NYU Press, 2018.
- PACHI FILHO, F.; BELLAN, R.; MOLIANI, J. A. Os conceitos diferenciados de comunicação e jornalismo alternativos e o mapeamento da produção acadêmica brasileira recente. **Comunicação & Sociedade**. V. 41, n. 2, 2019.
- POELL; T.; NIEBORG; D.; VAN DIJCK, J. Plataformização. **Fronteiras – Estudos Midiáticos**. V. 22, n. 1, 2020.
- SANTOS, M. Cooperativa Jorgraf: uma parceria de sucesso entre jornalistas e gráficos alagoanos. **Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação –**

Intercom. São Paulo: ECA-USP, 2016.

SANTOS, M. Cooperativa Jorgraf: 10 anos de sobrevivência de uma saga alagoana. **Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom.** Curitiba: UP, 2017.

SAVAGE, M. The ‘Social Life of Methods’: a critical introduction. **Theory, Culture & Society.** V. 30, n. 4, p. 3-21, 2013.

SCHRADIE, J. **The Revolution That Wasn’t:** how digital activism favors conservatives. Cambridge: Harvard University Press, 2019.

SIAPER, E.; PAPADOPOULOU, L. Entrepreneurialism or Cooperativism? An exploration of cooperative journalistic enterprises. **Journalism Practice.** V. 10, n. 2, 2016.

SCHOLZ, T. **Cooperativismo de Plataforma.** São Paulo: Fundação Rosa Luxemburgo, 2017.

VIEIRA PINTO, Á. **Ciência e Existência:** problemas filosóficos da pesquisa científica. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

WRIGHT, Erik Olin. **Envisioning Real Utopias.** New York: Penso, 2010.