



Organicidade de classe e empresas jornalísticas: uma crítica à ideia de Partido da Imprensa

*Class Organicity and Business Journalism: a critical view of the
Party Press Idea*

Fábio César Venturini

Escola Paulista de Política, Economia e Negócios da Universidade Federal de São Paulo –
e-mail: fabioventurini@hotmail.com

Resumo

A atuação parcial de veículos de imprensa na cobertura de temas ligados a governos de diversos níveis, em função do partido que ocupa a gestão da coisa pública, fez com que jornalistas independentes utilizassem a ideia de “Partido da Imprensa” para designar um grupo de empresas que trabalhariam como organizações político-partidárias com atuação mais intensa em período eleitoral. Este artigo propõe a análise das características destas empresas, sua formação história e relações com o poder para verificar se o seu caráter é

partidário. Foi usado o método materialista-dialético de articulação bibliográfica e de fontes para analisar a sua formação histórica, relações político-econômicas e avaliar se a ideia de “partido da imprensa” trata de uma “sloganização”, ou seja, a síntese de forma didática de uma ideia complexa que acaba por interditar a possibilidade de compreensão do objeto.

Palavras-chave: Partido da imprensa. Imprensa orgânica. Autocracia burguesa.

Abstract

Partiality of Brazilian media outlets in covering topics related to governments at various levels, depending on which party occupies the management of public affairs, made independent journalists to use the idea of "Press Party" in order to designate a group of companies that would act as partisan political organizations with more intense action at election time. This present article discusses the characteristics of these companies, their training history and relations with the power to check whether your character as party. The materialist-dialectical method of articulation and bibliographic sources was used to analyze its historical formation, political and economic relations and evaluate the idea of "party press" it is a "sloganization", for instance, the synthesis of form teaching of a complex idea that ultimately prohibit the possibility of understanding the object.

Keywords: Party press. Organic media. Bourgeois autocracy.

Colocação do problema

O jornalismo nasceu na Europa como uma atividade não necessariamente capitalista. A partir do século XIX, o seu caráter mais acentuado foi o de publicismo, na efervescência de disputas entre monarquistas e republicanos, socialistas e liberal-burgueses, constituindo apenas em alguns casos forma de produção de renda, sendo pressionados por governos para que assumissem uma aparência de independência a partir do ponto de vista liberal (MARX, 1994). Na passagem do século, o jornalismo fez sua transição de prática eminentemente política, com algum viés comercial, para uma atividade capitalista, sendo que no Brasil, desenvolveu-se como uma operação capitalista de viés político intrinsecamente liberal, presente com publicismo desde os movimentos pró-independência, no período imperial, e servindo como imprensa política pelo menos até o final da I Guerra Mundial (SODRÉ, 1998).

A hegemonia dos Estados liberais burgueses e/ou democráticos de direito tornou os donos de jornais em protagonistas na divulgação de notícias a respeito das instituições estatais e da gestão da coisa pública. Estas duas formas de organizar e interpretar o Estado moderno se valem dos pilares filosóficos de que o Estado é o ponto mais alto da civilização, perene em decorrência da natureza humana que

tende para a barbárie (HOBBS, 1988); é protagonista e guia da ação de todos os cidadãos em seus domínios, regulados no campo do Direito (HEGEL, 2010); e a tripartição de poderes em Executivo, Legislativo e Judiciário, isentos e complementares, garante equilíbrio e dinâmicas de autofiscalização (ROUSSEAU, 2010).

Esta concepção idealista (o Estado é projetado para implantação subsequente) faz com que as falhas no funcionamento do sistema liberal ou democrático de direito, que seria, portanto, uma construção perfeita, em anomalia a ser identificada e erradicada. Ganha a imprensa independente de partidos, nesse sentido, o papel de fiscal público extraestatal dos Poderes Constituídos.

Diversos estudos foram empreendidos no sentido de demonstrar a imprensa como um quarto poder desse Estado ideal, sendo a imparcialidade uma condição dada e verdadeira, decorrente do caráter apartidário e economicamente independente, tendo a autogestão do conteúdo pela ética profissional. Anomalias, dentro desse idealismo filosófico seriam, portanto, desvios individuais de conduta. Tal percepção tornou-se comum nos Estados Unidos no início do século XX, quando as redações passaram a adotar maciçamente a pirâmide invertida, retirando do redator o caráter de sujeito da notícia em benefício de uma forma liberal-burguesa de parcialidade. Nesse sentido, a função social do jornalista se tornou parte da construção ideológica, resultando no estabelecimento de códigos éticos e/ou deontológicos para que o jornalista seja um “cão de guarda” (*watchdog*) da sociedade perante o poder. Esta tendência hegemônica no ensino de jornalismo nos Estados Unidos, idealizada por Joseph Pulitzer, exerce grande influência no Brasil até os dias de hoje, tendo ressonância em autores como Eugênio Bucci (2012), na área de ética jornalística, Carlos Chaparro (1994), com ênfase no fazer jornalístico, e José Marques de Melo (2006), em teorias do jornalismo e da comunicação.

Por outro lado, autores cujo arcabouço teórico-metodológico reside na práxis demonstram como a imprensa não é neutra por essência e analisaram como já foi utilizada de forma totalmente oposta a qualquer possível imparcialidade na estetização nazista da guerra (BENJAMIN, 1994), na mediação cultural e enculturação em toda a América Latina (MARTÍN-BARBERO, 2013) e na construção ideológico-cultural da superioridade de homens sobre mulheres, brancos sobre negros, colonizadores sobre colonizados (HALL, 2005). Além da concepção idealista fundamentada na construção da ideologia burguesa (MARX, 2010, MARX; ENGELS, 2007), surgiu na última década no Brasil uma ideia que ainda não constitui um conceito ou categoria que busca contextualizar a atuação política das empresas de comunicação que mantêm publicações jornalísticas, que é o de Partido da Imprensa, sobre o qual neste artigo se propõe o debate.

A origem do termo não é precisa, porém, a ideia tem tempo-espaço identificáveis. Durante a campanha eleitoral para a Presidência da República do Brasil em 2006, envolvendo o então presidente Luís Inácio Lula da Silva, do Partido dos Trabalhadores

(PT), e o governador de São Paulo, Geraldo Alckmin, do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), o volume de denúncias a respeito da compra de votos de parlamentares pelo governo federal, com o termo cunhado na imprensa de “Mensalão”, foi amplo no noticiário eletrônico, notadamente o televisivo, impresso e digital. O jornalista Paulo Henrique Amorim, editor do blogue *Conversa Afiada*, hospedado no Portal iG, passou a questionar a veracidade dos fatos e os critérios de apuração e noticiabilidade empregados pelos veículos de maior cobertura nacional, levantando a ideia de que a atuação de diversos veículos, destacadamente a TV Globo, os jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*, assim como a revista *Veja*, da Editora Abril, faziam uma atuação partidária de oposição ao PT.

Paulo Henrique Amorim foi demitido do iG em março de 2008 sem que a razão fosse claramente revelada ao seu leitor, porém, deixada para a compreensão nas entrelinhas de que seu desligamento foi motivado pelo elevado número de críticas ao então governador de São Paulo, José Serra, e ao ex-presidente da República, Fernando Henrique Cardoso, ambos do PSDB. Na ocasião, outro blogueiro do iG, Mino Carta, editor-chefe da Revista *Carta Capital*, pediu desligamento do portal em solidariedade a Amorim.

A partir de então, em endereço próprio na internet¹, Amorim passou a usar o termo “Partido da Imprensa Golpista” para designar este grupo de empresas jornalísticas, aos quais incluiu o antigo empregador, o portal iG (a sigla do *partido*, PiG, foi cunhada com i minúsculo lembrando a logomarca do iG e a palavra em inglês que significa porco). Esta referência se propunha a sintetizar num aforismo a preferência eleitoral desses veículos da grande mídia, com impacto nas notícias produzidas, não necessariamente verdadeiras, em perseguição sistemática a quadros do Partido dos Trabalhadores, como se constituíssem, estes mesmos veículos, um partido de oposição ao governo federal coligado ao PSDB.

A ideia de imprensa como partido já vinha sendo usada nos discursos do deputado federal Fernando Ferro, do PT de Pernambuco, líder da bancada do partido na Câmara Federal desde 2005, acolhido entre a militância do PT (repleta de professores universitários e pesquisadores) e do seu principal aliado, o Partido Comunista do Brasil (PCdoB). O parlamentar chegou a propor em seu site pessoal² uma enquete sobre qual jornalista deveria ser o “presidente do PiG”, em outubro de 2009. O termo, em si, não é possível afirmar quem cunhou (o que efetivamente não é o mais importante), mas a ideia de “Partido da Imprensa” foi adotada por outros blogueiros em seus espaços, destacadamente Luiz Carlos Azenha, editor do *Vi o Mundo*³, e Rodrigo Viana, do *Escrevinhador*⁴, ambos ex-funcionários da TV Globo que, como Amorim, foram contratados pela TV Record de São Paulo.

¹ Disponível em: < www.conversaafiada.com.br>.

² Disponível em: < www.fernandoferro.com.br>.

³ Disponível em: < www.viomundo.com.br>.

O uso de aforismos buscando uma forma pedagógica pautada pela rapidez que se demanda no dinamismo dos canais de comunicação social é comum no jornalismo. No livro *Pedagogia do Oprimido*, Paulo Freire definiu essa prática como “slogанизação”, uma forma de realizar comunicados em sentido vertical que retiraram do oprimido a possibilidade de diálogo, pronúncia da sua cultura e, portanto, o entendimento de todas as complexidades envolvidas em temas da materialidade vivida. Usada pelos conservadores, constrói ideologia e, pelos opositores progressistas (descritos por Freire em 1968 como “revolucionários”), produz “sectarismo de esquerda”⁵.

No caso do “Partido da Imprensa”, a ideia intrínseca é de que há uma produção jornalística para além da manipulação, patrocinada por um grupo de empresas deliberadamente voltadas a alcançar objetivos eleitorais em benefício de setores conservadores, contando para tanto com a contribuição militante de seus quadros de funcionários disciplinados e leais aos mesmos princípios políticos e filosóficos. Embora nascido no jornalismo digital, o termo passou a ser incorporado por acadêmicos em foros de debate, sendo citado verbalmente, sem uma reflexão mais aprofundada, notadamente na área de ciências políticas. Como não há uma reflexão aprofundada neste sentido, impedindo mesmo um debate teórico-metodológico por não haver com quem dialogar fora do nível integralmente empírico, o seguinte problema proposto: tal concepção cumpre um papel de “slogанизação” da crítica à atuação de emissoras de TV, portais, editoras de revistas e jornais que, embora se apresentem formalmente como fiscais da República pautados pela imparcialidade, atuam de forma tendenciosa contra o governo federal, particularmente o Partido dos Trabalhadores?⁶ Efetivamente, atuam dessa forma?

Nas ciências políticas, há uma categoria de análise consolidada e amplamente debatida que se aproxima da ideia de imprensa como partido, que é “partido militar”, defendida em boa parte do século XX por pesquisadores que tentaram demonstrar o caráter de ação e organização política de classe das Forças Armadas, em especial o Exército Nacional, na vida Republicana, resultando em dois golpes de Estado e duas ditaduras com forte influência e participação a partir dos quartéis (FERREIRA, 2000). Apesar de todas as pesquisas que contestam o conceito de

⁴ Disponível em: < www.escrevinhador.com.br>.

⁵ Embora seja renomado pedagogo e referência na área da Educação, Freire faz esta reflexão para pensar uma “Revolução Cultural” que resulte na autonomia dos oprimidos de modo a se tornarem sujeitos de suas próprias vidas. Sua crítica à slogанизação feita por revolucionários é no sentido de que, tanto em ambientes escolares quanto comunicacionais e de militância, reforça as práticas de opressão impedindo o diálogo (ação ou método antidialógico), como a educação bancária (o oprimido é um recipiente de conteúdo depositado por um depositante que reproduz a opressão) e a comunicação dominada pelo opressor.

⁶ A imprensa, como partido, não pode ser confundida como imprensa partidária, caso em que partidos fundam veículos para realizar publicismo, objeto de muitos e profícuos estudos nas áreas de Comunicação, História, Sociologia, Filosofia e Ciências Políticas. Nesse sentido, a imprensa partidária estaria mais próxima (inclusive com vinculações políticas) da imprensa sindical.

partido militar, sendo a principal delas a que vincula a ação militar ao seu caráter “bonapartista” e defensora da “autocracia burguesa” (RAGO FILHO, 2004), os defensores da categoria “partido militar” têm a seu favor, em relação ao conceito de partido da imprensa, uma lista de presidentes que foram generais do Exército alçados à chefia do Poder Executivo por articulações e deliberações dentro dos quadros das Forças Armadas. Sendo o “Partido da Imprensa” uma ideia acolhida pelos principais partidos governistas autointitulados de esquerda, como o PT e PCdoB, faz-se aqui uma reflexão com o método materialista-dialético, articulando referencial teórico com fontes e informações produzidas pelos sujeitos históricos envolvidos, para análise desta ideia, buscando articular a formação histórica da imprensa no Brasil, sua relação de classe e articulações político-econômicas até se consolidarem como organizações da área de comunicação de grande abrangência em território nacional.

Para identificar o possível caráter partidário da imprensa, o que poderia justificar a sua consideração como categoria de análise, parte-se das reflexões propostas por Antonio Gramsci, que descreveu em grande parte de sua obra o partido, notadamente em *Escritos Políticos* e *Cadernos do Cárcere*, como uma instituição da sociedade civil dotada de um programa estruturado, linha de atuação política, militância ativa e imbricada, ligações profundas com a população proletária e quadros capazes de dirigir todo esse conjunto. Como ferrenho crítico do Partido Socialista Italiano (o qual acusava de ter sido cooptado pelo capital, sendo também diretamente responsável pela ascensão dos *fasci italiani de combattimento*, de Benito Mussolini), sua preocupação era com a revolução comunista. Gramsci, também jornalista, pensava em como os jornais comunistas poderiam entrar no embate de disputa cultural da opinião, a qual era transformada em senso comum com base na ideologia burguesa. Os jornais pró-burguesia e pró-fascismo cumpriram, portanto, um trabalho de divulgação da produção de intelectuais orgânicos da direita fascista italiana.

Cabe então verificar, no caso do “Partido da Imprensa” no Brasil, se o partido é uma organização política e o conjunto de empresas jornalísticas toma um lado (não somente para Gramsci, mas em todo o campo do pensamento marxista, a imparcialidade dos jornais não é possível), por que a imprensa brasileira assumiria um caráter partidário particularmente após a ascensão do PT ao Executivo Federal? Estas empresas, formando um conjunto alinhado politicamente nos núcleos de poder (associações empresariais e foros de profissionais em cargos de confiança de alto escalão), possuem articulação política suficiente nos escalões mais minuciosos de militância a ponto de tornar seus empregados em cabos eleitorais? Partindo dessa perspectiva dos profissionais de imprensa na Internet que difundem o termo, as empresas jornalísticas possuem estrutura de partido sem legenda oficial?

Formação histórica

A atuação das maiores empresas jornalísticas do Brasil é tradicionalmente feita do ponto de vista politicista, colocando dicotomias midiáticas como se fossem relações dialéticas: esquerda-direita, reacionários-progressistas, comunistas-fascistas, PT-PSDB. Esta análise binária bebe, primordialmente, na dicotomia entre a existência de uma imprensa livre ou de uma imprensa golpista, tomando como premissa a plausibilidade idealista da atuação autônoma, independente e imparcial de órgãos de imprensa para aperfeiçoar o Estado como ente perfeito, cujos óbices são postos por desvios de conduta. O quadro 1 mostra a organização dos grupos comunicacionais analisados para construir a ideia de Partido da Imprensa:

Quadro 1 – Ramos de atuação dos maiores grupos comunicacionais classificados como integrantes do “partido da imprensa”

Grupo	Proprietários	Veículos	Outras atividades do grupo
Abril	Família Civita	Publicação de revistas e sites, TV por assinatura, ramo fonográfico, mídia de elevadores, evento (Casa Cor), emissoras de rádio	Escolas de cursos pré-vestibulares, editora de livros, sistemas de ensino, empresa de distribuição de publicações para bancas de jornal, gráfica
Estado	Família Mesquita	Jornal, rádio, TV, Revistas, portal, empresa de comunicação digital, agência de notícias, gráfica	Ativos em imóveis
Folha	Família Frias	Jornais, revistas, gráfica, editora de livros, instituto de pesquisas, Internet	<i>Joint venture</i> em Internet (via UOL, conteúdo, sistemas de informação, hospedagem etc.), jornal Valor Econômico (com Grupo Globo), servidores de hospedagem

Globo	Família Marinho	TV aberta, conveniadas e Internet, jornais, rádios editoras de revistas e TV por assinatura (satélite e cabo)	Editora de livros, empresa fonográfica, cinema e participação em empresas de telecomunicações
-------	-----------------	---	---

Consolidação de dados: relatórios financeiros Globo Participações S.A., Grupo Abril de Comunicações S.A. e Projeto Donos da Mídia (www.donosdamidia.com.br).

Cabe, então, ressaltar o caráter primeiro de todas estas instituições do “golpismo midiático”: elas são empresas capitalistas, tendo como seus objetivos essenciais a acumulação e o lucro, obtidos pela expropriação da mais valia. Fazem parte de consórcios empresariais articulados com outras frações da burguesia, tendo, portanto, interesses em comum. Em a *Revolução Burguesa no Brasil*, Florestan Fernandes descreve o processo de transformação, ainda no século XIX, das oligarquias rurais em burguesias agrário-exportadoras pela assimilação de costumes políticos, econômicos e culturais das burguesias europeias, criou uma nova classe burguesa a partir das mesmas famílias que dominavam as estruturas oligárquicas, de modo que se instituiu uma maneira autocrática de controle do Estado, redundando no aparelhamento do Estado em benefício da economia cafeeira e, posteriormente, dos setores da burguesia na industrialização impulsionada pela ação estatal a partir dos anos 1930.

Entre os setores oligárquicos e de classes médias urbanas que se transformaram em frações de burguesia, surgiu a atividade empresarial jornalística. Um dos primeiros casos, no final do século XIX, foi a criação, por Júlio de Mesquita, do jornal A Província de S. Paulo, no qual se defendiam de forma publicista os interesses das burguesias agrário-exportadoras, do liberalismo e da superioridade paulista perante outras regiões do Brasil, como se os interesses desta província (especialmente a não abolição do trabalho escravo, uma ideia considerada “comunista”) fossem mimeticamente “interesses do Brasil” (COSTA, 1985).

O sucesso empresarial de Júlio de Mesquita deixou para a família um lucrativo negócio com potencial de influência política sobre as parcelas alfabetizadas da população, chegando Júlio de Mesquita Filho a ser um dos principais mentores do levante paulista de 1932 contra o governo golpista de Getúlio Vargas e propagandista eficiente do seu cunhado e sócio em O Estado de S. Paulo, Armando Sales de Oliveira, eleito governador pela Assembleia Constituinte em 1934 e virtual candidato à Presidência da República nas eleições que não ocorreram em 1938⁷.

⁷ Este histórico é divulgado em hotsite no portal do Grupo Estado com tom de epopeia, numa heroicização dos fundadores da empresa como guardiães da liberdade e da independência da imprensa. O vínculo da atividade política a qualquer interesse econômico dos jornais da empresa é, no entanto,

Na passagem da economia cafeeira para a industrial, o Estado cumpriu função de intervir na automaticidade da economia, que tendia para a atividade agrário-exportadora, em benefício da atividade industrial urbana, tendo a empresa privada como *locus* da acumulação (OLIVEIRA, 2003). Com a expansão dos centros urbanos como um dos efeitos, o número de trabalhadores para a indústria fez elevar também o número de leitores e audiência das emissoras de rádio, desenvolvendo o negócio de imprensa eletrônica.

O golpe do Estado Novo, em 1937, cerceou as pretensões de cargos eletivos de membros da burguesia da informação, como Armando Sales de Oliveira, porém, não acabou com a sua empresa jornalística, que continuou lucrativa, particularmente se associada ao governo ditatorial, como os jornais O Globo, do Rio de Janeiro, e a Folha da Manhã, de São Paulo. Nos anos seguintes, o maior grupo de comunicação do Brasil, os Diários Associados, de Assis Chateaubriand, manteve relação de grande tensão com o governo Vargas, porém, sempre viável do ponto de vista do capital a despeito de uma gestão heterodoxa (MORAIS, 1994). Todos estes grupos comunicacionais tinham em comum a defesa do sistema capitalista e a propagação de ondas anticomunistas, no uso do medo incutido na “opinião pública” como uma forma de alijar adversários anticapitalistas do direito à participação política (MOTTA, 2002).

Sendo o Estado organizado em função da empresa industrial, como fora pela empresa cafeeira e sem abandonar o setor agrário exportador, as frações de classe detentoras de meios de comunicação também fizeram parte da construção de um bloco autocrático burguês que aparelhou o Estado em função das burguesias autocráticas historicamente constituídas, sendo esta fração de burguesia proprietária de empresas de comunicação também atuante na construção ideológica no âmbito extraescolar, palanque de classe e também, não apenas, de políticos populistas e de partidos.

Durante os impulsos de industrialização realizados nos governos Vargas e Kubitschek, o rádio foi o principal meio de construção da ideologia burguesa, cuja hegemonia na propriedade e operação coube aos Diários Associados. Com o golpe de 1964, a equipe do presidente Castelo Branco adotou Roberto Marinho, dono de um jornal de segunda grandeza e uma emissora de rádio no Rio de Janeiro, como principal aliado do governo ditatorial no mercado da comunicação, gestor de um novo sistema de informação oficial, de natureza privada. Marinho recebeu a concessão de dois canais de TV em 1965, um em São Paulo e outro no Rio de Janeiro. O governo federal investiu na montagem de uma grande estrutura de telecomunicações que, apesar de ter caráter público, foi colocada à disposição dos interesses privados da TV Globo a partir de 1969, quando o seu principal produto jornalístico,

ignorado, deixando que o silêncio obstrua o diálogo sobre o caráter de atividade capitalista de empresas jornalísticas já no final do século XIX e início do XX.

o Jornal Nacional, passou a ser transmitido ao vivo para todo território brasileiro. Tratou-se de um aparelhamento do Estado em benefício particular que se propunha a ser a voz oficial do governo ditatorial (HARTOG, 1993). Do ponto de vista das relações econômicas empresariado-governo, não difere de subsídios a atividades industriais, agrário-exportadoras e financeiras.

O impulso estatal na área da comunicação criou uma poderosa, autocrática e conservadora burguesia da comunicação da qual fazem parte os herdeiros do espólio dos fundadores dos grupos Globo, Estado e Folha. Com o fim da ditadura, a legislação, em vias de se modificar com a Assembleia Nacional Constituinte, poderia ser decisiva para quebra desse grande bloco. Porém, por meio da Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), a Comissão da Família, da Educação, Cultura e Esportes, da Ciência de Tecnologia e da Comunicação da ANC teve seus trabalhos obstruídos.

As atas da Comissão da Família, da Educação, Cultura e Esportes, da Ciência de Tecnologia e da Comunicação da ANC mostram o embate da deputada Cristina Tavares (PMDB-PE) para aprovação de uma proposta em que toda comunicação deveria responder à sociedade por qualidade de conteúdo, respeito a diversidades e regionalismos, sendo também objeto de controle social exercido por conselhos editoriais indicados pela sociedade civil. A deputada se referenciou na legislação dos Estados Unidos, mas foi acusada de elaborar uma proposta “comunista”, rejeitada antes de seguir para a Comissão de Sistematização, responsável por inserir os textos de comissões e subcomissões no projeto final da ANC. As articulações para obstruir a proposta foram realizadas pessoalmente pelo ministro das Comunicações, Antônio Carlos Magalhães, dono de uma repetidora da Globo na Bahia⁸:

Em nenhum país se permite tal concentração como temos hoje, no Brasil, uma televisão Globo, por exemplo. Talvez algum país na América Central ou algum país atrasado da África, mas em nenhum país em que essas questões de comunicação tenham sido democraticamente discutidas, permite-se que proprietários de rádios sejam proprietários de televisão e que sejam ao mesmo tempo proprietários de jornais. Esta enorme concentração de poder tem, entre outros aspectos negativos, o da liquidação das culturas regionais.

(...) Fomos derrotados porque corromperam um parlamentar da Subcomissão, que confessou ter trocado seu voto pela concessão de um canal de televisão em

⁸ Reunião ordinária de 3 de junho de 1987. Atas da Comissão da Família, da Educação, Cultura e Esportes, da Ciência de Tecnologia e da Comunicação, p. 10. No geral, a Constituição de 1988 teve inicialmente com caráter nacional-desenvolvimentista. Durante a década de 1990, passou por uma reforma prevista, em 1993, e uma profunda reforma informal conduzida pelo presidente Fernando Henrique Cardoso, com a qual o caráter nacionalista foi revertido para um profundo viés neoliberal. A comunicação social, contudo, foi o único setor a sair da ANC, em 1988, liberalizado em benefício das grandes corporações de mídia.

Imperatriz no Maranhão. Lamento, o nome já foi dito, é o Constituinte Onofre Corrêa. Lamento que isto tenha ocorrido numa Assembleia Nacional Constituinte, mas este é o método do Ministro das Comunicações, Antônio Carlos Magalhães. É dessa forma que há vinte anos se mantém no poder e é este método que vamos enfrentar nesta Comissão Temática; alguém vai ser tentado; votos vão ser cabalados de forma selvagem e mafiosa. (...) A televisão Globo ganhou a Secretaria-Geral do Ministério das Comunicações (Atas da Comissão da Família, da Educação, Cultura e Esportes, da Ciência de Tecnologia e da Comunicação, p. 10, 3 de junho de 1987).

As articulações envolvendo o ministro das Comunicações, a Abert e os delegados constituintes se deu no âmbito do grupo suprapartidário intitulado “Centrão”, formado majoritariamente por parlamentaristas do Partido da Frente Liberal (PFL, atual Democratas) e parte do Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), organizado para ser a voz do Palácio do Planalto dentro da ANC. De modo semelhante à atuação da Abert, a União Empresarial Brasileira montou um Quartel General em um hotel de luxo em Brasília para defender interesses de suas companhias em relação a temas como (obstrução da) reforma agrária, legislação trabalhista, monopólios estatais, setores com garantia de atuação privada e participação do Estado no estímulo à atividade empresarial, tendo as corporações privadas como *locus* da acumulação e da “modernização” do Brasil⁹. A ação da Abert, como representante de empresas privadas, seguiu a mesma estratégia de ação de classe das demais frações de burguesia perante o Congresso, sem vinculação necessária a um partido.

Instrumento de construção ideológica

Como integrantes e simultaneamente defensoras das classes burguesas, as empresas jornalísticas medeiam as relações lógicas de produção-competências de consumo e matrizes culturais-formatos industriais, resultando na comunicação de larga escala, em uma cultura construída nestes meios e percepções/posições políticas que buscam destituir o sujeito da sua condição de pessoa para inseri-lo na condição de massa (MARTÍN-BARBERO, 2013, p. 52-70). Como condição de manutenção do capital, as empresas jornalísticas atuam na construção de referenciais

⁹ O delegado constituinte Guilherme Afif Domingos, deputado do Partido Liberal (SP), apresentou na sessão plenária de 17 de novembro de 1987 um documento com informações que ele, Afif Domingos, forneceu a veículos da imprensa nos quais se revelou que a associação representante de setores empresariais alugou três andares de um hotel de luxo em Brasília para servir de centro estratégico e deliberações entre as lideranças do Centrão, bloco suprapartidário formado sob coordenação do presidente da República, José Sarney, para defesa de pautas conservadoras, e representantes de mais de 600 entidades empresariais de comércio, serviços, da Confederação Nacional da Indústria, da União Democrática Rural e da Federação Brasileira dos Bancos.

que legitimam ética e moralmente a transformação do indivíduo em uma “carcaça do tempo”, mero agente que vive em função da reprodução do capital, da acumulação e do tempo da economia capitalista (MEZÁROS, 2004). Pela repetição e nas construções semânticas, são diretamente responsáveis pela construção ideológica, transformando as ideias das classes dominantes em ideias dominantes.

A atuação das empresas comunicacionais por intermédio da Abert na Assembleia Nacional Constituinte de 1987-1988 valeu-se da convergência de interesses com outras frações de burguesia para manter hegemonia de classe sobre o potencial formador de ideologia com a publicidade, o entretenimento e o jornalismo, investido da aura da imparcialidade. Desde então defendem princípios ideológicos, econômicos ou morais de classe, não necessariamente de partidos, pois ao mesmo tempo em que produzem números desproporcionais de críticas a candidatos do PT em relação aos do PSDB nos períodos eleitorais desde 2002, não abrem muitos parágrafos para avaliar o que de negativo poderia haver, por exemplo, no leilão das reservas de petróleo de Libras, no pré-sal, cabendo esta crítica a veículos não alinhados ou parcialmente alinhados a interesses burgueses, como blogueiros, Carta Capital, Carta Maior e Caros Amigos.

A preferência pela crítica ao PT é estatisticamente demonstrada. Em 2010, o jornal Brasil de Fato monitorou as capas dos três maiores jornais do Brasil em número de exemplares e área de circulação, no período de 28 de agosto e 27 de setembro daquele ano: Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, ambos paulistas, e o carioca O Globo. O Brasil de Fato constatou que O Globo publicou somente notícias negativas da candidata Dilma Rousseff, do PT, enquanto a Folha publicou 18 negativas e duas positivas e O Estado de S. Paulo, uma positiva, três neutras e quatro de outros assuntos.

No ano de 2014, o Laboratório de Estudos de Mídia e Esfera Pública do Instituto de Estudos Sociais e Políticos da Universidade do Estado do Rio de Janeiro iniciou o projeto Manchetômetro, para acompanhamento quantitativo da cobertura midiática nas eleições, publicado regularmente no endereço www.manchetometro.com.br. O grupo usa como metodologia classificar as chamadas e manchetes dos três maiores jornais do Brasil em circulação (Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo e O Globo), assim como do Jornal Nacional, da TV Globo, a respeito dos principais candidatos à Presidência da República no que se refere à economia e à política institucional. As notícias envolvendo cada candidato são classificadas como positiva, negativa ou neutra, mostrando tendência a uma cobertura mais crítica a Dilma Rousseff em comparação a Aécio Neves (PSDB) e Eduardo Campos ou, após sua morte, a Marina Silva (PSB), tendo a presidente candidata à reeleição de três (Jornal Nacional e O Estado de S. Paulo) a quatro (O Globo e Folha de S. Paulo) vezes mais chamadas e manchetes para notícias negativas a seu respeito.

Os números foram usados amplamente pelos defensores da ideia de Partido da Imprensa como legitimação deste termo como uma tese, incluindo neste pleito o Brasil247¹⁰ e o blogue do jornalista Renato Rovai, hospedado na Revista Fórum¹¹. Efetivamente mostram uma clara discrepância, porém, são um mero levantamento quantitativo. Para se fazer uma categorização de quem usa de tal prática crítica, há de se considerar diversos aspectos qualitativos, como: a candidatura do Partido dos Trabalhadores, como ocupante do cargo da presidência, também é um alvo mais procurado na geração de manchetes, principal instrumento de marketing dos jornais. Estes levantamentos da UERJ não consideram (até por não se propõem a isso) sobre quais pontos o PT foi criticado, o que daria efetivamente, condições de identificar a posição dos veículos de imprensa monitorados para além da legenda partidária, mas também pelas suas pautas políticas, econômicas, culturais, éticas, morais e sociais.

No ano de 2013, o governador de São Paulo, Geraldo Alckmin (PSDB), criou um programa de pagamento de tratamentos psiquiátricos para usuários de crack. Fundamentado no dado concreto de que as instituições públicas de saúde psiquiátrica do Estado não tinham capacidade para atender gratuitamente o número elevado de possíveis pacientes, o governador autorizou um pagamento a instituições privadas cadastradas para atender a demanda do presente. Chamado “Cartão Recomeço”, o programa consistia no repasse diretamente para clínicas particulares do valor mensal de até R\$ 1.350 para pagamento das despesas de tratamento de usuários de crack que, voluntariamente, procurassem ajuda da Secretaria Estadual de Saúde.

O benefício foi apelidado em discursos conservadores como “Bolsa-Crack”, sendo pioneira a matéria assinada por Bruno Ribeiro e Tiago Dantas em O Estado de S. Paulo de 7 de maio de 2013, cujo título é exatamente o aforismo que indica distribuição de dinheiro para compra de drogas pesadas. O Globo do dia 8 de maio do mesmo ano mancheteou “Governo de SP cria bolsa para usuários de crack”, em matéria assinada por Marcelle Ribeiro. As críticas que se seguiram nos dias seguintes foram pesadas contra o “assistencialismo” da “bolsa-crack”, usando a sloganização reacionária para desqualificar o uso de dinheiro público no auxílio a populações em situação de fragilidade e, também, associar o programa à ideia de “bolsas para qualquer fim” concedidas pelo governo federal, transferindo para a esfera administrada pelo PT uma atitude “reprovável” de um governador do PSDB. A defesa de tese feita nas páginas dos veículos dessas empresas jornalísticas foi claramente de princípios ético-morais, culturais, sociais, não partidários e eleitorais.

O nome e a coisa

¹⁰ Disponível em: < www.brasil247.com >.

¹¹ Disponível em: < www.revistaforum.com.br/blogdorovai >.

As horas trabalhadas na produção da notícia não são remuneradas ao jornalista no valor total pelo que se produz. O quociente da mais valia pelo custo de produção é apropriado pelo proprietário do veículo. Se a empresa jornalística, como qualquer indústria ou banco, não é capaz de apresentar resultado positivo caminha à bancarrota. A mais valia apropriada pelo dono da empresa jornalística na forma de trabalho acumulado é negociada na venda do produto de indústria cultural ou usada na valorização de espaços anexos para divulgação publicitária. Como já foi visto no quadro 1, tais empresas, além do jornalismo, possuem diversos ramos de atuação nas áreas de comunicação e entretenimento, sendo o jornalismo uma divisão desses grupos.

Estes empregadores reúnem-se em foros de regulamentação do mercado e de exercício de força e pressão política sobre os governos em todos seus níveis, como Associação Brasileira de Editores de Revistas, representando primordialmente as editoras Globo e Abril; Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e TV, representando essencialmente a Rede Globo e suas afiliadas (empresas cujos donos são de burguesias regionais dependentes e associadas às burguesias paulista e carioca), além de algumas redes à sua órbita, como Bandeirantes, SBT e Record; e Associação Nacional dos Jornais, representante dos três maiores de circulação nacional (Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo e O Globo), assim como os maiores em cada Unidade da Federação, totalizando 650 empresas.

Estas entidades mantêm sindicatos patronais que, à luz da Consolidação das Leis do Trabalho e das frágeis regulamentações profissionais, usam da legalidade para nivelar por baixo salários de empregados altamente qualificados¹². As longas jornadas e as demissões frequentes, resultando em acúmulo de funções para os jornalistas remanescentes, maximizam a apropriação da mais valia absoluta, sendo que o desenvolvimento tecnológico e a “sinergia” (uso de um produto em diversos canais) potencializam a apropriação da mais valia relativa. O jornalista não apenas é proletário da notícia como é um dos trabalhadores mais explorados no país, que raramente chega a 20 anos de carreira sem complicações sérias de saúde (HELOANI, 2003).

Como integrantes e defensores das burguesias autocráticas que se constituíram historicamente no Brasil, os veículos jornalísticos produzidos por estes grupos econômicos se constituem como uma *imprensa orgânica das burguesias autocráticas*. Elas colocam seus empregados em um sistema de produção voltado ao forne-

¹² Em setembro de 2014, o site de vagas Catho mostrava que o salário médio oferecido a um jornalista na cidade de São Paulo era de R\$ 2.109,57, por uma jornada semanal de 35 a 40 horas, muitas delas demandando “disponibilidade para fechamento e plantões aos finais de semana”. A legislação estabelece que o jornalista tenha jornada de 30 horas semanais, podendo chegar a 35, com piso acordado em convenção coletiva de trabalho de 2.342,40 para cinco horas por dia (30 h/semana). Sequer o rebaixamento salarial do trabalhador técnico é de costumeiro respeito, tornando impraticável o cálculo de quanto de mais-valia se expropria de um jornalista em média.

cimento de conteúdos com altíssimo controle do seu teor, seja pela ação direta de profissionais em cargos de confiança dentro da redação, seja pela fragilidade da formação política do profissional (FIGARO, 2013). O jornalista garante seu sustento dentro da ideologia burguesa, das ideias das classes dominantes como ideias dominantes, resultando na defesa dos interesses das mesmas burguesias.

Sendo o jornalista profissional um trabalhador explorado, não é possível categorizá-lo como um membro de político ou intelectual orgânico das burguesias. São relações de trabalho, não de militância. Há, certamente, alinhamentos ideológicos, mas não significa estar integrado organicamente à classe dos *publishers*, esta última sim de relações orgânicas com as demais burguesias autocráticas. Os cargos de confiança nas redações guardam proporcionalidade em prestígio e liberdade de expressão, tornando os postos-chave em ilhas de possibilidade de atuação política nas quais a chefia pode usar o trabalho de um proletário cuja produção dialética é útil também para sabotar um governo a partir do impedimento do diálogo (o que Paulo Freire chama de método antidialógico), de modo semelhante a produtores de leite e carne esconderem o seu produto para gerar alta do preço e ganhar poder de barganha com diversos níveis de governo¹³.

A imprensa de propriedade privada demonstra notória preferência por projetos conservadores, não essencialmente por partidos, atuando a favor de um ou outro quando necessário. Quadros da cúpula do PSDB, quantitativamente preferidos em 2014 pelos maiores veículos privados, como mostrou o “Manchetômetro”, foram preteridos na década de 1980 em favor do PDS, do então governo ditatorial do general João Figueiredo, durante a campanha “Diretas Já”¹⁴. A TV Globo do Rio de Janeiro boicotou sistematicamente, por anos, o ex-governador Leonel Brizola, do PDT. Entender este conjunto de empresas jornalísticas como uma organização essencialmente política contra um partido, na perspectiva de sua atuação partidária, oculta o fato de que ela são muito mais do que um mero grupo anti-PT e pró-PSDB, pois operacionalizam um aparato cultural-pedagógico amplo de dominação de classe. O conceito de “Partido de Imprensa” serve como denúncia da atuação de grandes empresas de comunicação. Sem dúvida, uma contribuição. Porém, esta ideia, que não é usada significativamente como categoria de análise, acaba por se constituir efetivamente em “slogonização” e interdita a compreensão da realidade concreta.

Referências

¹³ Esta prática efetivamente foi feita por produtores de alimentos em 1986, durante o período do Plano Cruzado, no governo de José Sarney, que incluía o tabelamento de preços para conter a inflação da cesta básica.

¹⁴ Nesta ocasião, a exceção foi a Folha de S. Paulo, que apoiou abertamente a emenda Dante de Oliveira, que propôs eleições diretas para a Presidência da República válidas para o pleito de 1985.

- BENJAMIN, W.A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica. In: **Obras Escolhidas, Magia e Técnica, Arte e Política**. São Paulo: Brasiliense, 1994, p. 165-196. V. 1.
- BUCCI, E.A **Imprensa e o dever da liberdade**. São Paulo: Contexto, 2012.
- CHAPARRO, M. C. C. **Pragmática do Jornalismo**. 1. ed. São Paulo: Summus, 1994.
- COSTA, E. V. da. O escravo na grande lavoura. In: HOLANDA, S. B. de (dir.). **História geral da civilização brasileira. Tomo II, O Brasil Monárquico, Reações e Transações**. São Paulo: Difel, 1985. V. 3.
- FERNANDES, F. **A Revolução Burguesa no Brasil**. São Paulo: Globo, 2006.
- FERREIRA, O. **Vida e Morte do Partido Fardado**. São Paulo: Senac, 2000.
- FIGARO, R. (org.). **As mudanças no mundo do trabalho dos jornalistas**. São Paulo: Atlas, 2013.
- FREIRE, P. **Pedagogia do Oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.
- GRAMSCI, A. **Cadernos do Cárcere**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012. V. 3.
- _____: **Escritos Políticos**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004. V. 2.
- HALL, S. Codificação/Decodificação. In: **Da Diáspora: Identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008. p. 428-449.
- _____. Raça, cultura e comunicações: olhando para trás e para frente dos Estudos Culturais. In: **Projeto História 31**. São Paulo: Educ, 2005, p. 15-24.
- HARTOG, S. **Beyond Citizen Kane**. Londres, 1993. 105 min.
- HEGEL, G.W. F. **Filosofia do Direito**. São Leopoldo: Unisinos, 2010.
- HELOANI, R. Mudanças no mundo do trabalho e impactos na qualidade de vida do jornalista. **Relatório de Pesquisa n. 12**. São Paulo: FGV/SP (NPP – Núcleo de Pesquisas e Publicações), 2003.
- HOBBS, T.O **Leviatã**. São Paulo: Nova Cultural, 1988.
- MARTÍN-BARBERO, J. **Dos Meios às Mediações – Comunicação, Cultura e Hegemonia**. 7. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2013.
- MARX, K. **Crítica da Filosofia do Direito de Hegel**. Trad.: Rubens Enderle e Leonardo de Deus. 2. ed. rev. São Paulo: Boitempo, 2010, 175p.
- _____: Debates sobre a liberdade de comunicação. *Rheinische Zeitung*, 5, 8, 10, 12, 15 e 19 de maio de 1842. In: **Liberdade de Imprensa**. São Paulo: L&PM, 2006, p-11-90.

- MARX, K.; ENGELS, F. **A ideologia alemã**. São Paulo: Boitempo, 2007.
- MARQUES DE MELO, J. **Teoria do jornalismo: Identidades Brasileiras**. São Paulo: Paulus, 2006.
- MEZÁROS, I. **O Poder da Ideologia**. São Paulo: Boitempo, 2004.
- MORAIS, F. **Chatô, o Rei do Brasil**. São Paulo: Cia das Letras, 1994.
- MOTTA, R. P. S. **Em Guarda Contra o Perigo Vermelho**. São Paulo: Perspectiva, 2002.
- OLIVEIRA, F. **Crítica à razão dualista. O ornitorrinco**. São Paulo: Boitempo, 2003.
- RAGO FILHO, A. O ardil do politicismo: do bonapartismo à institucionalização da autocracia burguesa. In: **Projeto História, Cultura e Poder – O golpe de 1964: 40 anos depois**. n. 29, tomo1, 2004, p. 139-167.
- ROUSSEAU, J. J. **Do Contrato Social**. São Paulo: Publifolha, 2010.
- SODRÉ, N. W. **História da Imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad, 1998.