UNIVERSIDADE FEDERAL DO CARIRI
INSTITUTO INTERDISCIPLINAR DE SOCIEDADE, CULTURAL E ARTES
CURSO DE JORNALISMO

LEVI COSTA RABELO

AGITAÇÃO, PROPAGANDA E ORGANIZAÇÃO POLÍTICA NO JORNAL A VERDADE

JUAZEIRO DO NORTE
2024

LEVI COSTA RABELO

AGITAÇÃO, PROPAGANDA E ORGANIZAÇÃO POLÍTICA NO JORNAL A VERDADE

Trabalho de conclusão de curso para aprovação em banca examinadora. Universidade Federal do Cariri; Jornalismo

Orientador: Tiago Coutinho Parente

JUAZEIRO DO NORTE

2024

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Cariri
Sistema de Bibliotecas

R114a Rabelo, Levi Costa.
Agitação, propaganda e organização política no Jornal A Verdade / Levi Costa Rabelo. – 2024
51 f. : il. color. (Inclui bibliografia).

Monografia (Graduação em Jornalismo) – Instituto Interdisciplinar de Sociedade, Cultura e Artes, Curso de Jornalismo, Universidade Federal do Cariri, Juazeiro do Norte, CE, 2024.

Orientador: Prof. Tiago Coutinho Parente.

1. Contra-hegemonia. 2. Jornalismo. 3. Leninismo. 4. Jornal A Verdade. 5. Mídia popular. I. Parente, Tiago Coutinho (Orient.). II. Universidade Federal do Cariri. III. Título.

CDD 070.44932

Bibliotecário: João Bosco Dumont do Nascimento – CRB 3/1355

LEVI COSTA RABELO

AGITAÇÃO, PROPAGANDA E ORGANIZAÇÃO POLÍTICA NO JORNAL A VERDADE

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Jornalismo

Aprovada em: 13/12/2024.

BANCA EXAMINADORA

Documento assinado digitalmente
TIAGO COUTINHO PARENTE
Data: 13/12/2024 11:02:28-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br

Prof. Dr. Tiago Coutinho Parente (Orientador/a)
Universidade Federal do Cariri (UFCA)

Documento assinado digitalmente
RODRIGO CAPISTRANO CAMURCA
Data: 13/12/2024 11:39:45-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br

Prof. Dr. Rodrigo Capistrano Camurça
Universidade Federal do Cariri (UFCA)

Documento assinado digitalmente
LUAN MATHEUS DOS SANTOS SANTANA
Data: 13/12/2024 11:30:46-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br

Prof. Me. Luan Matheus dos Santos Santana
Universidade Federal do Piauí (UFPI)

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO……...….1

2. O JORNAL E O PARTIDO…….…….5

2.1 - **O jornal "leninista" e a sua história……...6**

2.1.1 - O Jornal para Vladimir Lênin..……..…..8

2.1.2 Agitação e Propaganda…….....10

2.2 - **Autossustentação e Independência política……..12**

2.2.1 A sustentação dos grandes meios de comunicação brasileiros…….……...13

2.2.2 Como se sustentam os jornais leninistas?.....…….....15

2.3 - **Hegemonia e a Contra-hegemonia do jornal leninista……17**

3. A HISTÓRIA DO JORNAL A VERDADE……...21

3.1 - **O Partido que fundou o Jornal A Verdade……..21**

3.2 - **A criação do "A Verdade" em 1999……..23**

3.3 - **O Jornal A Verdade se torna quinzenal……...……25**

3.4 - **Trabalho digital do A Verdade e o jornal impresso……27**

3.5 - **Posições do "A Verdade" sobre a pandemia de COVID-19……...29**

3.5.1 - O que pensa o Jornal A Verdade sobre a pandemia……29

4. A EXPERIÊNCIA DAS "BRIGADAS NACIONAIS" COMO UMA EXPERIÊNCIA POPULAR E CONTRA HEGEMÔNICA…….35

4.1 - **O Jornal A Verdade e o militante do partido……..35**

4.2 - **As brigadas do jornal A Verdade…….39**

4.3 - **A política de brigadas nacionais e o seu objetivo…….…...42**

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS…….……..……...48

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS……...……52

RESUMO

O trabalho estudou a construção do jornal "A Verdade" enquanto uma mídia contra-hegemônica, orientada pela concepção leninista do papel do jornal no trabalho de agitação, propaganda e de organização política. A monografia desenvolve o contexto histórico do jornal, apresentando a independência financeira do periódico em relação à lógica capitalista de sustentação das grandes empresas de comunicação e a sua relação com as organizações que o constroem. Trazendo os elementos de estruturação da mídia, da sua confecção até a venda dos exemplares, é apresentada a experiência das brigadas de venda do jornal como uma experiência que fortalece o seu caráter popular e contra-hegemônico. Ao fazer isso, é ressaltado o papel do jornalismo enquanto uma ferramenta de disputa ideológica, tanto na manutenção de uma hegemonia quanto na sua disputa por parte do proletariado.

Palavras chaves: Contra-hegemonia; Jornalismo; Leninismo; Jornal A Verdade; Mídia popular.

ABSTRACT

This study examines the construction of the newspaper "A Verdade" as a counter-hegemonic media outlet, guided by the Leninist conception of the newspaper's role in agitation, propaganda, and political organization. The monograph develops the historical context of the paper, presenting its financial independence from the capitalist logic that sustains large media corporations, as well as its relationship with the organizations that build it. By analyzing the structural elements of this media—from its production to the sale of copies—the study presents the experience of the newspaper's sales brigades as an endeavor that strengthens its popular and counter-hegemonic character. In doing so, the role of journalism is highlighted as a tool for ideological struggle, used both in the maintenance of hegemony and in the organized struggle of the proletariat.

Keywords: Counter-hegemony; Journalism; Leninism; A Verdade Newspaper; Popular Media.

1. INTRODUÇÃO

O presente Trabalho de Conclusão de Curso tem por objetivo estudar a história e a construção política do periódico "Jornal A Verdade", o JAV, uma mídia fundada em 1999, pelo Partido Comunista Revolucionário (PCR), com o intuito de ser o seu órgão de imprensa, sendo hoje construída também por diversos movimentos sociais e populares, sendo elas a União da Juventude Rebelião (UJR), Movimento Correnteza, Movimento de Mulheres Olga Benário, Movimento de Luta nos Bairros, Vilas e Favelas (MLB), Movimento Luta de Classes (MLC), Centro Cultural Manoel Lisboa e pelo partido Unidade Popular pelo Socialismo (UP).

A concentração dos grandes meios de comunicação em poucas mãos é um grande problema no país, como apontam dados do Kantar Ibope (2016), apenas 4 grupos (Globo, Record, Silvio Santos e Bandeirantes) possuem 71,10% de toda a audiência televisiva no Brasil. Este monopólio dos grandes veículos de comunicação reforça a construção, o desenvolvimento e a manutenção da hegemonia das classes dominantes do país.

> É evidente que os meios de comunicação são os instrumentos mais utilizados pelos detentores de poder econômico e político para tentar inculcar sua racionalidade de dominação sobre o restante da sociedade. Os meios de comunicação de massa são hoje, possivelmente, os aparelhos mais eficientes na tarefa de manutenção da hegemonia burguesa. (SILVA, 1982, p.8)

Nesse contexto, a disputa pela hegemonia, pela possibilidade das classes oprimidas de difundir as suas ideias, não deixa de existir, como mostra o surgimento de jornais como *Brasil de Fato*, *Mídia Ninja*, *Jornal A Verdade*, *Jornalistas Livres*, e outros tantos jornais organizados por movimentos sociais e populares.

Este tema se originou após a reflexão de que gostaria de trabalhar com um objeto que estivesse presente no meu cotidiano e que envolvesse algo que mudou a forma como eu vejo a realidade à minha volta. Por isso, sabia que algo que estivesse ligado com a militância seria o ideal, já que desde 2016 estou diretamente envolvido com os movimentos sociais. Nas minhas leituras individuais, se tornou perceptível para mim que a existência das mídias populares e contra-hegemônicas são fundamentais para as lutas que vinha travando.

Outro autor, que trabalhou o papel do jornal nessa construção coletiva é Vladimir Ilyich Ulyanov, mais conhecido como Lênin, ou Lenine. Em seu artigo "Por onde começar?"

de 1901, Lênin fala da necessidade de um jornal para toda a Rússia, como algo fundamental no desenvolvimento da luta comunista no país. Ao ler esse artigo, vemos o jornal ser apresentado como algo mais do que uma "ferramenta" para a transmissão de informação, e que a sua construção pode desempenhar um papel central nas disputas sociais e políticas da sociedade.

O estudo realizado busca explicar e utilizar a concepção leninista de um jornal, trabalhando conceitos como o de comunicação contra-hegemônica, hegemonia e mídia popular. A construção de uma mídia contra-hegemônica passa por vários elementos que fazem parte do processo de construção do veículo: escrita, diagramação, revisão, editoria, distribuição, a forma como são realizadas as vendas e o seu conteúdo político e ideológico.

> Refletir sobre hegemonia e contra-hegemonia, pontua Virginia Fontes (2008, p. 145), pressupõe analisar os modos de convencimento, de formação e de pedagogia, de comunicação e de difusão de visões de mundo, as sociabilidades peculiares, as maneiras de ser coletivas, as clivagens e as contradições presentes em cada período histórico. (MORAES, 2010, p. 68)

Por isso, é possível perceber o meio de comunicação contra-hegemônico como algo vivo, que além de divulgar informações e ideias que questionam o sistema vigente, também ajuda no desenvolvimento dos coletivos que atuam com o mesmo, sendo assim uma relação dialética, na qual a mídia tanto constrói como é construída pelos movimentos que a levam adiante. No caso do Jornal A Verdade, tem-se o partido e os movimentos apoiadores da mídia.

> O jornal não é apenas um propagandista coletivo e um agitador coletivo. Ele é, também, um organizador coletivo. Neste último sentido pode ser comparado com os andaimes que são levantados ao redor de um edifício em construção, que assinala seus contornos, facilitam as relações entre os diferentes pedreiros, ajudam-lhes a distribuírem as tarefas e a observar os resultados gerais alcançados pelo trabalho organizado (LÊNIN, 1977, p. 92)

Por pensar que a análise dialética e materialista é a melhor forma de entender a realidade, tanto no seu caráter objetivo, quanto subjetivo, os conceitos de hegemonia e contra-hegemonia de Antonio Gramsci, encaixam-se no objetivo deste trabalho. A hegemonia, para o autor, é a dominação de uma classe sobre a outra, e como marxista, ele tem uma visão dialética dessa dominação. Ou seja, segundo Gramsci, a dominação cultural e ideológica está ligada e sujeita à econômica e política, influenciando-se mutuamente. Sendo assim, os conceitos de infraestrutura (base econômica, relações de produção e troca) e superestrutura (a parte ideológica e cultural, que surge a partir da infraestrutura) são utilizados para explicar o processo de hegemonia de uma classe.

> No entender de Gramsci, a hegemonia pressupõe a conquista do consenso e da liderança cultural e político-ideológica de uma classe ou bloco de classes sobre as outras. Além de congregar as bases econômicas, a hegemonia tem a ver com entrechoques de percepções, juízos de valor e princípios entre sujeitos da ação política. (MORAES, 2010, p.1)

No entanto, essa hegemonia cultural não é estática, ela está em um constante processo de mudança, movido pelas contradições e disputas presentes na sociedade. Em *Manifesto do Partido Comunista,* o estudioso Karl Marx esclarece que, no sistema capitalista, a principal contradição se dá entre a burguesia (classe dominante) e o proletariado (classe dominada). Por isso, ao falar de contra-hegemonia, discute-se a ação de disputa da hegemonia por parte do proletariado. Essa disputa acontece em vários campos, sendo um deles o campo da comunicação e da difusão de informações e ideias.

Dessa forma, existe uma relação direta entre a ideia de Lênin sobre o papel do partido na construção do jornal e a disputa pela hegemonia desenvolvida por Gramsci, que também traz esse elemento em seus textos, buscando mostrar que a comunicação está ligada fundamentalmente ao fazer político no cotidiano, e portanto, não pode ser desvinculada da mesma.

> Deve-se sublinhar a importância e o significado que têm os partidos políticos, no mundo moderno, na elaboração e difusão das concepções do mundo, na medida em que elaboram essencialmente a ética e a política adequadas a ela, isto é, em que funcionam quase como "experimentadores" históricos de tais concepções. (GRAMSCI, 2010, p.82)

Portanto, a disputa da sociedade não acontece de forma isolada, por indivíduos, e sim de forma coletiva, por grupos organizados, mesmo que não sejam partidos. O jornal A Verdade é um veículo que se encaixa nessas definições, tanto pela sua linha teórica e política, quanto pela sua construção cotidiana.

No primeiro capítulo, intitulado O jornal e o Partido, a relação do periódico com seu partido é apresentada, explicando como as concepções leninistas de partido e de jornal estão profundamente interligadas, influenciando e impulsionando-se mutuamente, entendendo o jornalismo contra-hegemônico e popular, não somente vinculado às ideias que a imprensa defende, mas também a forma com a qual ela se estrutura e circula.

O segundo capítulo, a história do jornal A Verdade, traz a origem e o desenvolvimento do jornal e da sua organização fundadora, o Partido Comunista Revolucionário. Pode-se perceber aqui, como também apresentado no primeiro capítulo, que a ligação entre o jornal e o partido é determinante para o comportamento contra-hegemônico do periódico. Do plano de

criação do jornal, passando pela luta do PCR e demais organizações que auxiliam na sua construção, para sua transformação em uma publicação quinzenal e em todo o território nacional. Ao final, serão estudados alguns dos textos publicados durante a pandemia de COVID-19, com objetivo de observar como essa visão de jornalismo se apresenta na prática.

No último capítulo, o foco será a experiência das "Brigadas Nacionais", construídas pelo Jornal A Verdade, buscando entendê-las enquanto uma experiência popular, que envolve diversos setores dos movimentos sociais, a nível nacional. Com isso, o trabalho ilustra como o acirramento político no país vem acompanhado de um avanço na capacidade de organização e intervenção política do A Verdade. O trabalho faz uma leitura sobre a forma que o periódico enxerga e trabalha as brigadas. Além disso, o estudo leva em conta, também, o aumento da tiragem do jornal e sua transformação em um periódico impresso quinzenal, como uma consequência do avanço das organizações e vice-versa, mesmo em um momento em que se encerram diversos jornais impressos.

Nas considerações finais, é realizada a reflexão sobre como a caracterização de uma mídia contra-hegemônica ultrapassa a disputa meramente ideológica e cultural, entrando diretamente na disputa política da sociedade. Com isso o Jornal A Verdade, enquanto um jornal leninista, busca realizar essa disputa de hegemonia em todos os terrenos, pelo seu trabalho e o dos coletivos que o constroem cotidianamente.

Para fundamentar toda a pesquisa, foram utilizados arquivos disponibilizados pela redação do Jornal A Verdade, com dezenas de edições da versão impressa, assim como os sites oficiais do periódico e do PCR, além de todo o material disponibilizado pela organização, em vídeos no Youtube, redes sociais e também das minhas próprias experiências pessoais, que pessoalmente construo o Jornal A Verdade desde 2017, enquanto militante da União da Juventude Rebelião (UJR) e da Unidade Popular pelo Socialismo (UP), tendo ajudado no processo de fundação do partido. Para o melhor embasamento da pesquisa, ainda se tem os arquivos de duas entrevistas realizadas com dois colaboradores do Jornal, Raphael Almeida e Victor Davidovich. Por fim, o trabalho busca cumprir o papel de contribuir com a discussão sobre os temas e conceitos já apresentados, relacionando-os sempre com o papel do jornalismo na sociedade.

2. O JORNAL E O PARTIDO

A defesa sobre a necessidade de uma suposta "imparcialidade" do jornalismo encontra cada vez mais dificuldade em se comprovar no mundo atual, o qual reside em um momento de aprofundamento da concentração dos grandes meios de comunicação na mão de poucas famílias ricas brasileiras, como apontam os dados já mencionados da Kantar Ibope (2016), que apresenta os únicos 4 grupos (Globo, Record, Silvio Santos e Bandeirantes) que lideram a porcentagem de maior audiência e controlam boa parte das mídias populares nacionais.

Dessa forma, não só a "sonhada" imparcialidade se torna um elemento impossível de se ter, mas também são identificados elementos claros de manipulação, sendo essa inclusive, uma das principais características do jornalismo no Brasil (Abramo, 1988). Isso ocorre porque cada um desses grandes meios de comunicação repercute e defende os mesmos interesses de seus donos, sendo atrelados a sua existência. Com isso, a discussão sobre o papel do jornalismo numa realidade historicamente construída por contradições e conflitos, se torna urgente. Como colocado por Perseu Abramo

> Na medida em que o jornalismo tem de tratar do mundo real, 'natural' ou 'histórico', e que esse mundo real é repleto de contradições reais, de conflitos, de antagonismos e de lutas, o que significa realmente ser neutro, imparcial ou isento? 'Neutro' a favor de quem, num conflito de classes? 'Imparcial' contra quem, diante de uma greve, da votação de uma Constituição? 'Isento' para que lado, num desastre atômico ou num escândalo administrativo? (ABRAMO, 2006)

A partir dessa concepção, este capítulo trata da visão leninista do trabalho com um jornal. Lênin não foi o primeiro a apresentar o jornal como um periódico ligado a uma organização política e que defendesse abertamente suas posições e ideias. A exemplo disso, há o *L'Ami du Peuple* (Amigo do Povo) e a *Neue Rheinische Zeitung* (Nova Gazeta Renana). O primeiro foi um dos principais jornais revolucionários publicados durante a Revolução Francesa, escrito por Jean-Paul Marat, enquanto o Nova Gazeta Renana foi editado por Marx e Engels durante os anos de 1848 e 1849, criticando o sistema capitalista e a burguesia, além de apoiar os movimentos democráticos e socialistas.

No entanto, o russo traz um elemento novo, uma concepção mais aprofundada sobre qual o papel do jornal em não só defender as ideias do grupo ao qual é vinculado, mas também de apresentar-se enquanto um organizador e coesionador desse mesmo grupo.

> Em nosso parecer, o ponto de partida da nossa atividade, o primeiro passo prático para criar a organização que desejamos, o fio condutor, enfim, seguindo o qual poderemos incessantemente desenvolver, enraizar e alargar essa organização, deve ser a fundação de um jornal político para toda a Rússia. Aqui precisamos antes de tudo de um jornal; sem um jornal é impossível coordenar sistematicamente a propaganda e a agitação multiformes e consequentes. (LÊNIN, 1901)

Assim, juntamente da apresentação teórica sobre o que é o "jornal leninista" e a sua relação com o partido, o Jornal a Verdade apresenta-se nessa pesquisa como exemplo de uma experiência brasileira com esse caráter de organização e visão sobre o papel do periódico.

Logo, busca-se, aqui, trabalhar essa concepção em paralelo com os conceitos de contra-hegemonia e mídia popular, buscando trazer uma noção não só política, mas também organizacional e de debate ideológico na sociedade. Além de trazer a relação que o jornal estabelece com cada militante das organizações que o constroem.

2.1 - O jornal "leninista" e a sua história

Para se tratar da ideia de Lênin sobre o jornal, é preciso trazer primeiramente a sua concepção sobre o que deve ser um partido político: uma organização nacional da classe operária, que pudesse garantir a coesão na ação dos diversos grupos locais por todo o território, ocasionando uma amplitude nas ações do partido, tendo a capacidade de liderar todo o povo russo no caminho de uma revolução socialista.

Sendo o principal líder da revolução russa de 1917, Lênin liderou a fração bolchevique do Partido Operário Social Democrata da Rússia (POSDR), que foi fundado em 1898 pelos diversos grupos operários organizados no país. Lênin, mesmo sendo crucial para o levante da organização, não conseguiu participar de seu primeiro congresso — que contou com apenas 9 delegados —, pois se encontrava deportado na Sibéria. Naquele momento, o jornal adotado como órgão central foi a "Gazeta Operária", mas após a publicação de apenas dois números, teve sua gráfica fechada, sem que se pudesse continuar os trabalhos do periódico. Lênin chegou a escrever dois artigos, com objetivo de serem publicados, tratando de sua opinião acerca da necessidade da organização ter seu jornal: 1) Nossa Tarefa Imediata (1899); 2) Uma Questão Urgente (1899). Ambos os artigos só vieram à tona duas décadas depois, devido à interrupção forçada de suas publicações.

No entanto, aquele congresso não conseguiu cumprir o objetivo de unificar as diversas organizações locais de sociais-democratas russos, como defendia o líder. Era necessário, de acordo com Lênin (1899), a criação de um órgão que pudesse unificar esses "círculos marxistas", travar as lutas políticas e ideológicas entre os setores do movimento operário e estabelecer um programa claro para o Partido Operário Social Democrata da Rússia. Com isso, em 1900, surge o "Iskra", ou a "Centelha".

> Em dezembro de 1900, apareceu no estrangeiro o primeiro número do jornal "Iskra". Logo abaixo do título vinha o seguinte lema: "Da chispa nascerá a chama". Eram palavras tomadas da resposta dos "dekabristas" à mensagem do poeta Pushkin saudando-os quando estavam desterrados na Sibéria. Com efeito, a "Iskra", isto é, a chispa acesa por Lenin, havia de provocar, com o tempo, a chama do grande incêndio revolucionário que arrasou até aos alicerces a monarquia czarista com sua nobreza, os latifundiários e o Poder da burguesia. ("História do partido comunista bolchevique da União Soviética", 1999)

Apesar de reconhecer a Gazeta Operária como órgão central do POSDR, as divergências entre as tendências no movimento operário impediram que se voltasse a editar esse jornal, mesmo se mantendo enquanto órgão oficial. O Iskra aparece então como mídia não oficial, com o objetivo de apresentar ao partido os resultados práticos da concepção leninista.

> E precisamente para a organização do partido elaborámos este plano nos nossos artigos enviados ao Rabótchaia Gazeta e no relatório para o congresso do partido e repetimos que o fizemos a convite de pessoas que ocupavam no partido uma posição tão influente que tomavam a iniciativa de o reconstruir (de facto). E só quando fracassaram as duas tentativas que a organização do partido, em conjunto connosco, fez para reiniciar oficialmente a publicação do órgão central do partido julgámos que era nosso dever iniludível apresentar um órgão não oficial, a fim de que, à terceira tentativa, os camaradas vissem já alguns resultados da experiência e não meras conjecturas. (LÊNIN, 1902, p.89)

Sendo assim, Lênin pretendia utilizar o avanço do trabalho com o jornal para o fortalecimento do POSDR e vice-versa. A impressão do jornal, devido ao regime Czarista, acontecia no exterior e depois era enviado para Rússia de maneira clandestina, onde era distribuído entre as seções do partido nas principais cidades, tendo em vista que os objetivos daquele jornal não os obrigava a chegar em todos os lugares do país, e sim no seus principais centros industriais e, portanto, de concentração operária. (Lênin, 1899).

Em torno do Iskra, consequentemente organizaram-se o que viriam a ser os chamados "Bolcheviques", até então conhecidos como Iskristas, fração liderada por Lênin. Essa divisão política consolidou-se no II Congresso do POSDR, sediado em Bruxelas (Bélgica) e em Londres (Inglaterra). O partido, enfim, se dividiu em dois grupos: Bolcheviques e

Mencheviques, que significa “Maioria e Minoria”, respectivamente. Embora os nomes façam referência à quantidade de delegados que cada grupo aglutinou, ambos passaram a ter um peso político e social.

> Portanto, neste Congresso não tomaram parte somente os adeptos do "Iskra", mas também seus adversários. Os "Iskristas" eram 83, isto é, a maioria. Porém nem todos os que figuravam neste campo estavam sinceramente identificados com as posições de Lenin. Os delegados se dividiam em diversos grupos. Os leninistas, ou sejam, os adeptos firmes da "Iskra", contavam com 24 votos. Martov tinha 9 votos de "iskristas" pouco consequentes. Uma parte dos delegados vacilava entre a "Iskra" e seus adversários, e dispunha de 10 votos. Estes delegados formavam o centro. Os adversários declarados da "Iskra" contavam com 8 votos (3 "economistas" e 5 do Bund). Se os defensores da "Iskra" apareciam desunidos, seus inimigos podiam ganhar-lhes a batalha. (“História do partido comunista bolchevique da União Soviética”, 1999)

É importante observar até aqui, como a ideia de Lênin se consolidava na prática. Um jornal, ao ser publicado, distribuído e trabalhado em toda a Rússia, ao defender pontos de vista econômicos, sociais e políticos, aglutinou e contribuiu fortemente para a consolidação do grupo Bolchevique, que viria a liderar a revolução Russa em outubro de 1917.

2.1.1 - O Jornal para Vladimir Lênin

Dentro dessa experiência histórica, Lênin sintetizou a sua ideia de jornal em algumas principais obras, sendo três artigos: “Nossa Tarefa Imediata” e “Uma Questão Urgente”, que deveriam ter sido publicados na Gazeta Operária, e o “Por Onde Começar?”, publicado na edição número 4 do Iskra (1901). Além dos artigos, a obra que melhor condensa essa discussão, acerca da concepção política do jornal e da forma de organização leninista é o livro *Que Fazer?*, publicado em 1902.

No artigo *Nossa Tarefa imediata*, Ulianov coloca a já apresentada compreensão de que é necessário ter um partido que unifique o existente movimento operário. *“O que falta agora é unificar esses trabalhos locais no trabalho de um único partido”* afirma Lênin. E que também possa fazer com que as suas ideias adentrem esse movimento.

> …a tarefa da social-democracia é trazer ideais socialistas definidos ao movimento espontâneo da classe operária, conectar esse movimento com convicções socialistas, que devem atingir o nível da ciência contemporânea, conectá-lo com a luta regular pela democracia como meio para atingir o socialismo – em poucas palavras, fundir esse movimento espontâneo em um

> todo indestrutível através da atividade do partido revolucionário. (LÊNIN, 1899).

Já em *Uma Questão Urgente*, o autor adentra e aprofunda o debate sobre a organização partidária, ligando as atuações isoladas dos círculos, como um aspecto do ainda amador trabalho político do partido, que ainda não consegue realizar um trabalho em escala nacional e organizada o suficiente para os seus objetivos. E por isso, não seria capaz de chegar aos objetivos almejados, como a derrubada do regime autocrático do Czar.

> O trabalho local e amador sempre leva a um excesso de conexões pessoais, a métodos de círculo de estudo, e nós crescemos para além desse estágio, que se tornou muito estreito para nossos esforços atuais e que leva ao dispêndio desnecessário de nossas forças. Somente a fusão em um só partido nos permitirá observar estritamente os princípios de divisão do trabalho e da economia de forças, que deve ser atingido de forma a reduzir as perdas e construir um baluarte tão confiável quanto possível contra a opressão do governo autocrático e contra suas perseguições frenéticas. (LÊNIN, 1899).

Esses dois artigos, juntamente com o texto *Por Onde Começar?*, estabelecem as bases sobre as quais o revolucionário russo irá construir o seu livro *Que Fazer?*. E fundamentando-se nos ensinamentos desses escritos, é possível dividir os objetivos do jornal, em dois principais, sendo: 1) A coesão do trabalho orgânico de uma organização, a nível nacional; 2) A transmissão das ideias revolucionárias para a massa da classe trabalhadora;

Para o primeiro objetivo, a própria produção do jornal e sua difusão pelo país, já contribui para a criação de uma rede de pessoas que construirão a organização, facilitando a transmissão, não só da literatura do partido, mas também de diretrizes, informações e o que mais seja necessário passar para todo o conjunto dos militantes, evitando desvios e erros. Além disso, esse órgão garante que todo o partido possua objetivos e "palavras de ordem" em comum, evitando a dispersão e o trabalho meramente local. Sendo, além de um agitador e propagandista, o jornal é um organizador coletivo (Lênin, 1977).

> Terá o Comité Central que designar agentes em todas as localidades para preparar a insurreição? [...] Pelo contrário, uma rede de agentes, que se forme por si própria no trabalho de organização e de difusão de um jornal comum, não teria de «esperar de braços cruzados» a palavra de ordem da insurreição, mas faria precisamente um trabalho regular que lhe garantiria, em caso de insurreição, as maiores probabilidades de êxito. (LÊNIN, 1902)

No segundo, o jornal aparece como um agitador de opiniões e concepções políticas, de maneira aberta e franca, apresentando as ideias e visões que o partido possui acerca da realidade. Logo, é possível perceber que o periódico assume, para Lênin, o papel não só de transmitir informações desejadas, mas o de convencer o leitor sobre o que é defendido, seja ele membro do partido ou de um grupo de operários. Com essa medida, o jornal contribui com

a formação de uma consciência política engajada sobre a realidade que o cerca. Essa característica de educação ocorre ao ligar as demandas mais urgentes dos trabalhadores à luta pela transformação radical da sociedade, defendida pelos comunistas, mostrando a relação entre suas reivindicações locais e específicas com a luta geral da sua classe.

> Somente quando o operário individual percebe que ele é membro de toda uma classe operária, somente quando ele percebe que sua pequena luta contra empregadores específicos ou oficiais específicos é uma luta contra toda a classe burguesa e todo o governo que isso se torna em uma luta de classes. (LÊNIN, 1899)

Por consequência disso, a tarefa dos revolucionários é garantir que essa ligação seja feita e utilizada para o avanço da luta da classe trabalhadora em todo o país, por isso o carácter nacional do jornal é imprescindível, pois é a partir dele que se perde o já apresentado "amadorismo local". A definição dessa tarefa como uma das mais importantes para Lênin, somado ao papel que o jornal cumpre na sua realização, faz com que se perceba que sem um jornal, nas ideias do autor, é impossível que uma organização consiga chegar à revolução defendida.

> É tarefa dos social-democratas, pela organização dos operários, pela propaganda e agitação entre eles, transformar sua luta espontânea contra seus opressores em uma luta de toda a classe, em uma luta de um partido político definido por ideais políticos e socialistas definidos. Isso é algo que não pode ser atingido somente através de atividades locais. (LÊNIN, 1899)

Portanto, o jornal não é entendido como um artifício secundário ou que atua longe dos holofotes, mas um protagonista do processo de transformação social, agitando greves, paralisações, manifestações e demais formas de luta popular. Ao mesmo tempo que é palco das discussões, críticas e contribuições de seus militantes acerca dos temas, sem deixar de ser um órgão diretamente ligado ao Comitê Central do partido e que transmite suas ideias e opiniões sobre os acontecimentos de maior relevância.

2.1.2 Agitação e Propaganda

Em alguns momentos o presente trabalho se refere à "Agitação" e à "Propaganda", esses termos são bastante utilizados, não só pelos comunistas, mas por outros agrupamentos políticos, normalmente vinculados aos movimentos populares e de esquerda. Esses conceitos

também são necessários para o entendimento do papel do Jornal, como afirmou Lênin, enquanto um "Agitador e Propagandista".

Em um documento, de 1921, da III Internacional, organização fundada por Lênin em 1910, que congregava os partidos comunistas que compartilhavam as visões sobre o método marxista-leninista de organização e suas avaliações sobre a realidade do capitalismo naquele momento, a agitação é definida como a tarefa mais importante, antes do levante revolucionário declarado.

De início, é difícil pensar em agitação e propaganda de maneira isolada ou mesmo independentes, pois na ação marxista ambas se entrelaçam e se influenciam mutuamente. À vista disso, a seguinte divisão faz-se para fins de apresentação conceitual, sendo sempre necessária a sua percepção enquanto um processo dialético de transformação.

A agitação é caracterizada pela divulgação, a difusão de ideias para um grande número de pessoas, normalmente aparece em torno de palavras de ordem que coloquem as pessoas em movimento, em torno de uma linha de atuação. Um exemplo de palavra de ordem de agitação, é a "Fora Bolsonaro!", muito utilizada pelos movimentos que lutaram pelo *impeachment* do ex-presidente, Jair Bolsonaro. Nela, a ideia a ser transmitida é simples: defendia-se que o presidente atual fosse retirado de seu cargo, devido aos motivos apresentados pelo setor da sociedade que adotou a pauta. Mas para que as palavras de ordem e as agitações cumpram o objetivo de convencer as pessoas para o que defendem, é necessário que elas estejam ligadas aos interesses do público ao qual querem atingir.

> A propaganda e a agitação comunista deve, antes de tudo, se enraizar nos meios mais profundos do proletariado. Elas devem ser engendradas pela vida concreta dos operários, seus interesses comuns, particularmente por suas lutas e esforços. (III INTERNACIONAL, 1921)

Não só as palavras de ordem são métodos de agitação, mas também os discursos, comícios, panfletos, vídeos curtos e diretos, cartazes ou mesmo pichações, que normalmente trazem em si, essas palavras de ordem. O fundamental é que se busque trazer essa ideia central, que deve servir como mobilizadora e fomentar as movimentações populares.

A propaganda, por sua vez, cumpre o papel de aprofundar os temas abordados e convencer o outro do seu ponto de vista. Ainda no exemplo da palavra de ordem pelo *impeachment* de Bolsonaro, se algum eleitor fosse favorável ao ex-presidente ou mesmo neutro, a mera palavra de ordem não seria suficiente para convencê-lo a mudar de ideia e passar a defender aquela pauta. Para isso, seria necessário uma conversa ou palestra mais

aprofundada, com apresentação de dados, exemplos e outros elementos que ajudassem a convencer aquelas pessoas da necessidade de sua palavra de ordem. Com isso, a ação combinada de agitação e propaganda ajuda as organizações a avançarem a sua influência junto à sociedade, seja em pautas específicas ou mesmo sobre sua linha política geral. Normalmente, a propaganda exige mais tempo e dedicação por parte das organizações.

As formas de propaganda são diversas, de conversas pessoais à realização de palestras, cursos de formação teórica e política, artigos em jornais e folhetos. O que define a propaganda é a sua capacidade de convencer, espalhar e fortalecer um conjunto de ideias, seja individual ou coletivamente. Para isso, dentro do marxismo, é fundamental que as ideias defendidas estejam ancoradas na realidade. No texto *Lênin, Propagandista e Agitador* de Nadejda Krupskaia (1939), ela afirma que "A arte de relacionar a teoria com a realidade viva, tornando compreensível, ao mesmo tempo, a teoria e a realidade circundante, é outra das características da propaganda leninista."

A ideia de que a agitação e a propaganda devem estar baseadas na realidade, apesar de parecer simples, é fundamental para fortalecer a concepção do jornal leninista como agitador e propagandista, em uma sociedade burguesa. Ele aparece como antítese, uma negação dos grandes meios de comunicação, sendo uma mídia genuinamente "contra-hegemônica".

> É evidente que os meios de comunicação são os instrumentos mais utilizados pelos detentores de poder econômico e político para tentar inculcar sua racionalidade de dominação sobre o restante da sociedade. Os meios de comunicação de massa são hoje, possivelmente, os aparelhos mais eficientes na tarefa de manutenção da hegemonia burguesa. (SILVA, 1982, p.8)

Abramo (2016) corrobora com essa acepção afirmando que a imprensa cria uma realidade sintética.

> A sociedade – é cotidiana e sistematicamente colocada diante de uma realidade artificialmente criada pela imprensa e que se contradiz, se contrapõe e frequentemente se superpõe e domina a realidade real que ele vive e conhece. (ABRAMO, 2016, p.38)

Com isso, Carlos Silva e Perseu Abramo fortalecem a noção do jornalismo como uma ferramenta classista, sendo os representantes dos interesses da classe burguesa nessa disputa justamente os grandes meios de comunicação, enquanto o jornal leninista se apresenta como representante dos interesses da classe trabalhadora.

2.2 - Autossustentação e Independência política

Independente de ser um jornal leninista ou não, qualquer mídia necessita de meios para se manter em circulação, recursos para impressão (em caso de jornais impressos) distribuição, contratação de pessoas responsáveis pela escrita, revisão e edição das matérias e demais materiais da mídia, sendo extremamente necessários para mantê-la ativa. Isso quando se fala de jornais que são, ou buscam ser trabalhados de maneira profissional.

É possível, claramente, que existam mídias sem o investimento direto na sua manutenção, se elas aparecem de maneira mais amadora, irregular e como fruto do trabalho de pessoas que possuam outra forma de sustentação. No entanto, o presente trabalho está levando em consideração as grandes mídias (manutenção da hegemonia) em contraste com o modelo de jornal leninista (contra-hegemônico). Ambas necessitam de um trabalho profissionalizado para cumprir seus objetivos políticos e sociais.

Como afirma Venício A. de Lima (2006), a sustentação material de um jornal, está indissoluvelmente ligada a sua orientação política, tornando visível que os interesses econômicos dos que os financiam, normalmente, coincidam com as suas posições políticas e ideológicas, tornando os grandes jornais, agentes da construção de uma hegemonia cultural na sociedade. Isso também vale para o jornal leninista:

> Um jornal comunista não deve jamais se tornar uma empresa capitalista como são os jornais burgueses pretensamente "Socialistas". Nosso jornal deve ser independente das instituições de crédito capitalistas. A organização ágil da publicidade por anúncios, que pode melhorar consideravelmente as condições de existência do nosso jornal, não deve ficar na dependência das grandes empresas de publicidade. (III INTERNACIONAL, 1921)

Ainda segundo o documento da III Internacional (1921), o tipo de jornal defendido por Lênin não existe para servir ao desejo sensacionalista e nem à diversão de um público variado. Não deve fazer concessões à pequena burguesia ou à burguesia, buscando criar uma rede de clientes. Ou seja, não deve se orientar política e ideologicamente pela busca de recursos para sua sustentação, deve ser independente financeiramente.

2.2.1 A sustentação dos grandes meios de comunicação brasileiros

As publicidades representam uma grande parte da receita dessas mídias, e a tendência dos últimos anos é de crescimento, de acordo com matéria do portal Terra:

> O mercado publicitário brasileiro movimentou aproximadamente R$ 74 bilhões em investimentos de compra de mídia em 2022, de acordo com o novo levantamento "Inside Advertising", da Kantar Ibope Media. O aporte anual feito pelas agências de publicidade teve crescimento nominal (ou seja, sem descontar a inflação) de 7,2% em relação ao total registrado no ano anterior - quando o setor havia investido R$ 69 bilhões no País (GONSALVES, 2023)

Dentro dessa publicidade, existe a pública, realizada por municípios, estados e a União, para campanhas de governos, e privada, realizada por empresas das mais diversas áreas do mercado. No financiamento público, fica mais clara a movimentação e a influência política por trás dos investimentos em cada veículo, pois além de termos uma maior facilidade em encontrar informações sobre os investimentos realizados, boa parte deles estão vinculados a campanhas abertas do governo.

A Instrução Normativa da Secretaria de Comunicação da Casa Civil da Presidência da República, de 2014, apresenta as diretrizes para o planejamento de ações de mídia, no seu Art.7º, afirmando que:

> I - usar critérios técnicos na seleção de meios e veículos de comunicação e divulgação; II - desconcentrar o investimento por meios e veículos; III - valorizar a programação de meios e veículos de comunicação e de divulgação regionalizados. (BRASIL, 2014)

Os critérios técnicos também são definidos na mesma Instrução Normativa, em seu Art.8º, sendo:

> I - utilizar pesquisas e dados técnicos de mercado para identificar e selecionar a programação mais adequada, conforme as características de cada ação publicitária; II - investimentos destinados a cada veículo devem considerar as respectivas audiências, embasados, sempre que possível, em dados técnicos de mercado, pesquisas e/ou estudos de mídia; III - orientar-se por uma programação abrangente sempre que existirem outros veículos com situação regular no Midiacad [sistema da Secom]. (BRASIL, 2014)

No entanto, a *Media Ownership Brasil* (2017) traz um exemplo claro de que os critérios seguidos estão mais vinculados aos interesses políticos do que ao seu caráter técnico. Em seu relatório de 2017, eles apresentam que, apesar dos critérios estabelecidos pela própria Secretaria de Comunicação da Casa Civil da Presidência da República:

> [...] o cruzamento dos dados de audiência e de alocação de publicidade revela amplas contradições com os pretensos critérios “técnicos”. Uma amostragem do nosso universo de veículos foi analisada em relação às discriminações de verba publicitária, com base em dados solicitados pela Lei

> de Acesso à Informação e organizados por jornalistas do site Poder360. Os dados revelam significativas distorções em 2016: como ilustração, a revista Veja (Grupo Abril) recebeu proporcionalmente 50% mais verba publicitária do que a proporção de sua audiência; o jornal O Globo (Grupo Globo), 66% a mais; a revista Época (Grupo Globo), 83% acima da audiência proporcional; e a rede de TV Band (Grupo Bandeirantes), 95% a mais. (Media Ownership Brasil, 2017)

Dessa forma, fica estabelecido que os grandes meios de comunicação concentram a maior parte do recurso público destinado à publicidade. Mas isso não se resume ao investimento em geral ou em momentos de suposta tranquilidade política. Pelo contrário, esse cenário se agrava quando o país passa por momentos de grandes debates e movimentações políticas, à exemplo do processo de *impeachment* da ex-presidenta Dilma Rousseff. Durante o período, a destinação de recursos públicos para jornais que apoiavam e defendiam, de maneira direta ou indireta, a retirada da então presidenta, cresceu enormemente.

O *blog* "O Cafezinho" realizou um levantamento de dados fornecidos pela Secretaria de Comunicação do Governo federal nos anos de 2015 e 2016, que demonstra o crescimento, em 2016, dos recursos destinados aos veículos que apoiaram o *impeachment* de Dilma Rousseff e a ascensão do governo de Michel Temer: A Folha de S. Paulo teve aumento de 121%, o jornal Estado de São Paulo, de 229%, a Revista Época, de 252%, a Revista Veja, de 489%, a TV Record, de 510%, e a Revista IstoÉ, de 1.384%.

Além disso, ainda segundo o mesmo *blog*, durante a campanha pela aprovação da Reforma da Previdência, proposta em 2017 por Michel Temer, foram utilizados R$100 milhões para defendê-la nas mídias. Esse valor representa mais da metade de todo o recurso aprovado para campanhas publicitárias no ano.

A análise desses dados nos permite dizer que não só os governos possuem interesse no posicionamento político desses grandes meios de comunicação, que concentram a maior parte da audiência no país, como também os próprios meios de comunicação se beneficiam dessas posições, seja pelo financiamento direto ou pelo interesse político de seus proprietários.

2.2.2 Como se sustentam os jornais leninistas?

No Iskra, a questão da sustentação material já se colocava como um desafio para o POSDR, no qual o próprio Lênin buscou apoio junto a aliados políticos dos comunistas russos, inclusive no exterior, como relatado no Livro "Lênin, sua vida e sua obra". No jornal "Pravda", do qual falaremos mais adiante, a mobilização em torno de sua autossustentação se tornou ainda mais conectada com a visão de Lênin sobre o tema.

> Lênin chegou a chamar o *Pravda* de "Grande iniciativa levada a cabo pelos operários petersburgueses". Os operários e operárias aplicavam seu dinheiro, contribuíam, para a impressão do jornal por que o consideravam como seu jornal. Em 1912, foram realizadas 620 aplicações em dinheiro; em 1913, foram 2.181; em 1914, foram 2.873 aplicações no *Pravda*. Lênin considerava essas aplicações de dinheiro como cotas de contribuição para o partido. (GOULD, 2019. "Do Pravda Bolchevique ao Jornal A Verdade". Site do Jornal A Verdade)

Em torno dessa maneira de sustentação, tão diferente dos grandes meios de comunicação, se percebe na prática a concepção política de um jornal que possa representar os interesses de seus associados, que se transforme em um instrumento de agitação e propaganda. Fica demonstrado que não só no trabalho de escrita e de circulação, mas também no próprio desafio de sustentar um periódico com essas características, se expressa a sua capacidade de mobilizar e coesionar as pessoas em seu entorno.

> Isto está provado pelo exemplo do Pravda[...] esses camaradas redigiam, editavam e distribuíam conjuntamente o jornal; a maioria entre eles economizando o dinheiro necessário para as despesas pelo trabalho e pelo salário de seu trabalho. O jornal, por seu turno, pôde lhes dar o que eles desejavam o que eles tinham necessidade nos momentos de luta e que hoje lhes serve ainda no trabalho e na luta. Tal jornal, com efeito, pode ser para os membros do Partido e para todos os operários revolucionários o que eles chamam "nosso jornal". (III INTERNACIONAL, 1921)

Além do apoio direto, em momentos de maior repressão por parte do regime czarista, os Bolcheviques chegaram a utilizar de formas ilegais de sustentação, como assalto a bancos e instituições financeiras ligadas ao governo autocrático. Essas operações buscavam fundos para a edição do órgão central do partido e também para outras tantas demandas financeiras do movimento.

Já o Jornal A Verdade possui algumas formas para garantir a sua autossustentação, sendo principalmente três, de acordo com o site da mídia: 1) A assinatura semestral (R$80,00) ou anual (R$150,00); 2) A propaganda feita por sindicatos e entidades de classe; 3) A venda do exemplar impresso (R$2,00). Além disso, também são aceitas e estimuladas as doações diretas para o periódico. Afora isso, a edição nº285 do periódico lançou uma campanha pelo

aumento da tiragem do jornal para 100 mil exemplares por mês, e nela foi apresentada a "assinatura militante", no valor de R$50,00, destinada aos militantes de alguma das organizações e movimentos que constroem o jornal.

É interessante ver como a discussão sobre a sustentação do veículo é debatida abertamente em suas páginas, convocando a militância a se debruçar sobre a questão e desenvolvê-la em conjunto com o jornal. O sentimento de "nosso jornal" descrito pela III Internacional faz-se presente. Ainda na sua edição nº 285, temos o seguinte trecho:

> Para levantar as condições materiais necessárias para esse crescimento, chamamos toda a militância que constrói o jornal nas fábricas, empresas, bairros, ocupações, favelas, escolas e universidades, nos meses de janeiro e fevereiro realizar a sua assinatura militante, no valor de R$50,00. De fato, a conta é simples: se 500 militantes fizerem sua assinatura, teremos R$25 mil no caixa do jornal; se forem 1.000 militantes, teremos R$50 mil, e assim sucessivamente. (REDAÇÃO, 2024)

Desse modo, a venda dos exemplares físicos é feita por esses militantes, tanto de maneira individual, como em brigadas coletivas — das quais essa pesquisa debruça-se mais adiante —, sendo responsável por uma parte significativa da sua sustentação. Em reunião realizada em agosto, com os articuladores do jornal em cada estado, foi apresentado que naquele momento, a tiragem era de 63 mil exemplares por mês, ou 31.500 por edição quinzenal.

Além disso, os estados que trabalham com o Jornal A Verdade, ao receberem, por exemplo, 1.000 exemplares, deverão prestar conta de R$1,50 por exemplar, sendo os outros R$0,50 utilizados para cobrir os custos operacionais dentro do próprio Estado, como o envio de exemplares para as diversas cidades onde atuam ou a estruturação das brigadas populares de venda do jornal.

São por esses meios que o A Verdade mantém a sua circulação no país, aumentando sua tiragem com o passar dos anos, enquanto outros tantos jornais fecham as portas de seus periódicos impressos, como o caso do Diário do Nordeste, que deixou de circular em 2021. De acordo com o portal "Poder 360", em 2022 a quantidade de jornais impressos em circulação diminuiu 16,1%, em média, e em relação ao início de 2018, a diminuição foi de 53,3%. No final do ano de 2022, a quantidade de exemplares impressos dos 15 principais jornais era de 394.130, enquanto em 2018, a quantidade chegava a 843.231.

2.3 - Hegemonia e a Contra-hegemonia do jornal leninista

Como afirmado por Gramsci, a hegemonia é estabelecida por uma classe (ou conjunto de classes), ao possuir o domínio econômico e político-ideológico daquela sociedade. Essa hegemonia no sistema capitalista pertence à burguesia, como afirmado por Karl Marx (2001). Ainda segundo o comunista alemão, os ideais e concepções da classe dominante são justamente as ideias dominantes na sociedade; ou seja, a classe dominante da sociedade tem a força material e a intelectual dominantes.

Para o marxismo, a realidade deve ser analisada com uma base materialista dialética, que significa entender as relações de produção e o modo de produção como a base para o surgimento dos elementos ideológicos, sociais e culturais, além de sempre entender a sociedade como algo em constante transformação, a partir de suas contradições internas. Para citar mais uma vez a ideologia alemã, é preciso ir "da terra aos céus", ou seja, buscar na realidade material, a raiz das ideias.

Por isso, a hegemonia ideológica pertence àquele grupo que possui o controle econômico e político da sociedade, pois é ele que detém os meios para melhor propagar as suas ideias, por meio de filmes, novelas, séries e também pelos grandes meios de comunicação, que, como é visto, estão à sua disposição.

> Não é necessário estender-se na demonstração de que, na sua imensa maioria, os principais órgãos de comunicação no Brasil de hoje são propriedade da empresa privada. Também não é necessário demonstrar o grau de controle que as empresas exercem sobre a produção, de onde é possível concluir que são os proprietários das empresas de comunicação os principais – embora não os únicos – responsáveis pela deliberada distorção da realidade pela manipulação das informações. (ABRAMO, 2006)

Por concentrarem a maioria absoluta da audiência, é possível que consigam controlar uma grande parte das informações que chegam até as pessoas. Mas mesmo assim, é comum ouvir que o jornalismo deve ser imparcial e objetivo, e com isso, não tomar um lado em momento algum. Porém, Abramo (2016) lança o questionamento: "Por que os empresários da comunicação manipulam e torcem a realidade?".

No texto de Abramo ainda são apresentadas as possibilidades de que sejam: 1) Imposição dos anunciantes (privados ou públicos); 2) A vontade do lucro. Apesar de afirmar

que ambas as possibilidades são fatores que influenciam na manipulação, o autor conclui que a questão central não é essa.

> É evidente que os órgãos de comunicação e a indústria cultural de que fazem parte, estão submetidos à lógica econômica do capitalismo. Mas o capitalismo opera também com outra lógica – a lógica política, a lógica do poder – e, é aí, provavelmente que vamos encontrar a explicação da manipulação jornalística. (ABRAMO, 2006)

Continuando o raciocínio, chega-se à ideia de que esses meios de comunicação se tornaram "órgãos político-partidários". Embora a definição de partido aqui esteja mais vinculada a de defesa dos interesses políticos de uma classe e não no significado estrito de partido, é importante perceber que dessa maneira, os grandes meios de comunicação também fazem o seu trabalho de "agitação e propaganda", embora não atuem como organizadores coletivos, como o leninista.

De um lado ou de outro da luta de classes, os jornais cumprem um papel fundamental na disputa ideológica da sociedade. De um lado, para a manutenção do sistema vigente, e do outro, para sua superação, não só ideológica, mas principalmente econômica e política. E com a distorção da realidade, apresentada por Perseu Abramo (2016), os jornais "contra-hegemônicos" devem atuar para demonstrar essas distorções, além de disputar a consciência social.

Como apresentado, as distorções cumprem um papel de ajudar na tentativa de fortalecer as bases da sociedade capitalista, de manutenção da classe dominante no poder, de sua hegemonia. Portanto, ao disputar essa hegemonia, podemos levar em conta a frase de Marx (2006): *"É o dever da imprensa, tomar a palavra em favor dos oprimidos à sua volta[...]O primeiro dever da imprensa é minar todas as bases do sistema político existente".*

A mídia contra-hegemônica deve, portanto, ligar sua atuação a outras formas de disputa pela hegemonia, entendendo que a ideologia está sujeita às relações sociais e econômicas na sociedade. Sobre isso, Carlos Eduardo da Silva comenta que:

> A luta pelas mudanças nos meios de comunicação e na vida cultural tem que estar articulada a outras práticas, projetos e organismos que lhe possam dar eficácia política. Embora possa não ser o único organismo capaz de conferir unidade a tais projetos e práticas, o partido político é uma das melhores alternativas com que contam as classes subalternas para construírem a sua hegemonia. Portanto, a questão do partido político também não pode ser deixada de lado quando se faz a análise do problema da comunicação, hegemonia e contra-informação. (SILVA, 1982, p.22)

Com isso, se abrange a compreensão sobre os meios de comunicação e o papel de uma mídia que se propõe a disputar ideologicamente a sociedade. A visão marxista sobre essa disputa apresenta que é necessário, ao questionar os grandes meios de comunicação, questionar também o sistema em que estão inseridos. Logo, no contexto do capitalismo, é necessário questionar as suas bases.

> Finalmente, todas essas ideias aqui alinhavadas têm entre seus principais objetivos o de reforçar a tese de que a discussão sobre os meios de comunicação não pode ser encarada como uma discussão apenas superestrutural. Não se está se tratando, quando se trata deles, apenas de uma questão ideológica, mas, sim, está-se levando ao fundo o problema da organização social e econômica. (SILVA, 1982, p.22)

Por isso, a concepção de Lênin sobre o papel do jornal condiz perfeitamente com o significado do que deve ser uma mídia contra-hegemônica. Ao fazer o debate ideológico, agitar as demandas concretas dos trabalhadores, propagandear uma nova forma de se organizar, tanto como partido, quanto como sociedade, o jornal questiona a classe dominante e sua hegemonia, não só ideológica e cultural, mas também econômica e política.

3. A HISTÓRIA DO JORNAL A VERDADE

Neste capítulo, é apresentada a história do Jornal A Verdade, trazendo a origem da sua organização fundadora, o Partido Comunista Revolucionário (PCR). Além disso, tratar da sua fundação e de seus objetivos, trazendo os elementos sobre a sua adaptação às redes sociais e a mudança para uma mídia que não mais se apresenta de maneira mensal, na sua versão impressa, e sim com a periodicidade quinzenal.

Por meio disso, o trabalho busca apresentar as bases históricas que fundamentam o surgimento do Jornal A Verdade, apresentando a mídia não como a vontade individual de algumas poucas pessoas, mas como resultado de décadas de experiência das organizações que a constroem e de mais de um século de experiência do movimento operário no Brasil e no mundo.

> Em outras palavras, a classe operária necessita de uma imprensa oposta – por seu caráter, por seu conteúdo e por sua linha política e ideológica – à imprensa burguesa. Ou seja, uma imprensa que expresse a concepção marxista do mundo e da luta de classes. É com este compromisso que nasce A VERDADE… ("Quem somos". Site do Jornal A Verdade)

Ao final, são apresentadas algumas das edições publicadas durante o período da pandemia de Covid-19, buscando observar na prática, como o periódico se comportou em um momento de grande agitação política no país, nos últimos anos. Para isso, foi utilizado o acervo digital disponibilizado pela redação nacional do A Verdade.

3.1 - O Partido que fundou o Jornal A Verdade

O periódico foi fundado pelo Partido Comunista Revolucionário (PCR), partido político que surgiu em 1966, durante o período da ditadura militar no país. A organização reivindica o marxismo-leninismo como filosofia e política de atuação. Essa linha de pensamento foi fundada por Karl Marx e Friedrich Engels, sendo desenvolvida por Vladimir Ilyich Ulianov, conhecido popularmente como Vladimir Lênin.

> O Partido Comunista Revolucionário é fruto da tradição política nascida na Europa em meados do século XIX, em particular após a publicação do Manifesto do Partido Comunista, em 1848, e presente no Brasil desde a

> década de 1920: a tradição dos Partidos Comunistas. (http://pcrbrasil.org/pcr/historia)

O pensamento marxista-leninista influenciou diversas revoluções e movimentos populares no século XX, a exemplo tem-se a Revolução Russa (1917), a Revolução Chinesa e Cubana (1949 e 1959, respectivamente), a libertação de Guiné-Bissau (1973), entre outros processos de revolta popular. No contexto da luta de libertação, Amílcar Cabral, revolucionário da libertação de Guiné Bissau, afirmou que o marxismo-leninismo é uma ferramenta crucial para entender a dinâmica da opressão e da luta de classes, apontando: "O marxismo-leninismo nos ensina que a luta de classes é o motor da história, e que a luta anti-imperialista e anti-colonial deve ser entendida como a luta de classes em nível global" (CABRAL, 1980, p. 129).

O PCR surge após o rompimento de alguns militantes do Partido Comunista do Brasil (PCdoB), no ano de 1966. No site da agremiação, está colocado:

> Fundado em maio de 1966, em Recife, o Partido Comunista Revolucionário (PCR) foi organizado por um grupo de militantes egressos do PCdoB, descontentes com os rumos que este tomava. Desde o primeiro momento, o PCR enfrentou uma encarniçada luta contra os desvios do leninismo no movimento comunista internacional: de um lado, o revisionismo soviético, do outro, o misto de esquerdismo e conciliação do Partido Comunista Chinês. (pcrbrasil.org/pcr/historia)

Sua atuação foi principalmente no campo e no meio estudantil, em que seus militantes defendiam a luta armada e a construção de um movimento de massas, como forma de derrubar a ditadura militar, instaurada em 1964, após um golpe de estado que depôs o presidente João Goulart e colocou o general Humberto Castello Branco no poder.

> O PCR se implanta, sobretudo, nas capitais e na zona canavieira dos estados de Alagoas, Pernambuco, Paraíba e Rio Grande do Norte. Passa um período de cerca de sete anos com forte atuação na luta de resistência armada à ditadura militar, promovendo diversas ações de massas como panfletagens nas portas de fábricas e greves e passeatas estudantis, além de ações clandestinas como assaltos a quarteis e incêndios de canaviais. (pcrbrasil.org/pcr/historia)

Já na década de 70, o partido enfrenta o assassinato de grande parte de seus dirigentes nacionais. Manoel Lisboa de Moura, Emmanuel Bezerra dos Santos, Manoel Aleixo, Amaro Luiz de Carvalho e Amaro Félix são capturados, torturados e mortos pela ditadura. Com isso, a maioria dos seus membros fundadores é vítima do regime.

> No dia 22 de agosto de 1971, Amaro Luiz de Carvalho é executado, dois meses antes de quando sairia da Casa de Detenção do Recife, onde cumpria pena. Entre os anos de 1971 e 1972, outro líder camponês do PCR é assassinado: Amaro Félix Pereira. E em agosto/setembro de 1973, as forças

> policiais capturam, torturam e matam três outros destacados dirigentes do Partido: Manoel Lisboa de Moura, Emmanuel Bezerra dos Santos e Manoel Aleixo. (pcrbrasil.org/pcr/historia)

De acordo com a seção que conta a história da organização, a perda representou um abalo na estrutura do partido, na capacidade de mobilização e condução política durante a ditadura militar, principalmente na figura de seu principal dirigente, Manoel Lisboa. Apesar disso, o trabalho dentro do movimento estudantil universitário avançou e se consolidou na região nordeste do país.

> Mesmo assim, durante toda a década de 1970, o PCR atua decisivamente no movimento estudantil universitário, dirigindo, em Pernambuco, os Diretórios Centrais das principais universidades, além da União dos Estudantes de Pernambuco (UEP). O PCR também cumpriu um destacado papel na reconstrução de outros DCEs no Nordeste e na mobilização para a reconstrução da União Nacional dos Estudantes (UNE), que se concretizou em 1979, chegando à vice-presidência da entidade, em 1981, representado pelo camarada Luiz Falcão, hoje editor do jornal A Verdade. (pcrbrasil.org/pcr/historia)

Uma informação interessante a ser mencionada é que esse avanço dentro das universidades nordestinas, atraiu e recrutou o jovem Luiz Falcão, atual editor-chefe do Jornal A Verdade. Esse estudante viria a se tornar um dos principais articuladores do periódico no final da década de 90, trazendo consigo a experiência de luta contra a ditadura militar e de décadas de organização partidária, o que influenciou na construção de um caráter leninista ao jornal.

Outro momento marcante na história do PCR, foi em 1978, com a prisão do estudante da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Edival Nunes da Silva (Cajá), líder do partido e membro do movimento estudantil da UFPE. Cajá foi preso e torturado, gerando indignação e mobilização em todo o país.

> *Eu digo isso dos nossos, porque fui preso um tempo depois, e encontrei os mesmos torturadores. E encontrei, e como não puderam fazer tanto quanto fizeram com os outros comigo, ficaram muito indignados e desabafavam, espumavam de raiva, por conta da greve, que terminou, por isso só me torturaram três dias e depois de três dias a greve estourou na universidade, com 12 mil alunos em greve, e espalhou até o Paraná*. (Cajá, depoimento na 70ª Audiência Pública da Comissão da Verdade do Estado de São Paulo "Rubens Paiva", 2013)

As mobilizações estudantis e da organização, tiveram resultados concretos na situação do estudante.

> Ao fim da primeira semana, foram suspensas as torturas físicas, mas Cajá ainda permaneceu preso até o dia 01 de novembro. Já no dia 21 do mesmo

> mês, voltou a ser preso por conceder entrevistas denunciando as torturas que sofreu, e só voltou a ser solto no dia 01 de junho do ano seguinte. Cajá é hoje presidente do Centro Cultural Manoel Lisboa, de Pernambuco. (pcrbrasil.org/pcr/historia)

Com o início da década de 1980, o partido decidiu adotar a estratégia de se juntar à outra organização, o Movimento Revolucionário 8 de Outubro (MR-8), visando *"melhor se articular nacionalmente para realizar sua agitação política e um trabalho de massas mais amplo, visando a unidade das forças comunistas brasileiras"*(pcrbrasil.org/pcr/historia). A fusão das duas organizações durou até o ano de 1995.

O rompimento acontece devido à divergências entre os núcleos originais de cada organização. O núcleo do PCR decide se separar e refundar o partido.

> […] essa nova organização agora surgida não conseguiu dar conta de suas tarefas e pouco a pouco foi se afastando dos princípios revolucionários, da forma leninista de Partido e conciliando com os interesses de uma suposta burguesia nacional anti-imperialista. (pcrbrasil.org/pcr/historia)

No mesmo momento de refundação do partido, é optado pela criação da sua juventude partidária, a União da Juventude Rebelião (UJR). É somente no segundo congresso do partido, em dezembro de 1998, que eles decidem criar o periódico "A Verdade".

3.2 - A criação do "A Verdade" em 1999.

O jornal tem o seu nome em homenagem ao periódico bolchevique "Pravda", que significa "A Verdade" em russo. O Pravda foi o jornal bolchevique[1], fundado em 1912, após o rompimento definitivo entre o grupo e os mencheviques[1]. Sendo um jornal diário, ele foi responsável por uma grande agitação política nos anos de 1912 e 1913.

> O *Pravda* foi o primeiro diário do Partido Bolchevique, após a Conferência de Praga, em 1912, que separou definitivamente bolcheviques e mencheviques. Sua primeira edição foi impressa na madrugada entre os dias 21 e 22 de abril (4 e 5 de maio), quando, na gráfica onde se imprimiu o diário, chegaram operárias e operários, enviados pelas organizações do partido em São Petersburgo para buscar e distribuir o jornal para o conjunto

---

[1] [1] Na VI Conferência geral do Partido, realizada em Praga, os bolcheviques expulsaram os mencheviques da organização, por considerarem que esse grupo traiu o movimento operário nos anos anteriores, agindo de maneira oportunista. Esse episódio é relatado no capítulo IV do livro "História do Partido Comunista (Bolchevique) da URSS"

> da classe operária da capital. (GOULD, 2019. "Do Pravda Bolchevique ao Jornal A Verdade". Site do Jornal A Verdade)

Segundo entrevista realizada para essa pesquisa com Raphael Almeida, articulador do trabalho entre a União da Juventude Rebelião (UJR), o Jornal A Verdade surge com o objetivo de ser um jornal leninista, que pudesse cumprir os objetivos estabelecidos por Lênin, no Brasil. Para atender às expectativas de um periódico com esse teor político era necessário que fosse um agitador e propagandista das necessidades mais urgentes da classe trabalhadora brasileira e das ideias do socialismo, um "Jornal dos trabalhadores na luta pelo socialismo", como escrito no slogan da mídia.

A decisão tomada pela criação do periódico foi seguida de um processo de mobilização da militância, tanto do partido, quanto dos movimentos que o constróem. Os desafios, segundo Almeida, foram diversos. Da estruturação material para o lançamento, da organização dos militantes do jornal para garantir a sua distribuição pelos locais onde seriam vendidos, entre outros. O partido convocou a sua militância a organizar a "rede de agentes" que falava Lênin, que pudessem cumprir com essa tarefa. De início a partir de seus próprios militantes e coletivos, mas se desenvolvendo a cada dia, buscando ampliar cada vez mais essa rede ao aprofundar a intervenção do jornal na sociedade. Para isso, foi lançada uma campanha de venda de "bônus", que funcionou como uma campanha de financiamento coletivo. O objetivo, de acordo com Raphael era financiar os dois primeiros números do periódico, e a partir disso, a própria venda dos exemplares financiaria a impressão das edições seguintes.

O objetivo da campanha de financiamento foi a de conseguir 1.000 doações no valor de R$1,00, 100 de R$5,00 e 100 no valor de R$10,00, para arrecadar o valor total de R$2.500,00. Com a mobilização, foram arrecadados os recursos necessários para a impressão da primeira edição do periódico. A mídia deixa registrado o seu agradecimento a todos que contribuíram durante esse processo, na seção "Quem somos", no site do jornal.

> Por fim, nós que fazemos A VERDADE, gostaríamos de agradecer a todos que apoiaram a construção de nosso jornal com a compra do bônus. Graças a esse apoio, nosso projeto tornou-se realidade. ("Quem somos", site do Jornal A Verdade)

Logo depois foi impressa a primeira edição do Jornal A Verdade, em dezembro de 1999, com a manchete "FHC: o professor que virou um grande fazendeiro". O artigo denunciava o governo do então presidente, Fernando Henrique Cardoso. Na primeira tiragem, foram impressos 1.500 jornais, distribuídos em 5 estados diferentes do país. Nos seus primeiros anos, o valor de cada exemplar era de R$1,00.

Atualmente, o jornal é dividido em alguns principais cadernos, como: 1) Brasil; 2) Internacional; 3) Mulheres; 4) Luta popular; 5) Juventude; 6) Trabalhador Unido; 7) Cultura; 8) Saúde; 9) História. Além disso, em algumas edições, são publicadas cartas de leitores, tanto sobre o jornal em si, quanto relatos pessoais sobre as dificuldades enfrentadas.

O jornal foi impresso com uma periodicidade mensal durante os primeiros 22 anos de existência, somando, ao todo, 248 edições impressas, durante esse período. Além das matérias, o A Verdade reproduziu artigos e textos de formação marxista visando a difusão e a promoção da teoria marxista-leninista. O periódico chegou a publicar, capítulo por capítulo, as obras "O Estado e a Revolução" e "As três fontes e as três partes constitutivas do marxismo", obras de Vladimir Lênin.

A Redação Nacional do Jornal A Verdade é o grupo responsável por editar o jornal, além de escrever as principais matérias para o jornal impresso. Esse grupo é formado por um grupo de militantes escolhidos pelos movimentos sociais que constroem o jornal, normalmente composta por sete pessoas, sendo dirigida por Lula Falcão, redator-chefe do periódico. O jornal trabalha para que cada vez mais os militantes da redação possam se dedicar integralmente ao trabalho da mídia, profissionalizando cada vez mais a sua atuação enquanto redação nacional.

O processo de produção do jornal é coordenado por esse grupo. Tudo começa com a seleção de artigos e matérias enviadas pelos militantes ao redor do país ou pelas redações estaduais. Realizada a seleção, o jornal é diagramado e enviado para gráficas nos estados de São Paulo e Recife (sede nacional do jornal). Após a impressão dos exemplares, cada gráfica envia as cotas estabelecidas para os estados. A de Pernambuco envia para os estados do nordeste e norte, enquanto a de São Paulo encaminha para o restante do país.

Em abril de 2022, a tiragem que começou em 1.500 jornais, circulando em cinco Estados, subiu para 18.500, com presença em 20 Estados brasileiros. Em sua edição nº249, impressa no mês de maio de 2022, o Jornal deixa de aparecer de mês em mês, passando a ter uma periodicidade quinzenal. Esse objetivo já era apresentado, desde a sua fundação.

3.3 - O Jornal A Verdade se torna quinzenal.

A passagem de uma periodicidade mensal para quinzenal representou uma vitória para aqueles que constroem o A Verdade. E para seus editores, representou mais do que uma conquista de apenas alguns, mas sim o resultado político de uma maior organização dos trabalhadores brasileiros.

> A Verdade quinzenal é uma vitória da imprensa popular e socialista, uma vitória de todos que nessa caminhada trabalharam para que este sonho se tornasse realidade, uma vitória principalmente para os oprimidos e explorados que terão um jornal ainda mais incansável na denúncia dos opressores, sempre erguendo a bandeira da revolução e do socialismo. (REDAÇÃO, 2022. "Chegou A Verdade quinzenal". Site do Jornal A Verdade)

Dentro da perspectiva leninista, o aumento da tiragem representa também um avanço na organização do partido e na capacidade do periódico de cumprir os seus objetivos políticos e ideológicos. Do ponto de vista da agitação e da propaganda, a mudança possibilita com que se dê respostas mais rápidas aos acontecimentos da conjuntura nacional e até mesmo internacional, sem ser necessário esperar todo um mês para isso. Além disso, dá as condições de melhor trabalhar os temas em cada edição, sem existir um "acúmulo de temas" em um mês de maior movimentação. Mas o ganho não está somente no aspecto da agitação e da propaganda, há também o avanço do papel do jornal enquanto um organizador coletivo.

*"*Com o jornal quinzenal, precisamos trabalhar na sua distribuição com uma maior frequência entre a nossa própria militância, estimulando as reuniões e as discussões em torno da linha política do partido, esse ritmo nos impulsiona para frente*"*, diz Raphael Almeida. Com isso, o jornal abraça a mudança na periodicidade como um desafio e ao mesmo tempo como uma oportunidade.

Uma observação importante é que depois de 22 anos, além da tiragem e da periodicidade, o avanço também é observado na mobilização em torno do A Verdade. Não só leitores e compradores, pessoas que escrevem regularmente para o jornal, tiram fotos, fazem entrevistas e coberturas de maneira voluntária também aumentaram.

> Como tem apoio entusiasta de seus leitores, A Verdade conta ainda com diversos colaboradores que escrevem textos e mandam fotos. Além disso, A Verdade dispõe de centenas de brigadistas, militantes do PCR, da UP e dos movimentos sociais que garantem que ele chegue às mãos do povo. (REDAÇÃO, 2022. "Chegou A Verdade quinzenal". Site do Jornal A Verdade)

No entanto, esse aumento não foi fruto somente do gradual desenvolvimento das vendas do periódico, até que atingisse um equilíbrio financeiro que pudesse sustentar a impressão quinzenal.

> *A vitória do jornal quinzenal foi um objetivo perseguido por muitos anos, pelas organizações que constroem o JAV, mas também uma necessidade do movimento histórico que vivemos. O avanço do fascismo precisa ser respondido pelo avanço dos comunistas em todos os setores da sociedade.* (Raphael Almeida, entrevista)

Para isso, além de todo o trabalho com o jornal, a organização realizou um conjunto de atividades políticas para preparar a militância para o momento em que a periodicidade seria alterada. Essa preparação aconteceu no campo do controle financeiro e logístico, no debate político sobre o papel do jornal e também na tarefa de cada militante e apoiador neste processo.

> Mas a vitória de A Verdade se transformar num jornal quinzenal não caiu do céu. Foi fruto de um trabalho coletivo e planejado. Um importante Ativo Nacional de Agitação e Propaganda foi realizado no mês passado com dezenas de militantes, além dos ativos estaduais que se seguiram. Semanalmente, a Redação Nacional se reúne, debate as matérias, distribui entre os editores e prepara a próxima edição. (REDAÇÃO, 2022. "Chegou A Verdade quinzenal". Site do Jornal A Verdade)

Em 2024, são mais de dois anos que essa mudança ocorreu. Hoje, o jornal circula em 24 estados e no distrito federal, não chegando somente nos estados do Acre e Rondônia, possuindo uma tiragem atual de quase 70 mil exemplares por mês. Como visto, esse aumento acontece em um momento de diminuição da tiragem de outros jornais da mídia hegemônica, à exemplo do Diário do Nordeste.

No entanto, para o Jornal A Verdade, o objetivo não é se manter quinzenal e sim crescer ainda mais o seu trabalho, podendo se tornar semanal e por fim, um jornal diário, como era o Pravda dos bolcheviques. *"*Ao entendermos que além de as organizações construírem o jornal, também serem construídas e impulsionadas por eles, vemos que o crescimento do trabalho do jornal nos ajuda a crescer o trabalho político de cada coletivo que se lança à essa tarefa*"* comenta Raphael Almeida.

Com isso, manter o jornal circulando, realizar a sua venda, escrever os textos para a edição impressa e para o site, é um desafio que traz consigo os resultados políticos estipulados por Lênin e que estão presentes na fundação do Jornal A Verdade.

3.4 - Trabalho digital do A Verdade e o jornal impresso.

Como apresentado pelo portal "Poder 360", existe hoje uma tendência crescente na redução da circulação de jornais impressos no Brasil, isso acontece em conjunto com o crescimento das redes sociais como fonte de informação para uma enorme parcela da população brasileira. De acordo com pesquisa realizada pela Kaspersky (2021), 71% dos brasileiros recorrem às redes sociais como fonte de informação.

Em um cenário como esse, somado ao fato de que a manutenção de jornais digitais é mais barata, os meios de comunicação são levados a optarem por encerrar ou reduzir suas tiragens impressas e migrarem quase completamente para o formato digital, em seus sites, em conjunto com as redes sociais de maior utilização por parte do público.

Para o Jornal A Verdade, a lógica seguida foi outra:

> Se o jornal A Verdade tivesse edições exclusivamente eletrônicas, estaria sujeito ao risco de censura, bloqueio ou banimento por parte das grandes empresas de comunicação, especialmente dos monopólios das plataformas digitais (Instagram, X, etc.). Sendo um jornal impresso, ele permanece vivo nas ruas, passando de mão em mão, e, assim, não é possível apagar sua existência. Nas brigadas, é comum vermos pessoas carregando seus exemplares, lendo-o, folheando-o. Um trabalhador que compra um jornal em seu intervalo de almoço, volta para seu local de trabalho e mostra o jornal a seus colegas. Isso dá ainda mais sentido a nossa luta revolucionária pelo socialismo. (MELMAN, 2024. "O Jornal é uma ferramenta militante dos revolucionários." Site do Jornal A Verdade)

Ainda assim, o A Verdade não deixou de estar presente nas principais redes sociais. Ao entrar nos perfis do periódico nas redes X (antigo Twitter), Facebook, Youtube e Instagram, foi identificado que em todas ele apresenta milhares de seguidores. Além disso, no Instagram e no Youtube, o jornal pôde estender sua produção, ao conter vídeos de cobertura de atos e greves, cursos de formação ou debates sobre o marxismo e a conjuntura nacional e internacional.

E mesmo com a ascensão das mídias digitais, para a militância do A Verdade, o jornal impresso não deve ser deixado de lado, descontinuado ou colocado em segundo plano. Raphael afirma que *"Um jornal impresso nos coloca para conversar com as pessoas, tanto individualmente, quanto nas brigadas, debater os jornais em nossas reuniões em coletivos"*. O jornal impresso coloca as suas organizações em movimento, seja para sua confecção e

circulação ou para a manutenção material de uma mídia que se propõe a não seguir a lógica do lucro.

Em outro artigo presente no site, é reforçado que seu formato impresso também se trata de uma questão de democratização do acesso à informação.

> Que a saída dos grandes jornais da mídia impressa é mais uma tentativa de diminuir o acesso das pessoas à informação já está mais do que claro e evidente, já que boa parte da população não tem acesso à internet – segundo a pesquisa TIC Domicílios 2019, um quarto da população não tem internet em casa, o que corresponde a mais de 50 milhões de pessoas. (BARROS, 2023. "A importância do jornal impresso para a democratização da mídia". Site do Jornal A Verdade)

Além de descentralizar o acesso à informação e cultura, que normalmente é concentrado nas mãos das poucas famílias que controlam os grandes meios de comunicação.

> Com essa virtualização das coisas, todo o conteúdo cultural e informativo fica na mão das grandes empresas: filmes, jogos, documentários, livros, mapas, músicas, jornais, revistas, programas de rádio, etc. (BARROS, 2023. "A importância do jornal impresso para a democratização da mídia". Site do Jornal A Verdade)

Desse modo, vemos que para a equipe do periódico, não se trata de escolher um formato ou outro, e sim de ocupar o máximo de espaços possíveis, seguindo a lógica de disputar ideologicamente cada um desses locais, considerando as limitações políticas de cada forma de comunicação. Além de entender o formato impresso do jornal como uma decisão política para fortalecer a disputa pela hegemonia.

3.5 - Posições do “A Verdade” sobre a pandemia de COVID-19.

A pandemia de Covid-19 durou três anos, do início de 2020 até maio de 2023, em que foi declarado, pela Organização Mundial de Saúde (OMS), o fim do período. No Brasil, o estado de emergência durou de fevereiro de 2020 até maio de 2022. De acordo com dados oficiais do Ministério da Saúde, foram mais de 39 milhões de casos, resultando na morte de mais de 700 mil pessoas. Durante toda a pandemia, o governo federal estava sendo dirigido pelo ex-presidente Jair Bolsonaro.

Durante esse período de emergência, o Jornal A Verdade não deixou de publicar nenhuma de suas edições impressas, apesar das dificuldades enfrentadas. Foram impressas 23

edições mensais, da nº226 até a nº248. Após a última dessa fase, a tiragem tornou-se quinzenal. Referente a atuação do A Verdade durante esse período, o objetivo deste subtópico é tratar da visão que o jornal possui sobre o que significou a crise sanitária em seus aspectos políticos e sociais, além de apresentar o "Programa de formação na quarentena" proposto e acompanhado nas redes sociais da mídia.

3.5.1 - O que pensa o Jornal A Verdade sobre a pandemia

A primeira edição a tratar do tema, foi a nº226, que teve como manchete a frase *"Saúde pública, emprego e moradia são direitos do povo brasileiro"*. No artigo, escrito pelo redator-chefe do jornal, Luiz Falcão, é realizada uma profunda denúncia sobre o sistema capitalista e a sua ligação com o surgimento da pandemia e as dificuldades em se lidar com ela nos principais países do mundo.

> Desde a crise mundial do capitalismo, em 2008, a União Europeia, o Banco Central Europeu e os governos desses países vêm adotando os chamados "planos de austeridade", que cortam investimentos sociais com o objetivo de pagar as dívidas públicas e garantir rios de dinheiro para subsidiar bancos e monopólios privados, jogando, assim, a crise nas costas dos trabalhadores. Resultado: os governos estabeleceram reformas econômicas que privatizaram vários serviços essenciais, eliminaram direitos dos trabalhadores, achataram os salários, reduziram o valor da aposentadoria e cortaram verbas da educação e saúde. (FALCÃO, ed.226 do A Verdade)

Além do cenário internacional, em vários textos publicados no site do jornal, há a denúncia sobre o sucateamento do Sistema Único de Saúde (SUS), que já vinha sendo feita há anos em artigos presentes no impresso e no site. Com a pandemia, a denúncia toma uma outra proporção, devido ao aumento exponencial da necessidade de estrutura e financiamento da saúde, para lidar com a pandemia. A exemplo disso, temos o seguinte recorte do artigo online "Incompetência de Bolsonaro deixa os pobres mais vulneráveis ao Coronavírus":

> Primeiramente, teremos que lidar com os resultados do desmonte da Saúde Pública que vem sendo implementado pelo Governo Bolsonaro, o qual vem desde o início do Governo Temer, e que já retirou centenas de milhões de reais dos cofres do SUS por conta da emenda constitucional do Teto de Gastos, que bloqueia o aumento da verba para a saúde e outras áreas por 20 anos. Isso acarretou na demissão de profissionais da Saúde e na desestruturação de unidades hospitalares por todo o país. Hoje, nenhum estado brasileiro tem leitos de UTI suficientes para lidar com uma pandemia desta proporção. (ASSIS, ANNUNZIATA, 2020. "Incompetência de Bolsonaro deixa os pobres mais vulneráveis ao Coronavírus". Site do Jornal)

Nesse contexto, a orientação geral da OMS era de que todos deveriam estar em quarentena, ou seja, permanecerem em suas casas para evitar a maior proliferação do vírus.

No entanto, as pessoas necessitam de renda para continuar comprando comida, pagando suas contas e outros gastos básicos para a sobrevivência. Com isso, foi aprovado, pelo Congresso Nacional, um auxílio de R$600,00 para ajudar na manutenção dessas pessoas.

Para o Jornal A Verdade, o governo Bolsonaro trabalhou para dificultar o acesso a esse recurso, além de estabelecer outras prioridades para o dinheiro público, como o pagamento da dívida pública.

> Na realidade, o governo age de todas as formas para atrasar este pagamento aos mais vulneráveis, visando a guardar dinheiro para pagar a chamada dívida pública. Mais grave: 46 milhões de brasileiros tiveram o direito negado por não ter conta em banco, CPF ativo ou não conseguir fazer sua inscrição corretamente. Muitos, inclusive, não têm acesso à internet, mas estão desempregados, são diaristas, trabalhadores informais, pessoas que ficaram sem renda por causa da pandemia e dependem dessa ajuda para se alimentarem. Como sobreviverão esses milhões de brasileiros e brasileiras sem o auxílio? Será que a pessoa deixa de ser um trabalhador ou trabalhadora desempregada, deixa de ser gente, por não ter uma conta em um banco? Para Bolsonaro, sim. (FALCÃO, 2020. "Governo impede milhões de pessoas de receberem auxílio emergencial". Site do Jornal A Verdade)

Nos textos citados acima, é visível a oposição que o veículo faz ao governo Bolsonaro e as suas ações durante a pandemia. Não existe, portanto, nenhuma intenção de esconder a posição da redação ou de outras pessoas que escreveram textos para o jornal durante esse período. No site, são centenas de conteúdos sobre o tema, abordando o seu impacto em diversos setores da sociedade. Encontramos textos sobre a pandemia na vida das mulheres, das periferias brasileiras, da juventude, do povo negro e também LGBTQIAPN+.

Os artigos carregam sempre tom de denúncia acerca do tema, trazendo reflexões, e normalmente, convocando os leitores a se organizarem em torno das pautas levantadas. A agitação em torno dos problemas enfrentados vem sempre seguida de uma proposta para lidar com as dificuldades, e normalmente a proposta é o chamado à organização nos movimentos sociais.

Logo no início da pandemia, inclusive, foi publicado um artigo intitulado “A organização popular em tempos de COVID-19”, escrita por um colaborador do jornal, Sandino Patriota, que convoca a militância e os apoiadores do jornal para a construção das “Brigadas de Solidariedade”, encabeçadas pelos movimentos sociais que constroem o Jornal A Verdade. O texto apresenta uma análise da situação da pandemia, buscando sistematizar uma rede de voluntários para construção dessas brigadas de solidariedade.

> Analisando esta situação, o Movimento de Luta nos Bairros Vilas e Favelas (MLB), a União da Juventude Rebelião (UJR) e o Movimento de Mulheres

> Olga Benario decidiram construir uma campanha organizando brigadas de solidariedade nos bairros. Durante o mês de março estaremos cadastrando voluntários e recebendo doações para construir essa campanha. Os brigadistas receberão orientações de profissionais da área de saúde e da assistência social, buscando construir um protocolo de segurança para estas ações. (PATRIOTA, 2020. "A organização popular em tempos de COVID-19". Site do Jornal A Verdade)

Após um ano da pandemia, em março de 2023, foi publicado um artigo escrito por outra colaboradora do "A Verdade", a presidente do Sindicato dos Enfermeiros no Estado de Pernambuco (SEEPE), Ludmila Outtes. A reportagem tem como título *"Capitalismo impede o fim da pandemia de Covid-19"* e busca demonstrar como a propriedade privada dos meios de produção está ligada à dificuldade de se colocar fim à pandemia.

Ela traz os fatores sociais e econômicos por trás da imensa maioria das mortes por Covid-19, buscando refletir sobre a ideia de que "a doença não escolhe cor, gênero ou classe social". Apontando que por mais que o vírus em si não consiga fazer essa distinção, os indicadores apresentados mostram que as famílias mais pobres são as mais expostas à doença e a suas consequências.

Além disso, apresenta a discussão sobre a compra e venda de vacinas:

> Infelizmente, com a vacina não está sendo diferente. Na corrida pela vacina, os países mais ricos do mundo – que representam apenas 14% da população mundial – compraram mais da metade das vacinas em desenvolvimento, segundo estudo publicado pela Escola de Saúde Pública Johns Hopkins Bloomberg (EUA). Essas vacinas são suficientes para imunizar três vezes a população total desses países. Ou seja, a corrida não é apenas para imunizar seu povo, mas sim para estocar o produto mais cobiçado do momento e, quem sabe futuramente, usá-lo como fonte de lucro. (OUTTES, 2021. "Capitalismo impede o fim da pandemia de Covid-19". Site do Jornal A Verdade)

Enquanto os países citados compraram vacinas o suficiente para imunizar três vezes a sua população, o texto alerta que nas 67 nações pobres no mundo, apenas uma em cada dez pessoas teria acesso à vacina, até o final daquele ano.

Após a declaração do fim da pandemia, pela OMS em 5 de maio de 2023, o mundo havia sofrido 7 milhões de mortes, sendo 10% delas no Brasil, mesmo o país possuindo menos de 3% da população mundial, segundo dados do IBGE. Após isso, o periódico apontou que:

> Mesmo com o fim da emergência global, não estaremos livres de viver catástrofes como essa enquanto o meio-ambiente for saturado em nome do lucro. É preciso que a saúde deixe de ser uma mercadoria. Enquanto houver sistema capitalista, a morte do povo será importante apenas na medida em

> que afete os lucros dos capitalistas. Só será possível superar esses problemas dando ao povo o poder absoluto sobre sua própria vida, através da construção de uma sociedade fraterna, solidária e socialista. (POZINO, 2023. "OMS decreta o fim da emergência sanitária da pandemia de Covid-19". Site do Jornal A Verdade)

Além dos artigos citados, o Jornal A Verdade também elaborou o *"O Programa de Formação Política para a quarentena"*, que consistia, na primeira fase, em um conjunto de indicações de textos, filmes, documentários e entrevistas para serem utilizados pela militância. A cada dois dias, eram feitas as indicações para os dois dias seguintes. Ao final de 40 dias, o programa alcançou:

> […]14.000 visualizações nestes 40 dias. Ao todo publicamos 48 textos, 22 filmes, 14 documentários e 4 entrevistas, que foram organizados por variados temas como filosofia, economia, saúde, luta de classes, educação, mulheres, a questão racial, religião, cultura, família, povos tradicionais, imprensa popular, biografias de revolucionários, o papel das greves, democracia e Estado burguês." (REDAÇÃO PI, 2020. "Programa de Formação para a quarentena já alcançou 14 mil visualizações". Site do Jornal A Verdade)

Na segunda fase do programa, a metodologia foi diferente, sendo apresentados blocos temáticos de maneira semanal. Com temas como "Marxismo e o Estado", "Economia Socialista", "Marxismo e a cidade" e "Marxismo e a dialética", os blocos apareciam de maneira semanal e continuaram por quinze semanas seguidas, até pararem de ser publicados.

> As publicações serão realizadas com um tema e todos os textos serão sobre ele, dando a condição do leitor se aprofundar sobre a concepção marxista referente a um tema de cada vez. O primeiro tema será sobre o Estado e contará com textos de Lenin, Stalin e outros marxistas. Continuem acompanhando… (REDAÇÃO PI, 2020. "Programa de Formação para a quarentena já alcançou 14 mil visualizações". Site do Jornal A Verdade)

Do início ao fim da pandemia, o A Verdade não diminuiu o ritmo de publicações, tanto das edições físicas quanto de artigos no site. É perceptível um aumento da agitação em torno da responsabilidade do governo Bolsonaro e do sistema capitalista na pandemia. O jornal também buscou coesionar a militância por meio do programa de formação na quarentena e atividades online, como lives, plenárias, etc. Isso para que mesmo durante o período de isolamento, se conservasse o espírito de partido.

4. AS "BRIGADAS DO JORNAL A VERDADE" COMO UMA EXPERIÊNCIA POPULAR E CONTRA-HEGEMÔNICA

A disputa pela hegemonia na sociedade é realizada de diversas formas, e no terreno do jornalismo, a mídia contra-hegemônica deve cumprir este papel. Na história do jornal leninista, ficou claro que mesmo em diferentes circunstâncias políticas, o jornal pode funcionar como um instrumento de disputa política e ideológica. Mas para isso, os requisitos apresentados por Lênin devem ser cumpridos pelo periódico.

O Jornal A Verdade, já em sua fundação, decidiu seguir pelo caminho apontado pelo revolucionário russo, enfrentando os obstáculos e dificuldades em relação a construção de um jornal que decidiu que não iria receber financiamento de empresas capitalistas ou do Estado, por meio de propagandas pagas para anunciar seus produtos ou defender medidas políticas aplicadas pelos governos.

Mas na prática, como isso acontece no cotidiano? Como a mídia atua para disputar não só o aspecto ideológico da sociedade, mas também as próprias bases do poder econômico e político? A resposta se encontra em dois principais eixos: 1) A relação com cada militante e; 2) As brigadas do Jornal A Verdade.

4.1 - O Jornal A Verdade e o militante do partido.

O primeiro elemento a ser levado em consideração é a relação que o jornal estabelece com cada militante e com cada organização que o constroi. Essa rede de agentes é um dos aspetos mais importantes para o sucesso da atuação da mídia leninista, é por onde o jornal consegue funcionar como o "fio condutor" apresentado por Lênin. Raphael Almeida diz, ainda, que o jornal toca individualmente o militante na "leitura, na venda da cota individual de jornais e na circulação entre os coletivos das organizações".

Na União da Juventude Rebelião, a cota individual de jornais é uma tarefa obrigatória para todos os militantes, independente das posições que ocupam dentro da organização. Inclusive, quanto maior a responsabilidade que alguém possui dentro da UJR, maior a quantidade de jornais pelos quais é responsável individualmente. Essa cota individual chega aos militantes por meio dos coordenadores do jornal em cada localidade. Para Almeida, a tarefa de distribuição do A Verdade também faz parte de uma importante disputa política. Essa demanda faz com que a militância encontre-se com maior frequência e possa

responsabilizar-se individual e coletivamente pela logística necessária. Além disso, a conta individual também engloba um público cotidiano:

> Trabalhando as cotas individuais, alcançamos pessoas que estão no nosso dia a dia, como amigos, vizinhos, professores, sindicalistas, bem como aliados e aliadas da luta, que veem em nossa organização uma perspectiva de futuro. Essa relação única, gerada a partir da politização do contato, permite rapidamente o surgimento de um tipo muito específico de apoiador, capaz de entender nossa linha política e para que aquele recurso é investido, qual a importância da sua contribuição ao jornal. E isso não tem preço. A disputa ideológica na sociedade capitalista é profundamente desigual. (ALVES, 2024. "O significado da cota individual do jornal. Site do Jornal A Verdade". Site do Jornal A Verdade)

Já no momento da distribuição para a venda, o trabalho de controle é extremamente importante para que se possa garantir que o pagamento dos exemplares seja efetuado devidamente. Raphael relata que *"uma das que enfrentamos é a de garantir uma boa prestação de contas em relação às vendas individuais dos militantes, devido à maior descentralização da tarefa"*.

A cota mínima é de três exemplares, sendo um para que o próprio militante compre e os outros dois para venda entre apoiadores, colegas, familiares ou amigos. E ao se coletivizar a tarefa, torna-se ainda mais necessário que exista um trabalho organizado de controle e acompanhamento da distribuição, não somente na hora de entregar as cotas aos militantes, mas também após isso, como no acompanhamento sobre as vendas, no aspecto financeiro e também político. É importante saber onde esses jornais estão sendo vendidos e para quem. Desse modo, esse acompanhamento político das vendas serve para que a politização apresentada por Welfesom Alves seja possível, para que se possa perceber se as vendas estão sendo acompanhadas da propaganda da linha política apresentada no jornal.

Com isso, a rede de agentes conquista não só uma maior influência na sociedade, disputando em geral a consciência das pessoas, mas também um conjunto de apoiadores políticos do partido.

> Para garantir essa importante tarefa, devemos encará-la de forma sistemática e diária, convidando cada um dos nossos apoiadores a participarem das jornadas de lutas, atos, plenárias e brigadas do jornal ***A Verdade***. Devemos também acompanhá-los de forma contínua, garantindo visitá-los regularmente, ouvir suas opiniões, tirar suas dúvidas sobre o marxismo, convencê-los da justeza da causa revolucionária e ganhá-los cada vez mais para a necessidade da revolução. (Redação Estadual SP, 2024. "A importância dos aliados e apoiadores para a revolução". Site do Jornal A Verdade)

Historicamente, o Pravda já demonstrou que é possível fazer com que a sustentação financeira de um jornal seja uma obra coletiva dos trabalhadores, caso estejam convencidos

da necessidade do mesmo. O próprio Jornal A Verdade irá completar, no mês de dezembro, seus 25 anos (,na edição 303), sustentando-se a partir da venda dos exemplares e do apoio de seus colaboradores. Isso é, ao mesmo tempo, causa e consequência do seu caráter contra-hegemônico.

É causa, pois garante a independência financeira necessária para que o periódico e os movimentos possam desvencilhar-se dos meios tradicionais de financiamento, pelas propagandas de empresas e recursos estatais; e consequência, pois, ao refletir os interesses da classe trabalhadora, consegue conquistar a sua simpatia e apoio. Com isso, o jornal e as organizações que o constroem podem ser fortalecidas.

> Esses apoiadores e apoiadoras aliados são aqueles que acreditam e, por isso, apoiam a revolução socialista, mesmo que, por diversos motivos, ainda não sejam membros do partido. Ainda assim, esses trabalhadores e trabalhadoras, convencidos da luta e da necessidade de destruir esse sistema, comprometem-se em apoiar materialmente o partido da sua classe, contribuindo com uma cota financeira, garantindo seu exemplar do jornal ***A Verdade*** em todas as quinzenas, cedendo espaço para as reuniões, etc. (Redação Estadual SP, 2024. “A importância dos aliados e apoiadores para a revolução”. Site do Jornal A Verdade))

Isso ajuda a fortalecer a percepção do jornal enquanto um aglutinador de pessoas, em seus diversos níveis de atuação, dos editores que escrevem, fazem a diagramação e impressão, passando pelo conjunto de militantes que vendem, distribuem e levam a linha do jornal para os quatros cantos do país, até os apoiadores que ajudam em todos os aspectos apresentados. O jornal como organizador coletivo toma uma forma, por si só, de uma organização política, mesmo que vinculada a tantas outras.

E sobre a leitura das edições impressas, é fato que é tarefa estimulada para toda a militância e também é realizada nas reuniões e plenárias dos coletivos.

> Ler o Jornal a cada nova edição é tarefa de cada militante, que deve buscar ativamente sua quota o mais rápido possível. Os responsáveis pelas reuniões periódicas devem também levar o Jornal para ser estudado coletivamente nas reuniões e para distribuir para quem ainda não o recebeu. (MELMAN, 2024. "O Jornal é uma ferramenta militante dos revolucionários." Site do Jornal A Verdade)

E como já foi pontuado, para garantir uma boa agitação política, é necessário que ela esteja vinculada a uma realidade sensível para aqueles que a escutam, pautando as questões certas, que consigam mobilizar as pessoas. Como o Jornal é produzido para cumprir essa função, ao ler, os militantes podem aprender não só sobre a conjuntura, as denúncias e as

demandas de um determinado grupo, mas também como saber ligar aquilo à uma luta maior, e entender a prática da disputa ideológica a partir da luta concreta.

> *Ler o Jornal A Verdade é um ato de se desenvolver enquanto militante e pessoa. A leitura nos ajuda a não só conhecer a realidade e a conjuntura, mas a saber enxergá-la sob uma ótica marxista-leninista e com isso, aprendemos a ligar a demanda imediata apresentada, à uma luta maior, a luta pelo socialismo e pela revolução. Para aprender a agitar nas brigadas do jornal, em manifestações ou qualquer espaço, a leitura do jornal é indispensável.* (Raphael Almeida, Entrevista)

Assim, os militantes também se formam enquanto "agitadores e propagandistas", podendo transmitir com maior qualidade a linha do jornal em seus locais de atuação e nas conversas individuais com apoiadores. O jornal ainda conta com páginas de formação política, ou seja, sua leitura também auxilia no aprendizado sobre a temática da teoria marxista-leninista.

Tudo isso também educa a militância na tarefa de escrever textos para o jornal impresso e para o site. *"Nossa militância precisa cada vez mais contribuir com a escrita de matérias para o JAV, nos mais diversos temas possíveis",* apresenta Raphael Almeida. E com o objetivo de ajudar a militância com as dúvidas e dificuldades em escrever para o jornal, são organizadas oficinas de escrita pelas Redações Estaduais e por alguns dos movimentos ligados ao Jornal A Verdade, que debatem os aspectos técnicos e políticos da escrita.

Há, no site do jornal, o artigo escrito por Felipe Annunziata, membro da Redação Nacional, intitulado *"*Como escrever para o jornal A Verdade*"*, publicado em 2023, resumindo os principais pontos sobre a escrita para o Jornal. Annunziata fortalece a necessidade de se escrever com uma linguagem que seja melhor entendida por todos os públicos, sem nunca subestimar a capacidade de entendimento da classe trabalhadora. Fortalece também a ideia de que todos os textos devem apontar, direta ou indiretamente para os objetivos finais do órgão. Reitera, por fim, que a escrita para o jornal é uma tarefa de cada militante ligado ao periódico.

> Nossa produção na edição impressa e virtual tem apresentado um crescimento sem precedentes. Os desafios que tentamos abordar de forma rápida aqui são as chamadas "dores do crescimento". Quanto maior nossa imprensa popular e revolucionária, maior será também nosso trabalho em mantê-la popular e revolucionária. (ANNUNZIATA, 2023. "Como escrever para o jornal A Verdade". Site do Jornal A Verdade)

Portanto, é possível identificar que as tarefas do militante ligado ao A Verdade são diversas, passando por todas as etapas de manutenção, produção e circulação do jornal. Se percebe também que não somente o jornal e as organizações se constroem e se desenvolvem

mutuamente, mas também o militante participa desse processo, sendo ajudado pelo jornal a se desenvolver, ao mesmo tempo em que contribui para o avanço da mídia.

4.2 - As brigadas do jornal A Verdade.

As brigadas de venda do Jornal A Verdade são momentos em que a militância reúne-se para vender os exemplares de maneira coletiva, em algum lugar estabelecido pela organização responsável. No site do periódico, existem diversos textos relatando experiências locais de brigadas, em escolas, universidades, fábricas, bairros e outros locais de atuação. Os textos compartilham a quantidade de jornais vendidos, quantas pessoas participaram da atividade e demais objetivos atingidos.

Um exemplo desses textos é o escrito por Camila Félix e Luiz Gustavo, que são colaboradores do periódico em Aracaju (SE), de título *"*Brigadas nas ruas aumentam vendas de A Verdade em Sergipe*"*, publicada em fevereiro de 2024, a qual relata que em duas semanas de atividades políticas, foram vendidos 365 jornais em brigadas na capital de Sergipe. O artigo também ressalta o caráter leninista do jornal.

> Para Lênin, o jornal do partido tornava-se parte do próprio movimento de massas, exercendo sua dupla função educativa. De forma interna, educava os militantes nas tarefas de agitação, propaganda e organização. E, externamente, apresentava-se como elemento constitutivo de uma nova concepção de mundo, que tomava como ponto de partida a particularidade da vida operária para generalizá-la sob a forma de luta de classes. Nesse sentido, com o trabalho do Jornal é possível formar brigadistas, grandes agitadores e propagandistas e, ao mesmo tempo, debater com a população sobre a luta cotidiana para a conquista de direitos e pelo socialismo. (FELIX, GUSTAVO, 2024. "Brigadas nas ruas aumentam vendas de A Verdade em Sergipe". Site do Jornal A Verdade.)

Corroborando com essa visão, em entrevista realizada para este trabalho, Victor Davidovich, militante da UJR e colaborador do Jornal A Verdade no Ceará, diz que *"as brigadas são bastante pedagógicas, onde mesmo os militantes mais tímidos podem fazer duplas com os mais experientes e assim aprenderem a como devemos vender o jornal em momentos como esse.*". Em relação a isso, existe o debate sobre a necessidade de estar presente e atuante nos espaços onde os coletivos estão inseridos. Almeida reforça ainda a importância de que cada movimento garanta as brigadas do A Verdade em seus locais de atuação. *"É papel dos núcleos da UJR, espaço em que se organizam os militantes da*

organização, garantir as brigadas em suas bases. Se é o núcleo da "universidade tal", deve ser garantido que a brigada seja organizada naquela universidade."

Com isso, o trabalho das brigadas fortalece o caráter contra-hegemônico do jornal, ao apresentá-lo de maneira coletiva, facilitando com que as pessoas que estão escutando as falas dos vendedores ou sendo abordadas individualmente percebam que o periódico conta com o apoio de várias pessoas e grupos, o que fortalece a atividade enquanto um espaço de disputa ideológica, de disputa da hegemonia. Assim, um elemento presente em todos os artigos sobre o tema das brigadas do jornal, é o reforço do seu caráter político, de luta pela consciência das pessoas e justamente do papel de questionar a hegemonia burguesa na sociedade.

> Além disso, reforçamos com a militância a ideia de que, apesar da importância de vender uma grande quantidade de exemplares para garantir a autossustentação financeira do jornal, a brigada é uma atividade principalmente política, de propaganda de nossas posições. Por isso, todas as brigadas definem uma meta de vendas e também uma meta de contatos. Os militantes devem convidar as pessoas que compram o jornal a se engajar nos movimentos que constroem a Unidade Popular, além de anotar os contatos delas para posterior envio de mais materiais. (ARRUDA, 2023. "Brigadas ajudam a crescer a UP e as vendas do jornal". Site do Jornal A Verdade)

Outro artigo, escrito por Cadu Machado, brigadista do A Verdade em São Paulo, reforça novamente o entendimento de que as brigadas são espaços de disputa ideológica, em que é possível apresentar a linha política defendida pelo jornal e a partir do trabalho de agitação e propaganda, conquistar mais pessoas para construírem a mesma luta.

> Durante as brigadas do jornal, avaliamos a conjuntura, propomos aos trabalhadores o que fazer para mudar sua situação de vida e ouvimos suas reações, revisamos nossa posição entre o povo e apresentamos o programa da revolução, aumentando a influência de nossa ideologia entre a classe trabalhadora. (MACHADO, 2023. "Sobre brigadas e prestação de contas". Site do Jornal A Verdade)

Com isso, fica claro o objetivo político das brigadas, que consiste em disputar a hegemonia política e ideológica da sociedade brasileira. As brigadas servem como amplificadores do papel de agitador e propagandista do A Verdade, além de servir também na formação de seus brigadistas, que aprendem mais a cada brigada, levando essa experiência para outros âmbitos de atuação, como outras atividades de agitação e a própria venda individual de sua cota enquanto militante.

Ainda sobre o texto *"*Brigadas ajudam a crescer a UP e as vendas do jornal*"*, fala-se dos "contatos", pessoas que demonstram interesse em, além de adquirir o jornal, ingressarem em algum dos movimentos e organizações que o constroem. Esse elemento é importante para

que o periódico possa cumprir também o seu papel de organizador coletivo, não só convencendo as pessoas acerca de suas ideias, mas também as influenciando a sentirem necessidade de se organizar politicamente, para defendê-las.

> O jornal A Verdade, além de um agitador e propagandista, é, também, um organizador coletivo. É através do jornal que se centraliza a linha política de diversos lutadores e lutadoras sociais em todo o país; a brigada do jornal passa, então, a ser um instrumento essencial de organização política. (BEZERRA, 2021. "Brigadas do jornal A Verdade como organizador coletivo: esforço coletivo e individual". Site do Jornal A Verdade)

Um outro aspecto importante da realização das brigadas é a sua organização e coordenação, *"os núcleos das organizações que constroem o jornal são responsáveis pela organização de cada brigada que forem realizar, sempre em contato com o responsável pelo jornal na região"* afirma Davidovich. No entanto, não é uma atividade que consiste somente em chamar as pessoas e levar os exemplares. De início, segundo Raphael Almeida, muitas brigadas eram realizadas de maneira espontânea, por meio de iniciativas locais e sem um maior controle sobre a forma que eram realizadas. Essas experiências não importavam nem com o ponto de vista da estrutura, da sua preparação política junto aos militantes, nem da prestação de contas dos jornais vendidos e demais objetivos estabelecidos para o dia, o que é extremamente diferente das brigadas de hoje em dia.

Existem alguns artigos escritos e publicados no jornal impresso e no site, que tratam do tema das brigadas, também por esse aspecto. Um brigadista do Jornal A Verdade em São Paulo, Guilherme Arruda, escreveu um artigo que sintetiza alguns elementos necessários na organização das brigadas. A *"*Brigadas ajudam a crescer a UP e as vendas do jornal*"*, publicada em setembro de 2023, traz que a utilização de caixas de som e megafone melhoram a capacidade de agitação e propaganda da brigada e que, portanto, seria necessário sempre que possível, garantir essa estrutura.

> Para ampliar ainda mais a difusão da nossa mensagem, passamos a levar sempre caixas de som e megafone. Essas ferramentas permitem alcançar mais pessoas e também educam os militantes na prática da agitação pública, ajudando-os a superar a timidez e tornando-os melhores agitadores e propagandistas. (ARRUDA, 2023. "Brigadas ajudam a crescer a UP e as vendas do jornal". Site do Jornal A Verdade)

Além disso, o texto traz a necessidade de haver acompanhamento político por parte do responsável pelo jornal na região, que deve apoiar os militantes mais novos, auxiliando com as suas falas no microfone, aumentando a qualidade da intervenção do grupo durante a atividade. E, logicamente, a própria leitura de toda a edição que está sendo vendida, é apontada como um elemento importante.

> Tomemos um exemplo. Há algum tempo, militantes reportaram a preocupação de que o editorial do jornal nem sempre "fisgava" todos os trabalhadores a quem se dirigia, e que, por isso, as vendas estavam fracas. Um equívoco comum é só considerar necessário apresentar o texto do editorial, deixando de aproveitar as outras onze páginas do jornal. (ARRUDA, 2023. "Brigadas ajudam a crescer a UP e as vendas do jornal". Site do Jornal A Verdade)

Ao final de cada brigada, os responsáveis devem organizar a prestação de contas dos jornais vendidos durante a atividade. Para garantir que o jornal consiga garantir *"não só a impressão das edições futuras, mas também o crescimento da nossa tiragem, não podemos descuidar desse momento da brigada"*, colocou Victor Davidovich.

> Para isso, utilizamos as mesmas mensagens que elaboramos na mobilização. Cada equipe, conforme as brigadas vão se encerrando, adiciona a quantidade de jornais vendidos, quanto foi arrecadado e quem ficou responsável por depositar o dinheiro na própria mensagem. É assim que sabemos quanto foi vendido e quem deve ser cobrado. (MACHADO, 2023. "A importância da prestação de contas e das brigadas do jornal A Verdade", Site do Jornal A Verdade)

Dessa forma, as brigadas do Jornal A Verdade existem desde o seu surgimento, em 1999, mas a partir do final de 2018 foi estabelecida uma política de dias de "Brigadas Nacionais", em que toda a militância participa de brigadas durante um dia inteiro, em todos os locais em que o jornal possui apoiadores e brigadistas.

4.3 - A política de brigadas nacionais e o seu objetivo.

Para entender o surgimento da política de brigadas nacionais, é necessário falar da "Unidade Popular pelo Socialismo", partido político que conseguiu o seu registro junto ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE) no dia 10 de dezembro de 2019, segundo dados do site do próprio TSE.

Com o número 80, tal partido foi criado pelos mesmos movimentos e organizações que constroem o jornal A Verdade, que *"decidiram pela criação de um partido com registro, para que pudessem ser apresentadas as suas candidaturas de maneira independente de outros partidos"* , diz Raphael Almeida.

O Jornal aponta a criação da Unidade Popular como uma vitória popular da classe trabalhadora, um avanço na sua capacidade de se organizar, que, como visto, é um dos objetivos de um jornal leninista.

> Assim, a legalização da Unidade Popular comprovou também a possibilidade da classe trabalhadora de construir o poder popular, mesmo que os mais céticos digam que não houve vitória expressiva, ou que o Estado não saiu

> enfraquecido, não ponderam as condições jurídicas, legais e burocráticas às quais os trabalhadores estavam submetidos para legalizar uma legenda partidária. O estado burguês não é derrotado apenas nas grandes cisões e rupturas, ele pode ser derrotado em objetivos políticos. (CARAMANTE, 2019. "Quais argumentos a legalização da Unidade Popular comprova?". Site do Jornal A Verdade)

O autor do artigo apresenta o elemento de "vitória", devido às regras necessárias para a legalização de um partido no Brasil. Segundo a Resolução nº 23.571/2018 do TSE, para um partido obter o seu registro junto ao tribunal, é necessário que se comprove, em dois anos, o apoio de eleitores não filiados a nenhum partido político, correspondente a, no mínimo 0,5% dos votos válidos dados na última eleição geral para a Câmara dos Deputados.

Além disso, os apoios devem estar distribuídos por um terço, ou mais, dos estados, com um mínimo de 0,1% do eleitorado que haja votado em cada um deles. Ao todo, foram necessárias 492 mil assinaturas de apoiadores. No artigo de Caramante, é apresentado que o partido coletou 1,2 milhões de assinaturas em todo o país.

> Esse fato político, além de *enaltecer moralmente* a classe trabalhadora, dar orgulho aos simples, comprova que os trabalhadores não precisam do apoio dos ricos, seja material, política e organizadamente. Sendo assim, a classe operária é, mesmo que hoje muito pobre, autossuficiente. Ou seja, ela necessita apenas de si mesma e sua própria organização como arma para conquistar objetivos econômicos e políticos. (CARAMANTE, 2019. "Quais argumentos a legalização da Unidade Popular comprova?". Site do Jornal A Verdade)

Apresentar a Unidade Popular é importante por dois principais motivos: 1) Foram justamente os movimentos coesionados pelo A Verdade que conseguiram o registro do partido e, depois da UP, nenhum novo partido conseguiu ser criado, a não ser por fusão de outros já existentes; 2) Durante o período de coletas de assinatura, existia a política de que em todos os sábados, a militância no país se dedicaria a essa tarefa. Essa forma de organização foi herdada e transformada nas brigadas nacionais do Jornal A Verdade.

> A política de Brigadas Nacionais foi implementada no período seguinte às coletas de fichas de apoio para a legalização da Unidade Popular. Os militantes estavam acostumados com o trabalho e já tinham seus sábados reservados ao trabalho militante. Esses aspectos foram aproveitados e as brigadas ocuparam em parte este calendário. [...] Além do calendário, as Brigadas Nacionais também herdaram parte da metodologia das coletas de assinaturas da UP. Em São Paulo, seguimos utilizando o mesmo método de mobilização. (MACHADO, 2023. "Sobre brigadas e prestação de contas". Site do Jornal A Verdade)

De acordo com Raphael Almeida, as brigadas nacionais acontecem sempre no primeiro sábado após a chegada de uma nova edição nos Estados. A militância de todas as organizações ligadas ao jornal se apresentam para a atividade, sendo uma prioridade em todo

o país. Cada coletivo e militante organiza a sua agenda de uma forma que garanta a sua participação nessa atividade, em pelo menos um dos turnos.

> O sábado da Brigada é um calendário especial para todas as nossas organizações. A primeira luta política em torno deste dia é para que a Brigada seja prioridade absoluta.A indicação geral é que nenhuma outra atividade seja marcada no mesmo dia, garantindo exclusividade da militância para o jornal. Quando é inevitável o conflito de agendas, é importante que a brigada seja considerada critério de participação para a outra atividade. Ou seja, o militante só pode participar da atividade, caso tenha ido à Brigada em outro turno. (MACHADO, 2023. "Sobre brigadas e prestação de contas". Site do Jornal A Verdade)

Ligados ao Jornal, temos movimentos sociais de diversos segmentos: Mulheres (Movimento de Mulheres Olga Benario), sindical (Movimento Luta de Classes - MLC), popular por moradia (Movimento de Luta nos Bairros, Vilas e Favelas - MLB), de juventude (UJR) e o próprio partido Unidade Popular (UP). Essa união resulta em brigadas nacionais que envolvem os diversos segmentos em torno de uma mesma linha política e de atuação. A tarefa é a de disputar a hegemonia da burguesia na sociedade.

*"*A importância da brigada para a militância coletiva*"* é um texto escrito por Paulo Fernando, militante do MLC na cidade de Carpina, no interior de Pernambuco. No texto temos diversos relatos sobre como os operários da Alpargatas, fábrica de calçados de Carpina, trabalham com as brigadas nacionais do jornal. No artigo, o operário Manoel Pedro é entrevistado e traz um relato sobre a experiência das brigadas.

> Para a brigada a gente se encontra na Praça Joaquim Nabuco. A gente centraliza Alguns informes do jornal, lê uma matéria da edição atual, faz umas fotos para registrar a atividade e em seguida se divide, em dupla ou trio e sai ofertando o jornal entre os feirantes, as pessoas que estão na feira, falando individualmente, no boca a boca, fazendo a agitação. Quando tem o carro de som ou uma caixinha a gente se reveza fazendo as falas, enquanto os outros companheiros seguem vendendo duas cotas. Tem companheiro com muita timidez, mas essa é uma hora onde a gente vai treinando, até pra falar na frente da fábrica, com os trabalhadores. Essa hora da brigada ajuda bastante nisso. Pra gente perder o medo. Esse é o bom da brigada: a gente aprende junto. (FERNANDO, 2024. "A importância da brigada para a militância coletiva". Site do Jornal A Verdade)

O relato condiz com a noção dessa atividade como um espaço construído coletivamente, em que os brigadistas se ajudam mutuamente nas suas tarefas. Essa construção popular é algo que fortalece a noção de um trabalho contra-hegemônico, no qual não existem grandes porta-vozes que falam enquanto o restante do coletivo assiste. Nesse e nos outros artigos apresentados anteriormente fica claro que, para o Jornal A Verdade, cada pessoa, independente do local de atuação, pode e deve ser um agitador e propagandista.

O texto que melhor sintetiza o processo de organização das brigadas nacionais no país é a "Sobre brigadas e prestação de contas", já citada anteriormente e escrita por Cadu Machado, de São Paulo. Apresenta não só os elementos políticos sobre o caráter das brigadas, mas também explica como são organizadas e os passos seguidos para sua plena realização.

De acordo com o artigo, o processo começa na semana anterior, na qual os responsáveis pelo jornal escrevem uma mensagem explicando a linha editorial da quinzena, convocando para a brigada e apresentando as metas estabelecidas. A mensagem também apresenta os pontos onde acontecerão as brigadas. Cada local possui um responsável, que normalmente é o militante encarregado pelo trabalho do periódico na localidade em que acontecerá a brigada.

> Esta mobilização começa na segunda-feira que antecede a brigada e vai até quinta-feira, quando as equipes são fechadas para que os responsáveis pela logística possam organizar a chegada dos jornais. Terminada a etapa de mobilização, inicia a preparação para a brigada. O primeiro passo é avaliar os locais e se não há nenhuma equipe mal alocada. (MACHADO, 2023. "Sobre brigadas e prestação de contas". Site do Jornal A Verdade)

Seguindo com a preparação da brigada, Cadu apresenta algumas das metodologias usadas para trabalhar da melhor maneira possível com as pessoas que se disponibilizaram para participar da brigada. O primeiro elemento apresentado é o de conhecer o ponto de brigada e o seu potencial de vendas. Dá-se o exemplo, então, de um local em que vendem em média vinte exemplares, mas 10 brigadistas confirmaram participação no ponto. Com isso, o responsável pelo jornal deve ficar atento e atuar para melhor distribuir a militância entre os pontos disponíveis.

> Com raras exceções de pontos de enorme aglomeração, equipes pequenas tendem a render mais. A orientação geral é que sejam formadas por 3 a 5 militantes, que realizem pelo menos três horas de brigada e vendam pelo menos 10 jornais por brigadista, sendo assim, de 30 a 50 jornais por equipe. (MACHADO, 2023. "Sobre brigadas e prestação de contas". Site do Jornal A Verdade)

O texto reforça que esses critérios também são importantes para garantir a logística de distribuição dos exemplares entre os responsáveis por cada ponto de brigada. O objetivo é que nenhum brigadista fique sem os seus dez jornais para venda na brigada nacional. A organização é feita pelos coletivos de base e acompanhada pelos responsáveis regionais do A Verdade. Terminada a parte de organização e preparação, os militantes se encontram no sábado para iniciar a atividade.

> A forma como isso acontece depende muito do lugar em que se realiza a brigada. Em alguns lugares um militante fala na caixa de som enquanto outros abordam quem passa; em outros se bate de porta a porta para vender e; ainda tem as brigadas nos ônibus e trens, onde um militante faz uma fala, enquanto os outros distribuem os jornais aos passageiros e depois passam recolhendo as contribuições e os jornais não vendidos. (MACHADO, 2023. "Sobre brigadas e prestação de contas". Site do Jornal A Verdade)

No caso de alguns militantes não conseguirem vender os seus 10 jornais, o responsável pela brigada deve juntar os exemplares que estão sobrando e distribuí-los entre os brigadistas.

Finalizada a brigada, os brigadistas fazem a sua prestação de contas com o responsável. Como a brigada é nacional, é preciso realizar uma prestação de contas com os responsáveis regionais e estaduais do Jornal. Cadu apresenta que o prazo estipulado é que até terça-feira da semana seguinte, os comprovantes de depósito do dinheiro arrecadado nas brigadas sejam anexados no sistema utilizado para prestação de contas.

A política das brigadas nacionais é apresentada como uma vitória na organização do Jornal A Verdade, que impulsiona o trabalho político com o periódico, que por sua vez, fortalece o trabalho das organizações que atuam com ele.

> Além de aumentar o número de exemplares vendidos, as Brigadas Nacionais também melhoraram a relação dos militantes com o jornal, que passaram a ter contato com os exemplares e sua política editorial no começo do mês (atualmente quinzena). Este efeito das Brigadas Nacionais não pode ser medido quantitativamente, mas desde o início desta política, recebemos relatos de nossa militância falando das brigadas como sua atividade favorita, por ser momento de transmitir nossa política para o povo, que a recebe bem. (MACHADO, 2023. "Sobre brigadas e prestação de contas". Site do Jornal A Verdade)

De acordo com Raphael Almeida, o sucesso com as brigadas nacionais de sábado, levaram a União da Juventude Rebelião (UJR) a reproduzir a política com sua própria militância, nas terças-feiras após os sábados de brigada nacional.

No site do jornal A Verdade, encontramos artigos como *"*Brigada da UJR vende 384 jornais no Ceará", "Brigadas de terça-feira impulsionam a UJR em Santa Catarina" e "UJR em Salvador vende 100 jornais em brigada". Os textos trazem relatos sobre os resultados políticos das brigadas de terça da UJR, convocando os militantes a também se somarem e fortalecerem a iniciativa. Esses textos representam um exemplo de agitação entre a própria militância, trazendo exemplo de atividades vitoriosas, compartilhando dicas e experiências de cada estado.

> Ao levar o jornal A Verdade para nossos locais de atuação, rapidamente se aproximam diversos estudantes, servidores, professores, trabalhadoras e trabalhadores da educação e dos bairros, curiosos por conhecer o trabalho da imprensa socialista. O método das brigadas do jornal tem se provado um elemento primordial para o desenvolvimento do nosso trabalho em diversos locais. (BARRADAS, GABRIEL, 2023. "UJR cresce com brigadas do jornal nas escolas e universidades". Site do Jornal A Verdade)

No artigo de Igor Barradas e João Gabriel, é realizada uma cobrança aos militantes da UJR, para que passem a priorizar as brigadas de terça, dentro das suas atividades. É apontado que existe uma subestimação por parte de alguns membros da organização em relação à tarefa apresentada pela organização. É importante perceber que o texto também cumpre o papel de disputa política dentro das próprias organizações que constroem o A Verdade, reproduzindo, novamente, o "fio condutor" apresentado por Lênin, servindo para educar a própria militância em torno do formato leninista de organização.

> As escolas e universidades serão outras se nossa militância assumir de forma integral a tarefa da brigada da UJR. Certamente, a partir desta política, a UJR rapidamente ultrapassará seus limites atuais rumo a novos saltos quantitativos e qualitativos. Afinal, a não divulgação da ideologia socialista acarreta a perpetuação da ideologia da classe dominante, que busca manter sua dominação sobre os jovens e diminuir a organização dos revolucionários. (BARRADAS, GABRIEL, 2023. "UJR cresce com brigadas do jornal nas escolas e universidades". Site do Jornal A Verdade)

Tanto as brigadas nacionais de sábado, realizadas por todas as organizações e movimentos ligados ao periódico, quanto as brigadas nacionais organizadas pela União da Juventude Rebelião, reforçam o caráter popular da construção do Jornal A Verdade, ao serem construídas por diversos segmentos da classe trabalhadora; e também fortalecem a agitação e propaganda das ideias defendidas por essas organizações, por meio do jornal. Por fim, toda a logística e debate político realizado em torno das brigadas, aprofundam o seu papel de organizador coletivo.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho buscou relacionar a proposta de um jornal leninista com o debate sobre a disputa da hegemonia na sociedade brasileira, ou seja, o papel contra-hegemônico de uma mídia com esse caráter de organização. Além disso, apresentar a história e o funcionamento do Jornal A Verdade enquanto um jornal que reivindica o caráter leninista para si, e portanto, luta pela hegemonia por parte do proletariado.

A concepção de agitação e propaganda apresentada por Lênin está na base da construção do A Verdade, desde a maneira com a qual os artigos são escritos, buscando apontar sempre o caráter político e ideológico de cada problema na sociedade, como no processo formativo que ele realiza com a sua militância. Ao ler cada artigo publicado no site ou nos textos do jornal impresso, fica claro para o leitor que o jornal busca movê-lo em direção à organização política, que cada fato é apresentado dentro do contexto social em que vivemos, nada é apresentado isoladamente ou terminando em si mesmo.

Buscando apresentar na prática como se aplica a ideia de um jornal, não só agitador e propagandista, mas também um organizador coletivo, como afirma Lênin (1977), o trabalho trouxe dezenas de artigos e opiniões publicadas nas páginas do jornal impresso e no site da mídia. No debate sobre a relação entre o partido e o jornal, esse elemento foi trabalhado em paralelo com o papel da grande mídia brasileira, que se encontra em estado de enorme concentração nas poucas mãos que dominam o meio midiático nacional.

O trabalho apresentou o papel da grande mídia sob a visão de Perseu Abramo (2006), que apontou a manipulação como uma regra dentro do jornalismo hegemônico, não de maneira acidental ou à revelia de seus donos, mas sim como uma atitude pensada e coordenada por esses meios, que atuam dentro da lógica capitalista de disputa de poder, de disputa política na sociedade.

Com a apresentação da história do Jornal A Verdade, foi possível enxergar que mesmo sendo um expoente da concepção contra-hegemônica, existe um aspecto histórico por trás da maneira com a qual o periódico busca exercer a disputa ideológica da sociedade, que tem suas

raízes na teoria leninista de organização partidária. Na história do periódico, o seu surgimento foi fruto de uma campanha nacional de financiamento, indo na contramão dos grandes meios de comunicação, que se sustentam a partir de publicidades estatais e de empresas privadas.

A independência financeira é também um aspecto fundamental no caráter contra-hegemônico da mídia, pois, dessa maneira, o jornal foge da lógica de sustentar ideologicamente os capitalistas, por não serem seus financiadores, e passa a uma posição ideológica contrária, a do proletariado, da classe trabalhadora, que como afirmou Marx, é a classe dominada e explorada no capitalismo.

Somando-se à independência política, a forma como o jornal se relaciona com seus apoiadores, com a "rede de agentes" que fala Lênin (1902), serve também como um instrumento de aprofundamento político para os seus compradores e militantes. E as cotas individuais de cada militante ligado ao jornal servem como uma ligação direta da redação nacional do A Verdade com cada um dos seus agentes, conseguindo incidir de maneira contínua e sistemática.

O incentivo à leitura individual e coletiva, também mostra uma tentativa de evitar que o consumo do material produzido pelo periódico seja realizado de maneira espontânea. Isso ajuda com que a linha do jornal possa ser melhor compreendida por todos os seus militantes e assim amplifique a sua capacidade de intervenção na sociedade, pois não contará somente com o conteúdo dos seus exemplares impressos, mas sim com toda a intervenção feita por sua rede de militantes, que melhora a sua agitação e propaganda a cada edição.

Além disso, as brigadas de venda do Jornal A Verdade são bons exemplos de uma experiência que extrai do jornal todo o seu potencial contra-hegemônico. Isso pois cada uma das etapas dessa atividade, pressupõem a participação de um conjunto de pessoas, que estão ligadas não por uma relação comercial ou de vínculo empregatício, mas sim por uma relação construída politicamente dentro e fora das brigadas e coletivos.

As brigadas são locais de agitação política em espaços públicos, portanto, disputam direta e abertamente a hegemonia ideológica, por meio da conversa com cada pessoa ou por meio das agitações em megafones e caixas de som. É interessante que não se escolhem somente os militantes mais "eloquentes" para o trabalho, mas se estimula que cada um dos brigadistas tomem parte do processo. Dentro de uma perspectiva popular, a quebra de uma

ideia de que existem “aqueles que sabem e que não sabem falar” é fundamental para que todos possam se entender enquanto agentes transformadores da realidade.

Com isso, as brigadas nacionais de sábado aparecem como uma síntese de anos de acúmulo político e organizacional por parte do Jornal A Verdade e das organizações que o constroem. Isso ajuda a quebrar a noção de atuação unicamente local das brigadas organizadas por fora da agenda nacional. Dentro da visão leninista de organização, essa visão nacional do trabalho político possui uma grande importância, como apresentado no capítulo sobre a história do jornal e do partido leninista.

Essa concepção faz sentido, pois, conforme Marx (2001), ao tratarmos da disputa da hegemonia no capitalismo, entende-se que as ideias dominantes são as defendidas pela classe dominante. E é preciso entender que essa disputa se realiza (pelo menos de maneira imediata) em um território específico, no caso do A Verdade, é o território brasileiro. Com isso, se deixa de disputar a hegemonia em geral e se passa a disputá-la concretamente, em conjunto com a luta pelo poder político.

O Jornal A Verdade vem crescendo a sua tiragem a sua intervenção na sociedade, no entanto, é necessário que a militância se debruce cada vez mais em torno da profissionalização do trabalho com o periódico, nunca se descuidando dos aspectos que o fazem ser uma mídia que disputa a hegemonia no nosso país. Hoje o país possui mais de 200 milhões de habitantes, portanto, uma tiragem de 70 mil exemplares ainda está longe do necessário para os objetivos políticos do periódico.

Pela própria que o A Verdade se desenvolver, fica claro que o seu avanço está intimamente ligado com o avanço político das organizações que o constroem, por isso, só se chegará no jornal diária com uma participação cada vez maior da militância e dos apoiadores, envolvendo dezenas de milhares de pessoas no processo de construção do jornal.

Essas discussões são importantes para que o jornalismo possa se debruçar cada vez mais sobre o seu papel na sociedade em que vivemos, para que se possa entendê-lo como uma ferramenta política e fundamentalmente parcial, independente da aceitação desse fato por parte dos grandes meios de comunicação.

O presente trabalho não consegue abranger todas as maneiras com as quais o jornalismo pode atuar enquanto um meio contra-hegemônico, mas isso pode ser feito em futuros trabalhos que, ao invés de estudarem uma mídia específica, procurem observar o

comportamento geral das mídias contra-hegemônicas, e assim complementar possíveis vácuos do presente estudo. Outra possibilidade a ser feita é a de comprar a atuação de duas mídias dentro desse campo, buscando encontrar suas semelhanças e diferenças, inclusive apresentando jornais que não trabalham com uma visão leninista.

Por fim, numa sociedade dividida em classes, estudar o jornalismo e o seu papel, é estudar a própria disputa pela hegemonia na sociedade em que vivemos, é se debruçar como se dá a disputa ideológica e política. Com isso, cada jornalista pode refletir sobre o seu próprio papel dentro desta realidade, entendendo que o seu trabalho ultrapassa os limites de uma ação individual isolada, que termina em si mesma, e atinge uma relevância social.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Juliana. GUSMÃO, André. UJR em Salvador vende 100 jornais em brigada. Jornal A Verdade. 2023. Disponível em: https://averdade.org.br/2023/12/ujr-em-salvador-vende-100-jornais/. Acesso em: 01/12/24

ALVES, Welfesom. O significado da cota individual do jornal. Jornal A Verdade. 2024. Disponível em: https://averdade.org.br/2024/04/o-significado-da-cota-individual-do-jornal/. Acesso em: 01/12/24

ANNUNZIATA, Felipe. Como escrever para o jornal A Verdade. Jornal A Verdade. 2023. Disponível em: https://averdade.org.br/2023/07/como-escrever-para-o-jornal-a-verdade/. Acesso em: 01/12/24

ARRUDA, Guilherme. Brigadas ajudam a crescer a UP e as vendas do jornal. Jornal A Verdade. 2023. Disponível em: https://averdade.org.br/2023/09/brigadas-ajudam-a-crescer-a-up-e-as-vendas-do-jornal/. Acesso em: 01/12/24

ASSIS, Bia. RUCKL, Maria. Brigadas de terça-feira impulsionam a UJR em Santa Catarina. Jornal A Verdade. 2024. Disponível em: https://averdade.org.br/2024/10/brigadas-de-terca-feira-impulsionam-a-ujr-em-santa-catarina/. Acesso em: 01/12/24

ASSIS, Raphael Assis. ANNUNZIATA, Felipe. Incompetência de Bolsonaro deixa os pobres mais vulneráveis ao Coronavirus. Jornal A Verdade. 2020. Disponível em: https://averdade.org.br/2020/03/incompetencia-de-bolsonaro-deixa-os-pobres-mais-vulneraveis-ao-coronavirus/. Acesso em: 01/12/24

BARRADAS, Igor. GABRIEL, João. UJR cresce com brigadas do jornal nas escolas e universidades. Jornal A Verdade. 2023. Disponível em: https://averdade.org.br/2023/06/ujr-cresce-com-brigadas-do-jornal-nas-escolas-e-universidades/. Acesso em: 01/12/24

BARROS, Hilsten. A importância do jornal impresso para a democratização da mídia. Jornal A Verdade. 2023. Disponível em: https://averdade.org.br/2023/10/a-importancia-do-jornal-impresso-para-a-democratizacao-da-midia/. Acesso em: 01/12/24

BEZERRA, Tiago. Brigadas do jornal A Verdade como organizador coletivo: esforço coletivo e individual. Jornal A Verdade. 2021. Disponível em: https://averdade.org.br/2021/08/brigadas-do-jornal-a-verdade-como-organizador-coletivo-esforco-coletivo-e-individual/. Acesso em: 01/12/24

BRASIL. Audiência pública para tratar dos casos Emmanuel bezerra dos santos e manoel lisboa de moura. Disponível em: https://www.comissaodaverdade.pe.gov.br/uploads/r/arquivo-publico-estadual-jordao-emerenciano/e/1/4/e148ba870cd7226af6e1a89450177aa181bf9961ad144b979b0496f773d3b0d4/3b6fc50f-4529-4fba-a981-2f59fb74ef37-004-Audiencia_Comissao_da_Verdade_n._70.pdf. Acesso em: 30/11/24

BRASIL. População do brasil chega a 212,6 milhões de habitantes, aponta ibge. Gov.br. 2024. Disponível em: https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/noticias/2024/08/populacao-do-brasil-chega-a-212-6-milhoes-de-habitantes-aponta-ibge. Acesso em: 30/11/24

BRASIL. Resolução nº 23.571, de 29 de maio de 2018 – Brasília/DF. Tribunal Superior Eleitoral, 2019. Disponível em: https://www.tse.jus.br/legislacao/codigo-eleitoral/normas-editadas-pelo-tse/resolucao-no-23-571-de-29-de-maio-de-2018-2013-brasilia-df. Acesso em: 30/11/24

BRASIL. TSE aprova registro do estatuto e do órgão de direção nacional do partido Unidade Popular (UP). Tribunal Superior Eleitoral, 2019. Disponível em: https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2019/Dezembro/tse-aprova-registro-do-estatuto-e-do-orgao-de-direcao-nacional-do-partido-unidade-popular-up. Acesso em: 30/11/24

CABRAL, Amílcar. Unidade e luta: discursos e escritos. Tradução de Michael Wolfers. Londres: Heinemann, 1980. p. 129.

CARAMANTE, Thales. Quais argumentos a legalização da Unidade Popular comprova?. Jornal A Verdade. 2019. Disponível em: https://averdade.org.br/2019/12/quais-argumentos-a-legalizacao-da-unidade-popular-comprova/. Acesso em: 01/12/24

DAVIDOVICH, Victor. Brigada da UJR vende 384 jornais no Ceará. Jornal A Verdade. 2023. Disponível em: https://averdade.org.br/2023/10/brigada-da-ujr-vende-384-jornais-no-ceara/. Acesso em: 01/12/24

EDITORIAL. Chegou a verdade quinzenal. Jornal A Verdade. 2022. Disponível em: https://averdade.org.br/2022/05/chegou-a-verdade-quinzenal/. Acesso em: 01/12/24

FALCÃO, Luiz. Governo impede milhões de pessoas de receberem auxílio emergencial. Jornal A Verdade. 2020. Disponível em: https://averdade.org.br/2020/05/governo-impede-milhoes-de-pessoas-de-receberem-auxilio-emergencial/. Acesso em: 01/12/24

FÉLIX, Camila. GUSTAVO, Luiz. Brigadas nas ruas aumentam vendas de A Verdade em Sergipe. Jornal A Verdade. 2024. Disponível em: https://averdade.org.br/2024/02/brigadas-nas-ruas-aumentam-vendas-de-a-verdade-em-sergipe/. Acesso em: 01/12/24

FERNANDO, Paulo. A importância da brigada para a militância coletiva. Jornal A Verdade. 2024. Disponível em: https://averdade.org.br/2024/07/a-importancia-da-brigada-para-a-militancia-coletiva/. Acesso em: 01/12/24

GONSALVES, Wesley. Publicidade tem alta de 7,2% e movimenta R$ 74 bilhões em investimentos de mídia em 2022. Terra, 2023. Disponível em: https://www.terra.com.br/noticias/publicidade-tem-alta-de-72-e-movimenta-r-74-bilhoes-em-investimentos-de-midia-em-2022,ab5389d0216a96164b1e5d889fdd2680kg812d0f.html?utm_source=clipboard. Acesso em: 01/12/24

GOULD, Gregorio Motta. Do pravda bolchevique ao jornal a verdade. Jornal A Verdade. 2019. Disponível em: https://averdade.org.br/2019/09/do-pravda-bolchevique-ao-jornal-a-verdade/. Acesso em: 01/12/24

História do partido comunista bolchevique da União Soviética. Pernambuco: Edições Centro Cultural Manoel Lisboa, 1999. Disponível em: https://www.marxists.org/portugues/tematica/livros/historia/index.htm. Acesso em: 01/12/24

III INTERNACIONAL. A propaganda, agitação e imprensa comunista. 1921. Disponível em: https://averdade.org.br/wp-content/uploads/2020/04/A-PROPAGANDA-AGITA%C3%87%C3%83O-E-IMPRENSA-COMUNISTA-1.pdf. Acesso em: 01/12/24

Intervozes. Indicadores de risco à pluralidade da mídia. Media Ownership Monitor Brasil, 2017. Disponível em: https://brazil.mom-gmr.org/br/. Acesso em: 30/11/24

Investimentos publicitários no Brasil ultrapassam R$ 74 BI. Kantar Ibope Media, 2023. Disponível em: https://kantaribopemedia.com/conteudo/investimentos-publicitarios-no-brasil-ultrapassam-r-74-bi/. Acesso em: 30/11/24

LÊNIN, V.I. Que fazer? problemas candentes do nosso movimento. 1902. Disponível em: https://www.marxists.org/portugues/lenin/1902/quefazer/fazer.pdf. Acesso em: 30/11/24

LÊNIN, V.I.. Uma questão urgente: artigos para a gazeta operária. 1899. Disponível em: https://www.marxists.org/portugues/lenin/1899/mes/42.htm. Acesso em: 30/11/24

LIMA, Venício A. de. Mídia: teoria e política. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

MACHADO, Cadu. A importância da prestação de contas e das brigadas do jornal A Verdade. Jornal A Verdade. 2023. Disponível em:

https://averdade.org.br/2023/01/a-importancia-da-prestacao-de-contas-e-das-brigadas-do-jornal-a-verdade/. Acesso em: 01/12/24

MACHADO, Cadu. Sobre brigadas e prestação de contas. Jornal A Verdade. 2023. Disponível em: https://averdade.org.br/2023/08/sobre-brigadas-e-prestacao-de-contas/. Acesso em: 01/12/24

MARX, Karl. ENGELS, Friedrich. A ideologia alemã. Tradução: Luis Claudio. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

MARX, Karl. Liberdade de imprensa. Tradução: Cláudia Schilling, José Fonseca. Porto Alegre: Editora L&PM, 2006.

MELMAN, J.H. O Jornal é uma ferramenta militante dos revolucionários. Jornal A Verdade. 2024. Disponível em: https://averdade.org.br/2024/09/o-jornal-e-uma-ferramenta-militante-dos-revolucionarios/. Acesso em: 01/12/24

OUTTES, Ludmila. Capitalismo impede o fim da pandemia de Covid-19. Jornal A Verdade. 2021. Disponível em: https://averdade.org.br/2021/03/capitalismo-impede-o-fim-da-pandemia-de-covid-19/. Acesso em: 01/12/24

PATRIOTA, Sandino. A organização popular em tempos de COVID-19. Jornal A Verdade. 2020. Disponível em: https://averdade.org.br/2020/03/a-organizacao-popular-em-tempos-de-covid-19/. Acesso em: 01/12/24

POZINO, Acauã. OMS decreta o fim da emergência sanitária da pandemia de Covid-19. Jornal A Verdade. 2023. Disponível em: https://averdade.org.br/2023/05/oms-decreta-o-fim-da-emergencia-sanitaria-da-pandemia-de-covid-19/. Acesso em: 01/12/24

REDAÇÃO ESTADUAL - PI. Programa de Formação para a quarentena já alcançou 14 mil visualizações. Jornal A Verdade. 2020. Disponível em: Programa de Formação para a quarentena já alcançou 14 mil visualizações - A Verdade. Acesso em: 01/12/24

REDAÇÃO ESTADUAL - SP. A importância dos aliados e apoiadores para a revolução. Jornal A Verdade. 2024. Disponível em: https://averdade.org.br/2024/07/a-importancia-dos-aliados-e-apoiadores-para-a-revolucao/. Acesso em: 01/12/24

Redes sociais são usadas por 71% dos brasileiros como fonte de informação, mostra Kaspersky. **Kaspersky**. 2021. Disponível em: https://www.kaspersky.com.br/about/press-releases/redes-sociais-sao-usadas-por-71-dos-brasileiros-como-fonte-de-informacao-mostra-kaspersky. Acesso em: 30/11/24

ROSÁRIO, Miguel do. Exclusivo! Liberais e viciados em dinheiro público: publicidade federal na Veja cresce 490%. O Cafezinho, 2017. Disponível em: https://www.ocafezinho.com/2017/05/21/exclusivo-liberais-e-viciados-em-dinheiro-publico-publicidade-federal-na-veja-cresce-490/. Acesso em: 30/11/24

SILVA, Carlos. Comunicação, hegemonia e contra-informação. São Paulo. Editora Cortez, 1982.

YAHYA, Hanna. Jornais impressos: circulação despenca 16,1% em 2022. Poder 360. 2023. Disponível em: https://www.poder360.com.br/economia/jornais-impressos-circulacao-despenca-161-em-2022/. Acesso em: 30/11/24

ANEXO

DECLARAÇÃO

Declaro para os devidos fins que este Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia/Tese/Dissertação), escrito sob minha orientação, está em versão final, de acordo com as solicitações realizadas pela banca examinadora.

Informo também que procedi à revisão final do texto, constatando que atende às especificações das normas da ABNT para apresentação de trabalhos acadêmicos da UFCA, no que diz respeito ao conteúdo e à formatação.

Juazeiro do Norte, 04 de março de 2026

gov.br Documento assinado digitalmente
TIAGO COUTINHO PARENTE
Data: 04/03/2026 19:44:21-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br