

Resultados e efeitos da atuação da imprensa burguesa sobre os partidos políticos no Brasil**Results and effects of the bourgeois press on political parties in Brazil**

Recebimento dos originais: 02/12/2017

Aceitação para publicação: 28/12/2017

Levy Lisboa Neto

Doutorando em Ciências Sociais pela Universidade Federal da Bahia (UFBA)

Instituição: Instituto Estadual de Ciência e Tecnologia do Maranhão (IEMA), unidade Axixá

Endereço: BR402 –Km31 -MA, Brasil

E-mail: levylisboaneto@hotmail.com

RESUMO

A imprensa, enquanto subproduto da mídia, apresenta-se em condições de ser um dos elementos a interferir na compreensão dos cidadãos sobre as instituições políticas, bem como influenciar o comportamento, de maneira específica, dos partidos políticos, posto que ela se tornou uma das principais instituições sociais a ter ascendência no processo de socialização do indivíduo. Por isso, há necessidade de contextualizar e pesquisar as intercorrências dessa relação, cujas causas e efeitos parecem atingir sobremaneira a operacionalização do sistema político com um todo, dado o protagonismo ainda exercido pelos partidos sobre a representação política na democracia. Em outros termos, o modo com o qual a imprensa age seria capaz de repercutir e influenciar o modus operandi dos partidos. Dessa forma, buscamos entender parcela da relação entre imprensa e partidos de forma a enumerar alguns pontos capazes de influenciar e alterar procedimentos, sobretudo aqueles oriundos da imprensa sobre os partidos políticos e não o contrário. Tal perspectiva se desenvolve a partir de uma leitura da imprensa ancorada no modo capitalista de produção. Neste caso específico, vamos nos deter e estabelecer como parâmetro e substrato analíticos a condição da notícia e/ou informação – obtida por meio dos meios de comunicação de massas e de seus porta-vozes da imprensa – como mercadoria. Neste ponto, publicizamos (repercutimos) uma relação cada vez mais sobressalente na contemporaneidade, a da imprensa com os partidos e a política em geral, a qual, para alguns autores, já ganha status de centralidade nas discussões de âmbito institucional. Não obstante, inserido no bojo desse debate emerge, de forma paralela, a possibilidade de se levantar algumas interpretações relativas à suposta crise da representação política conferida em larga medida aos partidos.

Palavras-chave: Imprensa; Capitalismo; Partidos Políticos.

ABSTRACT

The press, as a by-product of the media, is in a position to be one of the elements to interfere in the citizens' understanding of political institutions, as well as to influence the behavior, in a specific way, of political parties, since it has become one of the main social institutions to have ascendancy

in the process of socialization of the individual. Therefore, there is a need to contextualise and investigate the interurrences of this relationship, whose causes and effects seem to reach the operationalization of the political system as a whole, given the role played by political parties in democracy. In other words, the way the press acts would be able to reverberate and influence the *modus operandi* of the parties. In this way, we seek to understand part of the relationship between the press and parties in order to enumerate some points that can influence and change procedures, especially those coming from the press about political parties, not vice versa. Such a perspective develops from a reading of the press anchored in the capitalist mode of production. In this specific case, we will consider and establish as an analytical parameter and substrate the condition of the news and / or information - obtained through the mass media and its press spokesmen - as a commodity. At this point, we publicize) an ever more prominent relation in contemporary times, that of the press with the parties and politics in general, which, for some authors, already gains status of centrality in the discussions of institutional scope. However, within the context of this debate, the possibility of some interpretations regarding the supposed crisis of political representation largely attributed to the parties emerges.

Keywords: Press; Capitalism; Political parties.

1 INTRODUÇÃO

A imprensa, enquanto subproduto da mídia¹, apresenta-se em condições de ser dos elementos a interferir na compreensão dos cidadãos sobre as instituições políticas, bem como influenciar o comportamento, de maneira específica, dos partidos políticos, posto que ela se tornou uma das principais instituições sociais a ter ascendência no processo de socialização do indivíduo. Por isso, há necessidade de contextualizar e pesquisar as intercorrências dessa relação, cujas causas e efeitos parecem atingir sobremaneira a operacionalização do sistema político com um todo, dado o protagonismo ainda exercido pelos partidos sobre a representação política na democracia. Em outros termos, o modo com o qual a imprensa age seria capaz de repercutir e influenciar *omodus operandi* dos partidos.

Dessa forma, buscamos entender parcela da relação entre imprensa e partidos de forma a enumerar alguns pontos capazes de influenciar e alterar procedimentos, sobretudo aqueles oriundos da imprensa sobre os partidos políticos e não o contrário. Tal perspectiva se desenvolve a partir de uma leitura da imprensa ancorada no modo capitalista de produção. Neste caso específico, vamos nos deter e estabelecer como parâmetro e substrato analíticos a condição da notícia e/ou informação – obtida por meio dos meios de comunicação de massas e de seus porta-vozes da imprensa – como mercadoria.

Neste ponto, publicizamos (repercutimos) uma relação cada vez mais sobressalente na contemporaneidade, a da imprensa com os partidos e a política em geral, a qual, para alguns autores, já ganha *status* de centralidade nas discussões de âmbito institucional. Não obstante, inserido no bojo desse debate emerge, de forma paralela, a possibilidade de se levantar algumas

¹ Mídia entendida como meio, canal, para a comunicação.

interpretações relativas à suposta crise da representação política conferida em larga medida aos partidos. Isto é, até que ponto o modo de atuação da imprensa e, por conseguinte, da mídia, atingem os partidos na capacidade de representação? Por exemplo, questionamos como as denúncias de corrupção veiculadas quase diariamente na imprensa e nos meios de comunicação de massa têm condições de afetar a confiança da população nas instituições e, de forma geral, no sistema político como um todo.

Para tanto, desenvolvemos um debate teórico de caráter e conteúdo argumentativos, a fim de propor e levantar uma discussão que permita conjugar análises da imprensa com a política. Perspectiva esta que pode nos mostrar alguns dos possíveis motivos (causas) da crise de representação e da baixa confiança depositada aos partidos pela população, como atestam e aprofundam pesquisas na área. (VASQUEZ, 2010; MOISÉS, 2008; MOISÉS e CARNEIRO, 2008). Assim, partimos de alguns pressupostos analíticos já estabelecidos e conformados, como a linha teórica orientadora do trabalho, bem como o cenário, nada alvissareiro, colhido dos números em torno da confiança dada pela população aos partidos políticos.

2 A INFORMAÇÃO TRANSFORMADA EM NOTÍCIA E ESTA EM MERCADORIA

Se vamos entender as divulgações de notícias como mercadoria, o primeiro ponto que nos chama atenção é de deixar claro quem são os donos da notícia, quem tem a chancela “oficial” de veiculá-la e divulgá-la, sobretudo numa sociedade dividida em classes. Quem faz este papel são as empresas jornalísticas, ou melhor, seus donos, ou seja, os burgueses, os donos dos meios de produção no sistema capitalista. Assim, começamos a delinear o âmbito inaugural da notícia, esta atrelada às empresas de comunicação, que em primeira instância a entendem como um meio de gerar lucro através da venda de uma mercadoria (informação e opinião). Podemos entender esse movimento, dito capitalista, de acordo com a compreensão feita por Moura (1999, p.77) sobre a principal propositura analítico-conceitual contida em *O Capital* de Karl Marx:

É precisamente a partir dessa inflexão discursiva, que gira da fórmula geral do capital para o processo de trabalho, de onde Marx fará seu discurso arrancar para a construção da complexa trama conceitual, que lhe permitirá explicar e criticar o funcionamento da socialidade burguesa. Assim, em linhas muito gerais, num primeiro momento de sua argumentação, Marx parte da problematização da riqueza capitalista, para chegar à forma mais concisa de descrevê-la, do ponto de vista imediato de qualquer observador respaldado na evidência empírica, capturando o próprio movimento dessa riqueza, através da fórmula geral do capital: Dinheiro-Mercadoria-Dinheiro incrementado (D-M-D.). Por esta via é que Marx demonstra que o acréscimo de dinheiro, o DD, obtido ao final do processo, não é uma evidência inquestionável, como são levados a crer os indivíduos sociais sob a égide do capitalismo, mas é o verdadeiro problema a ser dilucidado. O mistério do DD não pode ser tergiversado. O enigma só é decifrado através da exposição das formas da mais-valia. Mediante este conceito, que explicita o movimento de expropriação de trabalho não remunerado, Marx pode, finalmente, desvendar o mistério do processo de valorização. Partindo da pressuposição, apenas provisória, não convém esquecer, do intercâmbio de

equivalentes, Marx sustenta haver uma mercadoria tão especial que seu consumo produtivo teria a propriedade singular de produzir um valor maior que o empregado em sua própria produção. (MOURA, 1999, p.77).

O capitalismo concentra-se nessa operação de ordem econômica, dominada pelos mais fortes, os possuidores de riqueza, àqueles que transformam dinheiro em capital. Dessa forma, caracteriza-se seu viés econômico, mas, como veremos, não desgarrado da perspectiva política, esta observada por meio do conteúdo veiculado com direcionamento e apelo fortemente ligado à classe dominante, que por sua vez prega a manutenção do *status quo*. Mais do que se percebe e compreende-se da imprensa num primeiro momento, sem maior atenção, o pesquisador Marcondes Filho (1986, p.12) ao aprofundar a análise vai caracterizá-la como uma instituição suporte do capitalismo à medida que é um meio de manipulação ideológica de grupos de poder social e uma forma de poder político. Neste âmbito há um encadeamento processual da informação transformada em notícia e esta em mercadoria.

Antes de discorrermos sobre o conteúdo da notícia, vamos compreender sua transformação em mercadoria a partir do entendimento proposto por Silveira (2004, p.67), segundo o qual no jornalismo feito sob o modo capitalista de produção, as notícias são mercadorias, com valor de uso e valor de troca. Como aprendemos com Karl Marx(1996) valor de uso porque supre um carecimento humano, neste caso, a necessidade historicamente determinada de obter informações. E valor de troca sob a ótica do dono do jornal (empresa de comunicação), que ao vender as suas notícias na forma de jornal, está realizando o valor de troca da mercadoria notícia e realizando o capital investido, transformando-o em mais capital que é acumulado pelo capitalista.

Com isso, colocamos o econômico num primeiro plano, mas não desgarrado do campo político. Como já descrito, o jornal também veicula ideologia, o que significa de forma mais generalista um atrelamento à fetichização da mercadoria². Esta fetichização da mercadoria acontece de maneira menos visível na veiculação de ideologia em relação às mercadorias comuns. Nos jornais, na divulgação de notícias, esta veiculação de ideologia fica mais evidente. Outro empecilho que potencializa a distância do ideal liberal proposto em torno da veiculação de notícias pode ser extraído do seguinte entendimento:

O jornal atua em dois mercados simultaneamente: no mercado da venda de notícia e no mercado da venda de espaço publicitário – esse é o momento em que o jornal funciona como veículo de divulgação e venda de outras mercadorias. É aí que surge o primeiro empecilho para que haja uma imprensa totalmente independente sob o capitalismo: há uma preocupação de que o espaço redacional do jornal tenha um conteúdo afinado com o espaço

² Podemos compreender a fetichização da mercadoria por meio de um exemplo bem simples: o consumidor compra um carro ou uma roupa não pelas qualidades da mercadoria, mas principalmente pelo valor simbólico, pelo *status* que pode ser associado a esse carro ou a essa roupa. No jornal, a ideologia é veiculada de forma mais clara do que nas demais mercadorias. (SILVEIRA, 2004, p.69).

publicitário. Esse é um dos fatores – não o único – que impedem que a imprensa trate os fatos sociais de forma crítica e faça com que o receptor da notícia reflita sobre esses fatos. (SILVEIRA, 2004, p.70).

Neste ponto, há um distanciamento dos ideais liberais que apregoam uma imprensa com ações de caráteres livre e objetivo, com a proposta de representar todos os setores da sociedade. Fazer valer tais ideais, ao mesmo tempo em que vende a notícia e o espaço publicitário, nos parecem perspectivas incompatíveis. É na trilha desse sentido que o discurso liberal vai apoiar-se e insistir-se, de modo a sustentar a notícia na aparência do valor de uso, como canal imprescindível da liberdade de opinião e expressão e algo genuíno, imune a interferências. Seria diferente das mercadorias comuns. Porém parece se tratar de uma perspectiva abstrata, de fundo político, sem respaldo empírico.

Na outra ponta, do lado crítico, a produção de notícias escancara um cenário “quase” performático (quando sensacionalista e arquitetada com determinados fins), que evidencia interferências maiores de caráteres maquiador e manipulador. Desvirtua-se de sua suposta essência, a de informar o cidadão em sua completude sem interferências ideológicas e pessoais. Nesta direção, conforme pressupostos liberais estatuídos discursivamente, como qualquer outra mercadoria, a notícia apresenta-se conformada, exclusivamente, ao valor de uso. Em relação a este ponto, Marcondes Filho (1986, p.29) é taxativo: “Semelhante às outras mercadorias, também no jornalismo o valor de uso não se vende enquanto tal, mas como aparência de valor de uso”.

Esse discurso, envolto nas supostas “virtudes e atributos” (aparência) do valor de uso, caminha no sentido de proporcionar o aumento das vendas, da valorização da mercadoria e da acumulação de capital (SILVEIRA, 2004, p.71). Engendra-se um discurso liberal que defende a notícia necessária para a obtenção de informações críveis e verossímeis. Em outros termos, trata-se da exploração da aparência de valor de uso da notícia. Mas, como veremos, o discursoliberal não se sustenta aos fatos, o que não quer dizer que não tenha necessariamente um valor de uso intrínseco à notícia. A não ser que existam construções de notícias fabricadas, imaginativas e totalmente desvinculadas da realidade, do contrário, para que seja veiculada e processada ela existe baseada num fato concreto. Neste caso, a notícia tem valor de uso, mesmo que seja descontextualizada e manipulada, pois apresenta amparada num fato concreto, o que torna complicada sua manipulação de maneira completa. Aí se consubstancia a contradição da mercadoria, ela teria dupla face, como enfatiza MOURA (1999, p.78):

Aí se urdem as premissas de toda a trama conceitual posterior e não por outra razão conferiu Marx tanta importância à redação dessa parte da obra. É aqui que ele expõe a contradição básica da mercadoria: ter uma existência fáustica, dupla; sob a forma natural, enquanto objeto prático útil, e sob a forma valor, enquanto objeto social; e seu contraponto

na contradição entre trabalho concreto, produtor de valores de uso, e trabalho abstrato, conteúdo, substância do valor. (MOURA, 1999, p.78).

Outrossim, para entender a notícia, partimos do critério segundo o qual ela só existe se baseada num fato concreto, existente, de outra maneira não seria considerada notícia. Entre valor de uso e valor troca emerge a seguinte ponderação basilar: “[...] mesmo na flor da idade dos negócios, o valor de troca não arrastou o valor de uso como mero apêndice, mas também o desenvolveu como um pressuposto de própria existência”. (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, p.150).

Tal assertiva dá margem à contradição, se pensarmos no caso específico da notícia, na medida em que o valor de troca possui fundamentação e respaldo no valor de uso, ou seja, mesmo que arquitetada, sensacionalista, enviesada, manipulada, sobra espaço, mesmo mínimo, para o questionamento e um entendimento diferente daquele que foi direcionado. Assim, não há descontextualização e manipulação totais, completas, porém tais direcionamentos afetam sobremaneira a compreensão da realidade por parte dos receptores da notícia. Não obstante Pierre Bourdieu apud Dines (1996, p.41) adverte sobre aquilo que nos parece evidente: “os jornalistas podem impor ao conjunto da sociedade seus princípios de visão de mundo, sua problemática, seu ponto de vista”. Por isso a sublevação contestatória oriunda deste trabalho: qual o efeito dessa emergência jornalística na conduta dos partidos políticos?

3 OS MACROMOMENTOS DEFINIDORES DAS CARACTERÍSTICAS DA IMPRENSA BURGUESA E SUA REPERCUSSÃO SOBRE A DEMOCRACIA

Antes de chegarmos às técnicas usadas pela imprensa burguesa para descontextualizar e manipular a notícia buscamos alguns elementos históricos capazes de servir como alicerce de análise e compreensão sobre os caminhos da notícia e seus interesses, sejam eles subliminares ou explícitos. O substrato da imprensa ligado a seu nascedouro remete à lógica capitalista, dado a filiação empresarial do jornalismo, que por sua vez (enquanto empresa) visa o lucro e por isso está atrelado até a medula ao modo capitalista de produção. Marcondes Filho (1986, p.56) fornece um resumo do traslado da imprensa pela história, de modo a desnudar os interesses inscritos em cada período de sua existência. A rota proposta pelo autor mostra uma adequação do jornalismo (imprensa) às necessidades prementes do capitalismo, conforme seus interesses específicos, estes relacionados com cada período histórico.

Digamos que o autor divide este traslado da imprensa em três grandes momentos: logo no início, em meados do século XVII, a proposta que sobressai é a de gerar informações com o objetivo de suprir os mercados com informações, além de fazer pulsar as localidades onde o comércio tinha vida e/ou era ativo. A ideia principal consistia na divulgação de dados e informações

econômicas para os interessados em comercializar mercadorias; num segundo instante, já aportada no século XIX, o jornalismo vai se firmar numa linha denominada literária e política, responsável em produzir conteúdo justaposto às novas exigências, dado que o capitalismo já era hegemônico na economia e buscava a hegemonia política, daí a necessidade de repercutir o ideário burguês; a terceira linha iniciada no século XX irá trilhar a perspectiva da compatibilidade e conciliação de aumento de lucro por meio da incorporação tecnológica à atividade jornalístico-empresarial, cuja denominação síntese será conhecida como imprensa de massas (MARCONDES FILHO, 1986, p.56).

Na esteira desse entendimento histórico nos chama atenção a interpretação desenvolvida por Silveira (2004, p.73-4) a respeito das marcas e características impressas pela imprensa no decorrer de sua trajetória. Frise-se que foi *à posteriori* que a imprensa ficou atrelada à classe dominante, pois logo no início, quando da sua criação, ela não foi uma iniciativa da nobreza feudal. Porém, no decorrer de sua constituição, a justaposição a todo ideário burguês é patente:

Os jornais políticos-literários do século XIX começam a perder força – nesse período a burguesia já controla o Estado e é dominante na sociedade. Ainda no campo econômico, a imprensa ganha importância porque, através da publicidade, ela se torna um poderoso meio de divulgação das mercadorias, contribuindo para a venda das mesmas, trabalhando segundo a lógica da acumulação capitalista. É a fase em que o capitalismo passa a ser monopolista, com os grandes grupos monopolizando os mercados nacionais e partindo para o mercado internacional. As empresas jornalísticas também tendem à concentração e à formação de monopólios. Politicamente isso se mostra importante para a construção do projeto burguês de dominação. Inviabilizando economicamente projetos de comunicação que possam abrir espaço para outras classes sociais, a burguesia garante também o monopólio da versão e da opinião no interior da sociedade. (SILVEIRA, 2004, p.73-4).

Essa perspectiva histórica aponta para o avanço do jornalismo em consonância às práticas capitalistas, deixando bastante evidente a vertente classista da imprensa. Cenário facilitado e potencializado pelas empresas jornalísticas que, como exposto, vão se inserir nesta lógica de concentração e formação de monopólios. Concentração e formação de monopólios significam diminuição das fontes de informação e a perspectiva de vigorar de forma uníssona ao pensamento único, o monopólio de opiniões dominantes, que abriria mão da pluralidade de informações e debates. Tal fato seria “[...] um risco para a possibilidade de uma democracia social e até mesmo para a democracia burguesa, cujo caráter é formal”. (SILVEIRA, 2004, p.97).

Quando nos reportamos a este debate sobre o papel da imprensa na operacionalização da democracia, estamos dialogando e ampliando o escopo analítico dos pesquisadores políticos e sociais em torno de uma discussão que ganha terreno no universo acadêmico, a importância das instituições na configuração do quadro sociopolítico. Na esteira desta tendência e amparado em pesquisas contemporâneas que descrevem a importância das instituições na organização

sociopolítica, José Serra (1993) coloca “o político” num nível decisivo: não raro a democracia política é condição para conquistar a democracia social e econômica. A indagação pertinente deveria, segundo Serra (1993, p. 22), ser invertida, em vez de procurar “quais são as condições sociais e econômicas da democracia política” para “quais são as condições políticas para alcançar-se a democracia social e econômica?”.

Com isso, faz emergir o potencial definidor do quadro político pelas instituições na configuração e organização dos sistemas de governo. Até então, a maior parte dos estudiosos, como Karl Marx³, entendiam “os aspectos institucionais como superestruturas, ou seja, elementos da realidade social condicionados por outros, mais decisivos que eles na hierarquia causal”, sustenta Cintra (2007, p. 36). As instituições políticas e jurídicas devem ser o amplificador, e não o silenciador, das virtualidades da política democrática em todos os níveis. Mas as instituições e formas jurídicas não devem ser apenas meios de garantir a democracia, sob o ângulo da participação ampliada e da representação mais autêntica dos cidadãos. É preciso, também, que afiancem maior governabilidade, pois falha a democracia que não demonstrar capacidade governativa (SERRA, 1993, p. 22).

Porém, cabe aqui uma afirmação menos institucionalista de caráter peremptório: “as instituições da democracia não operam em um vazio sociológico, mas, sim, sob certas condições que afetam seu desempenho” (PRZEWORSKI apud ANASTASIA et al., 2004, p. 11). Na contramão da posição expressa por Serra (1993) existem os autores ligados à tendência interpretativa de considerar os aspectos sociais e econômicos acima dos políticos⁴.

Ao buscarmos compreender o conceito de democracia em *O Capital*, pensamos ser necessária uma análise da esfera política a partir das determinações econômicas da produção capitalista, evidenciando que a própria constituição organizativa da política está em relação direta com a base econômica que regulamenta a produção capitalista. Assim, como os interesses políticos são sempre fundados em interesses econômicos a própria organização política e a democracia são também determinadas pelas relações econômicas. Para Marx uma compreensão mais exata e minuciosa de categorias determinantes da superestrutura política é inseparável de uma investigação precisa sobre a base econômica. (PRADO, 2009).

³ Na obra de Marx, sobretudo em *O Capital*, a análise da esfera política se dá a partir das determinações econômicas da produção capitalista.

⁴ A perspectiva marxista aponta a democracia sendo engolida pela divisão de classes e pela exploração do trabalho. Enquanto no nível da circulação simples de mercadoria, a democracia reinaria sem maiores transtornos, ao contrário, daria margem à liberdade e à igualdade entre os produtores de mercadorias. Neste momento, as classes estão encobertas e o ideário burguês escamoteado. A questão democrática vai começar a ter problemas em *O Capital* quando do início da esfera da produção, diretamente ligada ao conceito de mais-valia. Neste ponto e momento é que emerge o antagonismo entre a classe que cria valor e a outra que se apropria desse valor. Trata-se do antagonismo que protagoniza a esfera da produção, onde prevalecem relações coercitivas de trabalho, isto é, de exploração. É o momento negativo no qual a liberdade e a igualdade que reinavam num primeiro momento são superados dialeticamente e se convertem no seu contrário direto. A liberdade e a igualdade deram lugar ao que Marx denomina de “despotismo de fábrica”, ou seja, na exploração da classe trabalhadora, na não-liberdade e não-igualdade. (MARX, 1996; MOURA, 1999; PRADO, 2009).

Neste caso, temos, como apontam Przeworski e Limongi (1995), duas teorias distintas postadas no âmbito das discussões sobre a conquista, manutenção e consolidação da democracia: a primeira, chamada teoria da modernização, a qual “postula que a emergência da democracia é endógena ao processo de desenvolvimento econômico” (ANASTASIA et al., 2004, p. 10); a segunda, de caráter oposto, entende o processo democrático sob uma perspectiva exógena, sem relação com o processo de desenvolvimento econômico (ANASTASIA et al., 2004, p. 10). De acordo com Cerroni (1982), a questão é mútua.

[...] se a democracia política sem a transformação social asfixia-se e se volatiliza em utopia, uma transformação profunda e radical das relações políticas, arrisca-se a gerar formas políticas autoritárias, limitativas das liberdades modernas (...) o problema que se coloca é o da necessária integração da democracia política com a democracia social e, reciprocamente, da democracia social com a democracia política”. (CERRONI, 1982, p. 60).

Neste parêntese que fazemos em relação à democracia, descrevemos a posição liberal vinculada diretamente ao conceito proposto pelo cientista político italiano Norberto Bobbio (1992), em *O Futuro da Democracia – em defesa das regras do jogo*. O conceito de democracia defendido por Bobbio (1992) aporta-se em alguns pressupostos básicos, como a noção de transparência e visibilidade na tentativa de se contrapor (diferenciar) ao poder autocrático. A democracia, então, transitaria envolta a um governo cujo poder é visível e, mais ainda, um governo estatuído no poder público em público. Nestes termos Lima (2004, p.50) explica a perspectiva defendida por Bobbio (1992):

É preciso lembrar que há dois significados básicos para a palavra público. No primeiro, em oposição ao que é privado, público refere-se à coisa pública, ao Estado; no segundo, em oposição ao que é secreto, público refere-se ao que é manifesto, evidente, visível. Pode-se dizer, portanto, que a democracia é – em tese – o regime do poder visível da coisa pública. Dessa forma, a política, nas democracias, seria a atividade pública (visível) relativa às coisas públicas (do Estado). (LIMA, 2004, p.50).

Dessa forma, podemos inferir que o modo de atuação da imprensa atinge a democracia em seu âmago, pois tem condições de interferir não apenas na seleção da informação que será pública, como também na forma e no conteúdo do que será divulgado. Este modo de atuação repercute sobre os preceitos liberais quanto marxistas, este último afetado pela relação desigual (de exploração) entre o patrão e o proletário dentro da empresa jornalística. Na lógica da construção e veiculação da notícia a perspectiva do proletário é marginalizada, oprimida, desde a obtenção da mais valia pelo patrão. Ponto este tido como nevrálgico, o cerne explicativo das relações de produção capitalistas, isto é, a emergência do conceito de mais-valia (ALTHUSSER apud MOURA, 1999, p.77). Por esse

motivo elencamos a seguir algumas das principais técnicas usadas pela imprensa (burgueses) para manipular e descontextualizar a notícia.

4 BREVE ABORDAGEM SOBRE ALGUMAS DAS PRINCIPAIS TÉCNICAS DE MANIPULAÇÃO USADAS PELA IMPRENSA BURGUESA

Quando abordamos a relação do patrão com o empregado na confecção da notícia dentro da lógica empresarial que subsiste na imprensa, estamos nos referindo a contextos e cenários determinados por variáveis econômicas e políticas bem delineadas e articuladas, por mais que uma suplante a outra em importância. Para compor e transigir sem maiores percalços (sem criar fricção), os campos econômico e político precisam de uma linha de atuação retilínea capaz de distanciá-los de possíveis colisões. Daí a emergência de algumas técnicas de manipulação usadas pela imprensa (jornalismo), entre outras, capazes de mitigar possíveis choques e divergências. Na esteira desse entendimento, Silveira (2004, p.75) esclarece a condição da imprensa como um instrumento da burguesia para consolidar a hegemonia na sociedade.

“Para realizar essa instrumentalização, a burguesia utiliza-se de alguns métodos cujo objetivo é evitar que o público leitor ou a audiência do rádio e da TV desenvolvam uma leitura crítica da realidade e dos fatos”. (SILVEIRA, 2004, p.75). O intuito seria manter o público (população) subserviente ao modo capitalista de produção. Diante desta análise extraímos duas citações em condições de explicar algumas das possibilidades facultadas à imprensa na construção e veiculação da notícia capazes de atingir a opinião e a mentalidade das pessoas sobre os fatos⁵.

A forma como uma reportagem é editada, o título da reportagem, a legenda da foto, a foto escolhida pelo editor, o enfoque dado pelo repórter (e que pode ser mudado na edição), a posição da reportagem na página – se ela vai abrir uma página, ficando mais visível para os leitores ou se a notícia ficará escondida num canto ou no pé da página – são formas de mostrar ao leitor a importância que o jornal e seus editores deram àquela informação. Por outras palavras, uma informação pode ser subdimensionada ou superdimensionada, conforme os interesses que estiverem em jogo no momento. (SILVEIRA, 2004, p.77).

Atuar no jornalismo é uma opção ideológica, ou seja, definir o que vai sair, como com que destaque e com que favorecimento, corresponde a um ato de seleção e exclusão. Esse processo é realizado segundo diversos critérios, que tornam o jornal um veículo de reprodução parcial da realidade. Definir a notícia, escolher a angulação, a manchete, a

⁵ Exemplo clássico (debatido há décadas) a respeito dessa manipulação e enviesamento político-ideológico pode ser extraído da diferença de abordagem veiculada na imprensa relativa às ações desenvolvidas por movimentos sociais como o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) e o Movimento dos Trabalhadores SemTeto (MTST) quando estes entram em propriedades privadas. Qual seria o termo mais adequado para explicar e compreender as ações desses movimentos: ocupação ou invasão? Via de regra, a imprensa “opta” pela invasão, incentivando uma leitura negativa dos movimentos perante o receptor da notícia, atuando assim em perfeita harmonia ao ideário burguês. Outro exemplo é a adoção por parte dos órgãos de imprensa dos manuais de redação e estilo, dotados de normalizações técnicas produzidas com o objetivo de engessar o potencial crítico e a “periculosidade” da notícia. (MARCONDES FILHO, 1986, p.39).

posição na página simplesmente não dá-la é um ato de decisão consciente dos próprios jornalistas. (MARCONDES FILHO, 1986, p.12).

No discurso dos grandes veículos de comunicação sobressai a questão e o intuito de se noticiar com objetividade, um dos principais assuntos discutidos nos cursos de jornalismo nas universidades. Essa perspectiva cravada no suposto caráter objetivo da notícia alia-se ao discurso burguês na tentativa de esconder a manipulação dos fatos e supervalorizar a aparência de valor de uso da informação. Assim tentam (discurso burguês) estimular uma leitura neutra da imprensa na sociedade, apenas como transmissora da realidade. O jornalista e professor universitário da PUC-SP, José Arbex Júnior, vai definir esse entendimento da seguinte forma: “o fato é sempre visto como um objeto fixo no tempo e no espaço, uma coisa unitária, como um bloco de argila, encerrado em si mesmo, jamais afetado pelo olho do observador”. (ARBEX, 2001, p.105).

Outras técnicas também sobressaem no âmbito da confecção da notícia, como são os casos da fragmentação da realidade, da personificação, do maniqueísmo, do subdimensionamento (ignorar) ou superdimensionamento (valorizar) (SILVEIRA, 2004). Na quase totalidade das vezes tais técnicas são inseridas na divulgação das notícias de modo a simplificar as contradições e a complexidade da sociedade, destituindo-a de qualquer sentido crítico em condições de abrir alguma brecha para o questionamento do modo capitalista de produção ou de promover um entendimento mais profundo sobre os fatos sociais. Sem nos estender e explicar cada ponto (técnica), vamos citar o exemplo da personificação, cujo substrato histórico está circunscrito à política brasileira, como uma de suas características mais marcantes. Vide uma das críticas mais antigas à organização dos partidos políticos brasileiros, a inapetência da construção de um processo de institucionalização duradouro capaz de suprimir os caracteres personalista e individualista prevalecentes até os dias correntes.

Ao tratarmos da personalização como técnica de manipulação, discorreremos diretamente sobre como o tema da corrupção é tratado pela ampla maioria dos órgãos de imprensa no Brasil. Isto acontece sem o menor cuidado, destituído de interpretações e compreensões sociológicas, filosóficas e históricas, aliás, elas “quase” não existem. Dessa maneira, há um vácuo analítico proposital que se submete à perspectiva nominal, isto é, à personalização. A corrupção é travestida na figura de pessoas, as quais são identificadas como sinônimos e responsáveis. Nestes termos, é difícil, tal como divulgado nas últimas décadas, dissociar os nomes de políticos como Paulo Maluf e Fernando Collor de escândalos de corrupção. Conforme esta perspectiva analítica, Paulo Maluf, Fernando Collor e tantos outros seriam os bodes expiatórios do modo capitalista de produção dentro da lógica burguesa orientadora das ações da imprensa.

Não obstante, constata-se “as determinações histórico-estruturais dos fenômenos, como responsáveis pelas ocorrências no que se refere à economia e à política, são desprezados pela visão burguesa”. (SILVEIRA, 2004, p.87). A crítica ou a maquiagem da notícia fica restrita ao âmbito das pessoas (personalização) distanciando-se de um questionamento maior à classe dominante. A notícia nunca dá margem à contestação da classe dominante formando uma barreira difícil de ser transposta. Assim, ao adotar esta postura, a imprensa foge do comportamento ético, pois direciona a notícia conforme seus interesses promovendo a apatia política, dado que a resolução dos problemas ficaria a cargo das pessoas.

A personalização da notícia conduz, assim, tanto ao endeusamento quanto à execração individualizada dos agentes sociais, mantendo seus verdadeiros suportes, as classes e agrupamentos estruturais maiores, totalmente distantes dos fatos e de suas implicações. A política torna-se o espaço das idiosincrasias pessoais, das causações subjetivas, dos humores deste ou daquele político que age soberanamente na vida política. A participação e a ação do receptor resumem-se em esperar pelas atitudes do político e torcer para que ele se lembre dos desfavorecidos. (MARCONDES FILHO, 1986, p.46).

A imprensa, nestes termos, escamoteia as múltiplas vertentes da notícia (sua decantada pluralidade), privilegiando umas em detrimento de outras, mais críticas e questionadoras quanto aos fundamentos do modo capitalista de produção, a exemplo do que fazem com a questão da corrupção, cujo direcionamento aponta-se na personificação do problema e não em uma abordagem de caráter mais completo capaz de unir as determinações histórico-estruturais na construção e veiculação da notícia.

5 A IMPRENSA BURGUESA DITANDO VALORES E A OPINIÃO DOS CIDADÃOS SOBRE OS PARTIDOS E OS POLÍTICOS BRASILEIROS

Na esteira dessas compreensões levantamos alguns aspectos do modo de atuação da imprensa com o propósito de discutir seus possíveis efeitos sobre a organização e operacionalização dos partidos políticos como da política em geral – perspectiva juxtaposta na forma com a qual o receptor da notícia recebe o conteúdo expresso e divulgado pela imprensa -, tendo em vista a crescente e notória emergência da mídia (imprensa) no processo de socialização. “A socialização é um processo contínuo que vai da infância à velhice e é através dele que o indivíduo internaliza a cultura de seu grupo e interioriza as normas sociais”. (LIMA, 2009, p.20). Nesse contexto, a imprensa vem ganhando terreno ao mesmo tempo em que instituições sociais como a igreja, a escola e a família vão perdendo espaço (LIMA, 2009; MILLS, 1962).

É neste âmbito que inserimos a imprensa, como uma instituição que vem angariando espaço na construção da sociabilidade contemporânea, cujo substrato aparece na defesa do ideário burguês. Ela, na trilha das teses liberais expressas por Lima (2009, p.19) entre mídia e política, “ocupa uma

posição de centralidade⁶ nas sociedades contemporâneas permeando diferentes processos e esferas da atividade humana, em particular, a esfera da política”. Em consonância às teses que entendem a mídia num patamar central nas sociedades contemporâneas, a imprensa (como subproduto da mídia e sua principal âncora informativa sobre política) estaria “exercendo várias das funções tradicionais atribuídas aos partidos políticos”, entre elas, a construção da agenda pública, a geração e transmissão de informações políticas, a fiscalização das ações dos governos, o exercício da crítica às políticas públicas, a canalização das demandas da população, entre outras (LIMA, 2009, p.22).

Dessa forma, em relação à confiança institucional, a ciência política respalda-se em duas teorias capazes de explicá-la e compreendê-la: a cultura política e o neoinstitucionalismo. Assim, existem duas maneiras de entender o tema da confiança institucional, uma ligada aos aspectos valorativos e outra postada em aspectos pragmáticos.

Em síntese, para a abordagem culturalista a confiança institucional é compreendida como um fenômeno relacional que depende do contexto sócio-cultural, das experiências de socialização dos cidadãos e do grau de confiança interpessoal dos mesmos, sendo a primeira apenas uma conseqüência desta última. Por sua vez, este contexto sócio-cultural pode mudar ao longo do tempo, como decorrência de transformações geracionais ou por processos de modernização econômica e social, que afetariam as orientações políticas transmitidas nos processos de socialização. Para a teoria do Neo-Institucionalismo, por sua vez, a confiança institucional é compreendida como um produto endógeno do contexto político, decorrente principalmente da *performance* das instituições. Assim, mais que a simples aceitação, a complacência ou a obediência cega às instituições democráticas, transmitidas por uma cultura política presente nos processos de socialização, a confiança institucional envolveria a compreensão que os cidadãos fazem do desempenho prático das instituições, avaliando a forma como estas desempenham suas respectivas funções. Em outras palavras, a confiança institucional é um fenômeno relacional, produto da experiência direta ou indireta dos cidadãos com as instituições – independente dos valores políticos -, que envolve por um lado, o conhecimento – ainda que limitado – dos deveres e papéis que estas últimas devem cumprir - estabelecidos previamente por leis e de conhecimento público -, e por outro lado, a avaliação racional sobre o desempenho das mesmas, segundo as expectativas dos cidadãos. É importante lembrar, que a avaliação do desempenho das instituições vai além dos critérios exclusivamente econômicos, materiais e abrange critérios que avaliam também a sua conduta ética, ao tratamento universal, justo, imparcial e respeitoso. (VÁSQUEZ, 2010, p.67-8).

Nestes termos, o tema da corrupção se apresenta de forma constante, quase ininterrupta no noticiário, moldando e interferindo, até certa maneira, na compreensão do cidadão sobre os desvios de conduta oriundos da esfera política, seja no plano culturalista ou neoinstitucionalista. Seguindo esta perspectiva analítica veiculamos a seguir, neste trabalho, alguns dos principais resultados encontrados nas pesquisas que abordam a temática da confiança institucional e de como o entendimento da população sobre a corrupção pode influenciar neste cenário.

⁶ A noção de centralidade tem sido aplicada na Ciências Sociais igualmente a pessoas, instituições e idéias-valores. Ela implica na existência de se oposto, vale dizer, o periférico, o marginal, o excluído, mas, ao mesmo tempo, admite gradações de proximidade e afastamento. Pessoas, instituições e idéias-valores podem ser mais ou menos centrais. (LIMA, 2009, p.19).

De acordo com a pesquisa ADesconfiança dos Cidadãos nas Instituições Democráticas, Moisés e Meneguello, 2006 (Banco de Dados do Centro de Estudos de Opinião Pública – CESOP/UNICAMP), o resultado sobre a confiança dos cidadãos referentes aos partidos políticos foi o seguinte: 80,6 % dos entrevistados responderam ter pouca ou nenhuma confiança; 19,0% diziam sentir muita ou alguma confiança e 0,4% não responderam ou não sabiam nada sobre o assunto (VÁSQUEZ, 2010, p.90). Quanto à percepção da corrupção no Brasil, a pergunta feita reportava-se aos últimos cinco anos, isto é, qual era o entendimento do cidadão entre os anos de 2001 a 2006 acerca de um possível aumento, diminuição ou estagnação da corrupção: 83,2% dos entrevistados acreditaram, naquela altura, que a corrupção havia aumentado, 07,1% disseram ter diminuída, para 08,5% ficou estável e 1,1% não sabia ou não respondeu (VÁSQUEZ, 2010, p.93).

Acerca do comportamento dos políticos e governantes frente a situações de corrupção política no Brasil, os resultados auferidos indicaram os seguintes números para a pergunta, qual parcela (entre os políticos e governantes) superfatura obras públicas e desvia dinheiro para o patrimônio pessoal ou familiar do político: Todos: 31,4%; Maioria: 57,4%; Minoria: 09,8%; Nenhum: 0,2; Não Sabem ou Não responderam: 01,2%. Outro questionamento realizado foi indagar se mudar de partido em troca dinheiro ou cargo, emprego para familiares ou pessoas conhecidas seria uma prática comum para Todos 32,1%, Maioria 56,7%, Minoria 09,3%, Nenhum 0,5% e Não Sabem ou Não responderam 01,3%. A terceira pergunta direcionada ao comportamento dos políticos e governantes diz respeito a usar caixa dois em campanhas eleitorais. Entre os entrevistados, 38,9% disseram que Todos fazem uso desse expediente, 49,3% apontaram a Maioria, 09,5% a Minoria, 0,9% entendem que Nenhum e 01,4% Não sabem ou Não responderam sobre fazer uso de caixa dois pelos políticos (VÁSQUEZ, 2010, p.97).

Em relação à percepção da ocorrência da corrupção entre os políticos no Brasil foram entrevistados pessoas de forma científica pelo Eseb/CESOP/UNICAMP (2002) e divulgadas por Vásquez (2010, p.97). Para 52,5% dos cidadãos entrevistados, a corrupção entre os políticos Acontece o Tempo Todo; 30,2% disseram acontecer Na Maior Parte do Tempo; 15,6% diziam Acontecer de Vez em Quando e 01,7% apontaram a inexistência de corrupção entre os políticos (VÁSQUEZ, 2010, p.97). Inequivocamente, os índices apontam para um desgaste dos partidos e dos políticos e governantes perante a opinião dos cidadãos.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando elencamos alguns pressupostos que subsidiam a forma de atuação da imprensa burguesa tomamos contato com um cenário contraditório e paradoxal, no qual ao invés de informar e facultar a ampliação do debate público em torno dos fatos sociais mais relevantes e impactantes

para o ordenamento e organização da sociedade, observamos a notícia arquitetada de modo a restringir e parcelar a realidade, conforme os interesses da classe dominante. Subliminarmente, o propagado discurso liberal, adepto contumaz de uma imprensa livre e plural, deixa de cumprir suas promessas. Assim a retórica supera os fatos, gerando efeitos “concretos” na esfera política.

Desde a formação nas universidades, os alunos do curso de jornalismo são contemplados com um repertório teórico e prático, traduzido e sistematizado em técnicas, normas e procedimentos com o fim de moldar e padronizar a conduta dos profissionais da área, de modo a circunscrevê-los (domesticá-los) segundo preceitos pétreos vinculados aos interesses da classe dominante, a burguesia. Portanto, a amarra burguesa, obviamente concernente ao modo capitalista de produção, é estabelecida antes mesmo da confecção da notícia (para além de uma perspectiva centrada na condição classista). Ao chegar às redações dos jornais, os jornalistas já estão aptos a repercutir o ideário burguês com a maior naturalidade, sem sobressaltos.

A objetividade, a fragmentação da realidade, a personificação, o maniqueísmo, o subdimensionamento e o superdimensionamento da notícia, além dos imperativos das normas técnicas, como o lide enxuto, saltam como características indissociáveis da imprensa burguesa, cujos efeitos parecem atingir a percepção do cidadão sobre os partidos políticos e os políticos e governantes em geral, sobretudo se potencializado na perspectiva teórica da cultura política (culturalista), a qual defende “que a confiança nas instituições por parte dos cidadãos advém dos processos de socialização” (VÁSQUEZ, 2010, p.65).

Nesse contexto, as técnicas de manipulação aliada à necessidade de venda da notícia enquanto mercadoria, tragada na ânsia pelo lucro, este avistado em ações de caráter sensacionalista e denunciata patentes, apagam e deformam o suposto interesse público (da notícia), incentivando, por meio da defesa dos interesses burgueses, a desmobilização e apatia políticas, de modo a preservar e jamais questionar as possíveis contradições do modo capitalista de produção na direção dos acontecimentos e fatos sociais. Não obstante, os partidos políticos conjuntamente aos políticos acabam sofrendo os efeitos deste posicionamento classista, uma vez que não há qualquer interesse por parte dos burgueses em constituir uma sociedade politizada de perfis crítico, reflexivo e participativo. Pelo contrário, este movimento da imprensa contribui para esvaziar o poder de instituições político-sociais dotadas de forças com perspectivas contra hegemônicas ao modo capitalista de produção.

Porém, ressaltamos enfaticamente que este trabalho é apenas o primeiro passo (caráter incipiente) no sentido de entender e levantar questões sobre os possíveis efeitos do modo de atuação da imprensa burguesano comportamento e na representação dos partidos políticos no Brasil. Doravante, o trabalho assenta-se e direciona-se mais num plano questionador (analítico-reflexivo)

do que em perspectivas conclusivas. Para tanto, precisamos de mais elementos teóricos e empíricos para suprir as perscrutações científicas inerentes à temática em tela.

REFERÊNCIAS

ANASTASIA, Fátima; MELO, C. Ranulfo; SANTOS, Fabiano. **Governabilidade e Representação Política na América Latina**. São Paulo: UNESP, 2004.

ARBEX JR., José. **Showrnalismo – a notícia como espetáculo**. São Paulo: Casa Amarela, 2001.

BOBBIO, Norberto. **O Futuro da Democracia – Em defesa das Regras do Jogo**. São Paulo: Paz e Terra, 1992.

CERRONI, Umberto. **Teoria do Partido Político**. São Paulo: Livraria Editora Ciências Humanas, 1982.

CINTRA, Antônio Octávio. **O Sistema de Governo no Brasil**. In: AVELAR, Lúcia e CINTRA, Antônio. (orgs). **Sistema Político Brasileiro: Uma Introdução**. – Rio de Janeiro: Fundação Konrad Adenauer, São Paulo: Editora da UNESP (FEU), 2007.

DINES, Alberto. **O papel do jornal: uma releitura**. 6.ed. São Paulo: Summus, 1996.

LIMA, Venício. **Revisitando as sete teses sobre mídia e política no Brasil**. Comunicação & Sociedade, Ano 30, n. 51, p. 13-37, jan./jun. 2009.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O Capital da Notícia – Jornalismo como produção social da segunda natureza**. São Paulo: Editora Ática, 1986.

MARX, Karl. **O Capital: crítica da economia política**. São Paulo: Editora Nova Cultural, 1996.

MILLS, C. Wright. **A elite do poder**. Rio de Janeiro: Zahar, 1962.

Brazilian Applied Science Review

MOISÉS, José Álvaro. **Cultura política, instituições e democracia: lições da experiência brasileira.** *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 23, n° 66, 2008.

MOISÈS, José Álvaro. CARNEIRO, Gabriela. **Democracia, desconfiança política e insatisfação com regime: o caso do Brasil.** *Revista Opinião Pública*, v. 14, n°1. 2008.

MOURA, Mauro Castelo Branco de. **Sobre o projeto de crítica da economia política de Marx.** *Crítica Marxista*, São Paulo, Xamã, v.1, n.9, 1999, p. 52-78.

PRADO, Carlos Batista. **A dialética do conceito de Democracia em *O Capital* de Karl Marx**

PRZEWORSKI, Adam; LIMONGI, Fernando. **Modernization: theory and facts.** New York: New York University, 1995.

SILVEIRA, Fabio. **Imprensa e Política: o caso Belinati.** Londrina: Edições Humanidades, 2004.

VÁSQUEZ, Rodrigo Alonso. **CONFIANÇA INSTITUCIONAL E CORRUPÇÃO POLÍTICA NO BRASIL PÓS 1985.** Campinas: Unicamp, 2010.