

Imprensa e estado no Brasil: da subvenção ao condomínio

Alberto R. Cavalcanti

RESUMEN

O trabalho discute um aspecto da economia de uma das manifestações típicas da indústria cultural, analisando a participação do Estado no equacionamento financeiro da sobrevivência da empresa jornalística. A abordagem é feita pela porta de entrada da recapitulação da história do relacionamento entre Imprensa e Estado no Brasil e explora, subsidiariamente, a falta de paralelismo com a história da imprensa norte-americana. O objetivo do estudo é trazer à memória alguns fatos, sem pretensão de fazer uma análise exaustiva. A abordagem histórica conduz ao detalhamento de etapas recentes dessa evolução e introduz uma tentativa de interpretação de fenômenos atuais. A principal vertente teórica instrumentalizada para compreensão dos fenômenos recapitulados é a dependência.

Palavras Chaves: comunicação comparada – economia da comunicação – história da imprensa – imprensa brasileira

ABSTRACT

This paper discuss an issue of economics of a typical manifestation of mass media in Brazil, and analyzes the role of the State in survival of journalistic enterprise. The approach begins with a summary of history of the relationship between press and State, and considers also the lack of paralelelism with the history of north-american press. Its goal is to remember some facts, without to perform an exhaustive analysis. The historical approach leads to the understanding of recent moments of this development, and presents an tentative interpretation of contemporary phenomena. In order to understanding these phenomena is used the theoretical category of dependence.

Keywords: Brazilian press – comparative communication – economics of communication – history of press

RESUMEN

Este artículo discute la cuestión de la economía de una típica manifestación de los medios de comunicación en Brasil y analiza el rol del Estado en la sobrevivencia de la empresa periodística. El abordage empieza con una síntese de la historia de las relaciones entre la prensa y el Estado, considerando aun la ausencia de un paralelismo con la historia de la prensa norteamericana. El objetivo del texto es recordar los factos sin hacer un análisis exhaustivo. El abordage histórico lleva a la consideración de momentos recientes en este desarrollo y presenta una inter-

pretación tentativa de fenómenos contemporáneos. La principal matriz teórica utilizada es la categoría de la dependencia.

Palavras-chaves: comunicação comparada – economia de la comunicação – história de la prensa – prensa brasileira

TEMPOS DE SUBVENÇÃO

Meio econômico acanhado, em que não existia propriamente um mercado, não se pode conceber que o Brasil seguisse, na década de 1830 (ou mesmo nas seguintes), o exemplo norte-americano da *one penny press*, o jornal diário vendido nas ruas a preço quase simbólico, sustentado pelo anúncio publicitário e dirigido a amplos segmentos da população por cima de interesses políticos partidários, em grandes e crescentes tiragens. Uma imprensa desse tipo requer tanto a existência da concentração urbana, de um mercado político razoavelmente amplo, quanto de um dinamismo econômico capaz de fazer uma parte significativa da riqueza circular por amplas parcelas da população. Igualmente importante é a alfabetização maciça da população ou, pelo menos, a existência de um ambiente social em que a alfabetização seja estimulada, situação na qual a própria imprensa pode funcionar como instrumento informal de alfabetização.

Não por acaso, o fenômeno da *one penny press* apresentar-se nos Estados Unidos em plena era Jackson, a era da revolução pelo voto, da democracia do homem comum (*coonskin democracy*), quando, para espanto e desgosto das elites aristocráticas daquele país, a Casa Branca viu-se tomada por homens grosseiros, sem educação, sem caráter, com as botas sujas de barro.¹

No Brasil imperial, diferentemente, não obstante o extraordinário e rico burburinho político da Regência (1831-1840), não apenas acabou por prevalecer uma paz a *manu militari*, sufocadora de qualquer contestação efetivamente liberal, como de fato não existiam as bases sociais, econômicas e administrativas para a emergência de tal tipo de imprensa. A grande extensão territorial dificultava as ligações entre os núcleos urbanos. No que diz respeito a infra-estrutura, faltava, por exemplo, um serviço de transportes que permitisse a distribuição regular de jornais além dos estreitos limites urbanos de cidades pouco populosas, assim como faltava infra-estrutura para transmitir notícias desde o interior do país até cidades geralmente posicionadas no litoral.

Inventado por Samuel Morse, nos Estados Unidos, e patenteado em 1837, o telégrafo logo foi apropriado pela imprensa, que ajudou a financiar a primeira

¹ Cf. EMERY, Edwin, EMERY, Michael. *The press and America: an interpretative history of the mass media*. 4th ed. Englewood Cliffs (NJ): Prentice Hall, 1978 (cap. 9 – "Coonskin democracy and the press" e cap. 10 – "A press for the masses").

linha (1844, Washington – Baltimore) e pressionou o Congresso para que votasse verbas que permitissem a rápida extensão das linhas. Ali, a imprensa logo tornou-se a principal usuária do novo meio de comunicação, com a criação da Associated Press. No Brasil, a primeira linha, inaugurada em 1862, ligava o palácio residencial do Imperador ao quartel da polícia.²

Já a guerra da conquista do Texas ao México, nos anos 40, pôde ser coberta para os jornais da costa leste com auxílio do sistema ferroviário e do telégrafo.³

E o advento telégrafo, de uso caro no início, condicionou a linguagem jornalística à frase curta. No Brasil, na mesma época, a imprensa tornava-se mais literária e folhetinesca.

É necessário insistir na comparação porque a grande imprensa que veio estabelecer-se no Brasil do século seguinte acabou elegendo a norte-americana como modelo, principalmente quanto ao formato, embora suas origens e processo de desenvolvimento tenham sido bastante diferentes porque os ambientes social, econômico e político eram diferentes.

No Império, jornais nasciam e morriam com uma luxúria tropical. Sobre tudo durante os períodos de maior efervescência política (a Regência e o II Império após o fim da conciliação, em 1869), mas também fora deles. Sustentavam-se, nos períodos de agitação política, partidários e facciosos que eram do entusiasmo e das contribuições dos integrantes das facções a que serviam. Derrotadas estas, ou eventualmente absorvidas no *mainstream* da rotineira política conservadora do II império, desaparecia o respectivo periódico. Sobreviveram, dessa época, o Diário de Pernambuco (fundado em 1825) e o Jornal do Comércio, do Rio (1827), jornais mais conservadores, quase alheios às tensões políticas mesmo nos períodos mais conturbados, comprometidos com a classe latifundiária que triunfaria em 1840 com o golpe da maioria, nunca por acaso, editados nas duas maiores cidades brasileiras de então.⁴

Mas surgia, no II Império, a prática das subvenções à imprensa. Sodré⁵ explica com o amparo do bafejo oficial os progressos tecnológicos do Correio Paulistano nos anos de 1860, que o levam a mecanizar a impressão, em 1869, para tirar 850 exemplares diários. Era o Estado ajudando a sustentar uma imprensa a

² Para uma abordagem da inserção da modernidade na periferia como enfeite ou como conceito fora do lugar, ver ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 1988, p. 29-37.

³ EMERY, Edwin, EMERY, Michael, *op. cit.* (cap. 11 – "The race for the news").

⁴ As informações históricas são extraídas de SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. 3ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1983.

⁵ SODRÉ, n.w., *op. cit.*, p. 188.

que faltava o fundamento de um mercado econômico dinâmico, assim como o de um mercado político (este, cercado pela política latifundiária – oligárquica, cujas expressões tipificadoras, do ponto de vista do interesse da consolidação de uma imprensa liberal, eram a permanência da escravatura, altos índices de analfabetismo, inexistência de indústrias e, portanto, urbanização acanhada, e exclusão política baseada no voto censitário).

Assim, o viço aparentado pelo grande número de jornais que nasciam encontrava sua negação na falta de enraizamento econômico, pois não seria concebível que a Coroa e os governos provinciais sustentassem todos os periódicos, nem muito menos, os que lhe apusessem pela ilha editorial – o que determinava rápido e igualmente numeroso falecimento de periódicos.

Sodré ⁶situa o surgimento da imprensa empresarial no Brasil na virada do século. O surgimento da imprensa empresarial não reflete propriamente um processo de extraordinário dinamismo econômico e político. As eleições presidenciais da República Velha, a bico de pena, mobilizavam ínfimas parcelas da população (em torno de 2%), comparáveis às das eleições do Império. Mas já havia uma pequena aceleração da urbanização e industrialização, a formação de uma maioria de espectadores bestializados, cuja simples existência e presença eram fator de (já) tênue pressão por políticas mais abertas. ⁷ As tiragens dos jornais cresceram, acompanhando esse fenômeno, mas as empresas necessitavam ainda de recursos extras para bancar a modernização industrial correspondente. Esse *tour de force* empreendia-se num meio político e econômico ainda acanhado. Não por acaso, avultam as subvenções oficiais. Campos Sales, presidente de 1898 a 1902, fez da subvenção à imprensa uma de suas políticas. E o fez às claras, explicando que, sem calar a imprensa, não teria conseguido impor sua política de saneamento da economia do país, acompanhada de forte estagnação. Finda essa política, nem por isso a subvenção cessou ou minguou.

É Paulo Duarte, biografando Júlio Mesquita, quem reconta:

A subvenção aos poucos foi se tornando suborno feito às ocultas, sub-repticiamente, verdadeira prostituição de pena. Hoje [a referência é a 1915], gasta-se por mês muito mais do que Campos Sales despendeu durante todo o seu quadriênio. ⁸

⁶ SODRÉ, N.W., *op. cit.*, p. 275-278.

⁷ Carvalho (CARVALHO, José Murilo de. *Os bestializados*. 3ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1991, p. 33.) fala do tumulto das multidões agitadas da capital.

⁸ DUARTE, Paulo. *Júlio Mesquita*. São Paulo: Hucitec, 1977, p. 89.

O próprio Júlio Mesquita, embora republicano convicto, lamenta:

*Outrora, só iam por diante jornais oposicionistas. Hoje, em regra, só se mantêm os que são governistas profissionais.*⁹

E continua

*Com seu jornalismo independente e frondeur, o Brasil era um país livre, de opinião acordada e ativa, que os governos respeitavam e temiam e que, portanto, os obrigava a moderarem-se. Com o seu jornalismo de embornal, o Brasil é despotismo, tranqüilo na superfície, manso na aparência, mas nos fundos e nos efeitos, formidável e devastador como o tufão.*¹⁰

Rui Barbosa, com sua peculiar retórica, é mais agressivo:

Toda essa triste súcia, dos quatro costados, não distingue entre o Deus e o demo. Mas tem a religião do embornal, guarda a fé na manjedoura, ou, no cocho, adora o milho. O milho é o ídolo dos afocinhadores da mentira. Hoje em dia há galinheiros, pocilgas, e estrebarias oficiais, onde se amilham escritores.

Seria, contudo, ingênuo aceitar de forma acrítica essas lamentações. Desaparece gradualmente no cenário republicano o pasquim, órgão jornalístico sem compromisso empresarial, típico do I Império e da Regência, geralmente associado à pregação liberal, e depois, já sob forma modificadora, associado ao abolicionismo e à propaganda republicana. Mas a grande imprensa contemporânea da República nas primeiras décadas do século 20 – burguesia, como a qualifica Sodré¹¹ – será igualmente capaz de erigir veículos de contestação aos governos. Porém, seu feitiço diverso, empresarial, impõe outro figurino na busca do equilíbrio entre o Estado – cada vez mais a principal fonte de recursos financeiros – e o público leitor. A urbanização, fenômeno constante e marcante já desse período, conduz a uma sociedade de complexidade crescente, atravessada por interesses cuja trama vai se tornando paulatinamente desafiadora de soluções e comporta-

⁹ O Estado de S. Paulo, 29.12.15. Citado por DUARTE, Paulo. *Júlio Mesquita...*, p. 90.

¹⁰ DUARTE, Paulo. *Júlio Mesquita...*, p. 90.

¹¹ SODRÉ, N.W., op. cit., p. 355-389.

mentos monolíticos para aqueles que, de alguma forma, disputam o favor da audiência pública.

Assim, essa grande imprensa alternará momentos de adesão aos poderosos com momentos de desafio a esse mesmo poder, o que lhe custará a proibição de circular. Talvez já seja característica desse novo figurino esta passagem de Júlio Mesquita:

*Não procuro dirigir nem criar opinião em meu Estado: ao contrário, procuro apenas sondar com cautela as opiniões em que o Estado se divide e deixo-me ir, confiado e tranqüilo, na corrente daquela que me parece seguir o rumo mais certo.*¹²

É discutível o conceito que o patriarca dos Mesquitas possa atribuir à opinião pública. Capelato e Prado, estudando a ideologia d'Estado de S. Paulo em 1927-1935, quando já o dirigia Júlio de Mesquita Filho, observam a maleabilidade com que os mentores do jornal concebiam a opinião pública:

*Ainda que se dissessem intérpretes da vontade da opinião pública, os representantes do jornal faziam-no apenas com o intuito de reforçar e justificar sua posição frente à política vigente, pois, a rigor, compreendiam-na como algo que prepara-se, manipula-se, seduz-se, atrai-se, cria-se, e acreditavam ainda que o instrumento mais aperfeiçoado para formá-la é a imprensa (28.4.29).*¹³

O que cabe reter, no entanto, num e noutro enfoque, é o reconhecimento da existência e da importância desse ator social (ainda que algo mítico), a opinião pública; e o prazer com que os dirigentes dos jornais, na primeira metade do século, lembram dos episódios em que a multidão dirigiu-se à sede de seu jornal para aclamar a posição adotada em relação a determinado tema. Ou o desprazer com que, inversamente, relembrem situações em que a turba procurou o jornal para empastelá-lo.

Assim, o Correio da Manhã e o Estado de S. Paulo, para citar os jornais que foram, possivelmente, os dois mais importantes do país na primeira metade do século (ou, pelo menos, os mais prestigiosos das duas mais importantes cida-

¹² Citado por GOULART, Maurício. Em: LEITE, Aureliano et alii. *Homens de São Paulo*. São Paulo: Martins, 1955, p. 363.

¹³ CAPELATO, Maria Helena, PRADO, Maria Lígia. *O bravo matutino: imprensa e ideologia no jornal O Estado de S. Paulo*. São Paulo: Alfa Ômega, 1980, p. 94-95.

des), passam por momentos de afinação com o poder e momentos de oposição. Quando na oposição, chegam a ser fechados pelo governo.¹⁴

Na República Velha, estar na oposição nem sempre significava estar no ostracismo. Limitado a uma elite oligárquica, o universo da sociedade política podia igualmente praticar hábitos civilizados intramuros.¹⁵ Ainda assim, Fernando Limongi, comparando o desempenho econômico-financeiro da empresa editora ao posicionamento político do jornal O Estado de S. Paulo, encontra, até 1920, correlação positiva entre o sucesso empresarial e a convivência pacífica com o governo estadual. E, paralelamente, encontra igual correlação entre as fases de dificuldade empresarial e de tensão entre o periódico e o governo.¹⁶

A emergência da opinião pública – ou, se preferirmos, o processo (ainda que lento e titubeante) de formação e desenvolvimento de uma sociedade civil – é ao mesmo tempo um fator de fortalecimento e de instabilidade da imprensa empresarial. Por um lado, fortalece-a, parcialmente viabiliza-a, pois não é concebível que um jornal se torne prestigioso se só é lido por uns poucos oligarcas. É preciso que haja uma platéia, para a qual ou em nome da qual os atores políticos encenam seu drama político. O prestígio do diário vem, em proporção não desprezível, de sua capacidade de fazer-se aceito por parcelas significativas da platéia. É neste sentido que assume alguma efetividade o discurso alegadamente liberal de uma parte das elites políticas brasileiras: é neste sentido que o universo

¹⁴ O Correio da Manhã foi impedido de circular durante cerca de nove meses em 1924-1925 (Cf. SODRÉ, *op. cit.*, p. 364). O Estado de S. Paulo foi desapropriado no Estado Novo (março de 1940) e só foi restituído à família Mesquita após a queda de Getúlio (dezembro de 1945). Júlio Mesquita esteve preso em 1924. Júlio de Mesquita Filho, exilado em 1932 e 1938 (em ambos os casos, menos por sua conduta jornalística, e sim por sua participação em movimentos armados contra o regime), foi preso uma dúzia de vezes nesse último ano (DUARTE, Paulo. *Memórias*. São Paulo: Hucitec, 1974-1978, v. 6, p. 111, 220-221; v. 7, p. 39). Edmundo Bittencourt esteve preso no governo Hermes da Fonseca (SODRÉ, N.W., *op. cit.*, p. 331) e em 1922 (SODRÉ, N.W., *op. cit.*, p.p. 360).

¹⁵ Veja-se, por exemplo, o espanto do jovem Paulo Duarte quando, ao iniciar sua vida de repórter, em 1920, foi recebido com grande cordialidade pelos membros do primeiro escalão estadual, ao qual seu jornal – O Estado de S. Paulo – atacava com todo o rigor (DUARTE, Paulo. *Memórias...*, v. 6, p. 296).

¹⁶ Limongi (LIMONGI, Fernando M. P. *Educadores e empresários culturais na Construção da USP*. Campinas, 1988, p. 23 e segs.) A acusação não é conclusivamente apurada, vez que Limongi não chega a estabelecer com clareza se a dificuldade empresarial resulta de retaliações do governo ao matutino, em virtude de deste, ou se, contrário, essas posições é que resultam da insatisfação do matutino quanto a uma realidade econômica adversa, de que os membros do jornal julga ser responsável o governo, passando então a criticá-lo. Embora esta *démarche* seja necessária, deve-se admitir que o mais provável é que, como Limongi acredita, prevaleça a primeira hipótese. Em apoio a essa perspectiva, há uma sugestiva passagem nas memórias de Paulo Duarte, onde fica atestada a importância da verba publicitária oficial (sob a forma de avisos e editais) para a equação econômica da empresa jornalística (DUARTE, Paulo. *Memórias...*, v. 1, p. 62-63; v. 5, p. 162-164).

simbólico dessas parcelas da elite produz, mesmo que palidamente, efeito concreto. Pois, em contradição com este liame entre o jornal e o público, há sua ligação com a sociedade política, e a política predominante, concretamente, é toda feita no sentido de impedir-se ou, pelo menos, cercear a manifestação ativa da plateia: e, mais ainda, daquela parcela do público que sequer tem acesso às galerias, eis que, para insistir na metáfora, o teatro, tal como está construído não comporta todos os interessados. Façamos a revolução, antes que o povo a faça: a epigramática frase de Antonio Carlos expressa essa tendência de uma parte arejada das oligarquias da República Velha, que consiste em reconhecer as tensões sociais e, antevendo seus possíveis desdobramentos políticos, antecipar-se de alguma forma à sua expressão, abortando-os. Ou, nesta observação de Hermes Lima, para quem a elite brasileira tinha "a perturbá-la, intimamente, secretamente, desde os dias longínquos da independência, o sentimento de que o povo é uma espécie de vulcão adormecido. Todo o perigo está em despertá-lo".¹⁷

Dessa limitação do público – em suas dimensões política e econômica – resulta, numa etapa história de industrialização incipiente, a dependência da grande imprensa aos recursos proporcionados direta ou indiretamente pelo Estado. Os mais independentes, como os dois jornais citados, conseguem estabelecer uma relação tensa, limítrofe, entre a lealdade a interesses não representados na coalizão no poder e a dependência de favores governamentais.¹⁸

Outros agasalham-se abertamente sob a cobertura oficial. Assim, o Correo Paulistano, órgão oficial do Partido Conservador, ao tempo do Império – e, portanto, anti-republicano – logo transforma-se, após o 15 de novembro, em órgão oficial do Partido Republicano Paulista. E, nessa condição, obriga-se a apoiar todos os governos estaduais (até 1926, o PRP foi o único partido em São Paulo, onde dominou, a exemplo de seus congêneres nos demais estados, até o advento da revolução de 1930). No Rio, o País cumpria idêntico papel em relação ao governo federal.

Na Revolução de 30, os jornais situacionistas que não haviam se bandeado para a crescente oposição dos últimos anos viram-se empastelados. Muitos não voltaram a circular. Outros conseguiram-no e também acabaram por aderir à nova

¹⁷ LIMA, Hermes. Notas à Vida Brasileira. Citado por BENEVIDES, Maria Victória de Mesquita. *A UDN e o udenismo: ambigüidade do liberalismo brasileiro (1945-1964)*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981, p. 242-243.

¹⁸ Uma limitação crônica, no caso brasileiro, à independência frente ao governo está na necessidade de importar papel, o que, num país cuja moeda não é conversível e que enfrenta, cronicamente, dificuldades cambiais, inevitavelmente leva à necessidade de cumprir procedimentos na esfera de competência do poder, federal e estadual. A insuficiência da produção própria de papel de imprensa, por sua vez, faz parte da situação geral de industrialização atrasada, de que são sintomas a falta de capitais e tecnologia.

situação. Em 1932, Assis Chateaubriand apóia a Revolução Constitucionalista, de São Paulo. Derrotado o movimento, esse empresário, ameaçado de perder seu nascente império, compõe-se com a situação e consegue sobreviver.¹⁹

É dos anos 30 a frase com que Aparício Torelli (o Barão de Itararé) parodiou a empáfia de certos editoriais, pondo a nu o transformismo político em que se via enredada a grande imprensa: "Haja o que houver, aconteça o que acontecer, estaremos onde sempre estivemos: com o vencedor".²⁰

É importante observar que esse transformismo²¹ da imprensa corresponde, ao caráter incompleto da revolução de 30. Apontado como o resultado de um movimento de industrialização contra a oligarquia latifundiária e os interesses agro-exportadores, o regime instaurado em 1930 pôde, na realidade, conciliar os interesses da industrialização com os do grupo agro-exportadores (e até os dos latifúndios mais atrasados, na medida em que não operou desapropriação nem entendeu ao campo a legislação trabalhista).²² Os setores latifundiário e agro-exportador perdem a condição de exclusividade na direção do Estado mas não são aliados ao bloco do poder. Assim como Getúlio equilibra-se no poder manobrando as duas forças de interesses apenas aparentemente antagônicas, a imprensa segue encontrando fórmulas de conciliar os antigos interesses latifundiários com os que representa o progresso.

A repressão à Intentona Comunista, em 1935, e a imposição do Estado Novo, em 1937, acompanhadas de severa censura à imprensa, sufocaram o ciclo de criticismo da imprensa, crescente ao longo dos anos 20 e 30.

INDUSTRIALIZAÇÃO

O impulso à industrialização, no primeiro período Vargas (1930-1945), e o desenvolvimento industrialista característico dos anos 50 (governo Vargas e Kubitschek) apressam o êxodo rural. Se a população como um todo cresce a taxas altas (da ordem de 3% ao ano), a população urbana cresce ainda mais rapidamente. Após 1946, a democracia, formalmente liberal mas socialmente autoritá-

¹⁹ SODRÉ, N.W., *op. cit.*, p. 378.

²⁰ ITARARÉ, Aparício Torelli, o Barão de. *Máximas e mínimas do Barão de Itararé*. São Paulo: MPM, 1985.

²¹ Tomo o termo no conceito gramsciano de conceito de deslocamento interpartidário, que se realiza de forma individual (molecular) ou de grupos, como resultado da atração que um partido ascendente exerce sobre outros, cooptando parte de seus componentes, cf. NASCIMENTO, Elimar Pinheiro do. *Poder e representação no Brasil: sobre o uso dos conceitos de transformismo e hegemonia*. Brasília, UnB/Deptº de Sociologia, 1990, p. 5.

²² Ver MARTINS, Luciano. *Industrialização, burguesia nacional e desenvolvimento*. Rio de Janeiro: Saga, 1968, p. 67-80; FURTADO, Celso. *Formação econômica do Brasil*. Brasília: UnB, 1963, cap. 31-33.

ria, permite, ainda assim, o desenvolvimento de competitividade política. O eleitorado, como porcentagem da população, é crescente. Nesse ambiente de experiência democrática, parece criar-se uma das condições para o florescimento de uma imprensa independente do Estado, que é o dinamismo do mercado político. Se bem que permaneça um dos fatores limitantes ao incremento da venda de jornais – o analfabetismo e semi-analfabetismo – pode-se considerar que, de fato, a politização e a urbanização da sociedade ensejam, especialmente em momentos críticos, a produção de grandes tiragens,²³ assim como o desenvolvimento dos sistemas de transporte alargaram o mercado potencial. A revista O Cruzeiro alcançou, no início dos anos 60, circulação virtualmente nacional, com a tiragem de centenas de milhares de exemplares.

Por outro lado, o aprofundamento da industrialização deveria fornecer a outra dimensão necessária ao crescimento da imprensa independente: o dinamismo econômico, fazendo a riqueza circular e, em proporção significativa, ser distribuída mediante a expansão do emprego. Contudo, como observa Martins, a industrialização dos anos 50 não dá conta desse resultado projetado pelos ideólogos do desenvolvimento. Baseada na importação de um padrão tecnológico vigente em países de industrialização mais avançada. A industrialização brasileira se faz em desacordo com a disponibilidade relativa de fatores de produção e em desacordo com as características do mercado de consumo interno. A absorção de mão-de-obra é limitada e as utilidades produzidas mostram-se compatíveis com o nível de renda e o estilo de vida de uma parcela minoritária da população. Essas características da industrialização geram um efeito excludente que funciona como limitador à expansão do papel dos jornais além das fronteiras do segmento afluente da sociedade. Pois, mesmo que o consumo de jornais possa ser estendido a franjas do mercado situados além dos segmentos afluentes, esse ganho de circulação não implicará em aumento do preço do espaço publicitário, pois não redundará em aumento das vendas dos anunciantes. O fenômeno foi surpreendido por Fernando Henrique Cardoso em pesquisa de campo realizada em 1963 e corresponde a uma característica perversa, dominante na industrialização brasileira, pela qual, inversamente ao que ocorre nas economias capitalistas avançadas, parece preferível produzir menos e obter alta margem de lucro por unidade vendida, a produzir muito ganhando pouco em cada unidade.²⁴

²³ Ao noticiar e comentar o suicídio de Getúlio Vargas por exemplo, sucessivas edições de Última Hora alcançaram, em 24 de agosto de 1954, perto de 800.000 exemplares. Cf. WAINER, Samuel. *Minha razão de viver*. Rio de Janeiro: Record, 1987, p. 205.

²⁴ CARDOSO, Fernando Henrique. *Empresário industrial e desenvolvimento econômico no Brasil*. São Paulo: Difel, 1972, p. 137.

O efeito excludente do período desenvolvimentista produz conseqüências políticas difíceis de serem exageradas em sua importância para o mercado jornalístico, antes e depois do golpe militar de 1964. O modelo político e econômico praticado nos países avançados, nos quais as elites brasileiras identificavam um modelo a ser seguido pelo Brasil, era o de Welfare State. Mas o efeito excludente era incompatível com a prática do Welfare State, o que ficou cada vez mais evidente, à medida que o modelo desenvolvimentista entrava em crise, com a queda dos índices de desempenho da economia, no início dos anos 60.

A mobilização política crescente nesse período polarizou os debates. Parte da imprensa colocava-se ao lado da defesa dos interesses empresariais comprometidos com o modelo de industrialização dependente posto em prática. Eram os jornais confiáveis, que mereciam, em contrapartida, a preferência na distribuição das verbas publicitárias dessas mesmas empresas. Por outro lado, veículos menos conformes à ideologia do desenvolvimento dependente podiam ser, e eram, excluídos das verbas publicitárias desses anunciantes. A polarização acentuada do clima político marcaria profundamente a grande imprensa, como de resto, toda a sociedade. Os jornais que não se adaptavam à irrupção, a partir de 1964, de um modelo econômico e político ainda mais excludente foram desaparecendo (no Rio, por exemplo: Diário Carioca, Diário de Notícias, Correio da Manhã, Última Hora, de Samuel Wainer, O Jornal, Luta Democrática). A imprensa que sobrevive é mais empresarial, na medida em que avulta com mais nitidez sua dimensão de negócio entre negócios, de elo de um capitalismo mais dinâmico e mais burguês do que o existente antes de 1964 e do que os seus congêneres latino-americanos.²⁵

Nessa perspectiva, os jornais que desapareceram no processo de aprofundamento do capitalismo e do efeito excludente (a modernização conservadora) seriam mais ideológicos ou partidários ou, melhor, mais independentes. Sua sobrevivência dependia, no varejo, do pequeno anúncio do comércio e do classificado. E, no atacado, dependia das tacadas e das manobras políticas da capacidade de seus dirigentes para intervir nos negócios do Estado e assim obter vantagens intermitentes, o que caracterizaria o antiempreendedor.²⁶ Sua independência não era propriamente estrutural. Derivava, antes, de certa aleatoriedade da sua inserção na dimensão econômica da esfera pública, aleatoriedade essa pertinente a um período em que a industrialização é um fenômeno *en train de se faire*, e portanto cercado de incertezas e em convivência com práticas oriundas de períodos anteriores.

²⁵ Para um comentário acerca do caráter mais burguês do capitalismo industrial brasileiro, ver O'DONNEL, Guillermo. Hiatos, instituições e perspectivas. Em: REIS, Fábio Wanderley, O'DONNEL, Guillermo (orgs.). *A Democracia no Brasil: Dilemas e Perspectivas*. 1988, p. 72.

²⁶ Cf. CARDOSO, Fernando Henrique, *op. cit.*, p. 138.

O aprofundamento da ordem capitalista burguesa (isto é, industrial) demanda a redução da aleatoriedades, em todos os níveis. O investimento, o estabelecimento de empresas com volumes crescentes de capital, o estabelecimento, enfim, de um sistema de grandes empresas, foge da incerteza, da aleatoriedade. Busca ao invés, o controle das variáveis políticas, no sentido de criar e manter uma atmosfera política e econômica favorável ao desenvolvimento dos negócios, isto é, à reprodução do capital investido.²⁷

Mais que isso, o aprofundamento da industrialização brasileira fazia-se mediante a instalação de fábricas filiais de empresas estrangeiras, que ocupavam os setores mais dinâmicos da economia e traziam consigo o crescimento das filiais das agências estrangeiras de propaganda. Essas agências, trabalhando para os anunciantes mais agressivos, acumulavam as maiores fatias do bolo de verbas publicitárias. E, nessa condição, podiam pressionar – e de fato pressionavam – os veículos de comunicação a adotarem postura favorável ou, pelo menos, não hostil aos interesses de seus clientes, e não apenas aos interesses imediatos, mas à própria preservação e aprofundamento do modelo de industrialização posto em prática, o qual, embora excludente e incapaz de estender o dinamismo econômico às maiores parcelas da população, era-lhes adequado, na medida em que lhes permitia obter ganhos marginais sobre o investimento em desenvolvimento operado na matriz. Essas filiais não encaravam o país como uma nação, mas como um mercado adicional.²⁸

Esta transformação no perfil do anunciante do jornal, significando um considerável incremento no volume de negócios que ensejava, deveria contribuir para a independência da imprensa em relação ao Estado, a despeito do efeito excludente. E, de fato, no pólo mais dinâmico da industrialização – São Paulo – isso pode ter ocorrido. Uma empresa como S.A. O Estado de São Paulo, cujos dirigentes e mentores opunham-se visceralmente ao regime populista e estavam sempre disposto a encorajar os militares a promoverem a derrocada da ordem constitucional²⁹, ademais, assumiam, desde há décadas, um papel de

²⁷ CARDOSO, Fernando Henrique, *op. cit.*, p. 150-159.

²⁸ MARTINS, Luciano, *op. cit.*, p. 94-95. Para a atuação das agências de propaganda sobre os jornais, ver depoimento de Luís Alberto Bahia, em: ANDRADE, Jeferson. *Um jornal assassinado: a última batalha do Correio da Manhã*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1991, p. 104-109. Ver também RABELO, Genival. *O capital estrangeiro na imprensa brasileira*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966, p. 56-61, 115, 170n.

²⁹ Ver, a propósito, STEPAN. Alfred. Os militares na política. Rio de Janeiro: Artenova, 1975, p. 76-77, 84-87), BENEVIDES, Maria Victória de Mesquita, *op. cit.*, p. 128-129, 237, e TÁVORA, Juarez. Uma vida e muitas lutas. Rio de Janeiro: José Olympio, 1974, p. 239.

liderança intelectual da elite paulista, não fazia barganhas com os donos do poder.³⁰

Contudo, a industrialização do desenvolvimento fazia-se com forte participação estatal. A alavancagem financeira – inclusive de filiais multinacionais – provinha principalmente de fontes oficiais. O Estado participava do capital das novas indústrias e constituía suas próprias indústrias. Ligava-se ao esforço industrial como planejador, como proponente e implementador das medidas de política econômica viabilizadoras da industrialização, como financiador, como fornecedor de matérias primas, de insumos energéticos, de produtos siderúrgicos e até como fabricante de bens de capital e de bens de consumo (caminhões e automóveis, por exemplo) e, o que é de maior importância para a questão da imprensa, como fiador político do modelo, dentro do escopo do pacto populista.

A organicidade dessa participação estatal conferia a governantes e seus propostos instrumentos de pressão indireta sobre os jornais. Mesmo sem precisar manejar verba publicitária própria – a qual, durante o governo Kubitschek foi, de resto, volumosa – a elite dirigente do Estado podia inferir.

*O jornal hoje pode alegar que resiste porque não depende do anúncio oficial. É verdade mas existe uma coisa chamada Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal. São as contas indiretas. Quando o empresário vai ao BB, pode receber um recado: Ora você está anunciando em tal jornal. O Correio (da manhã) sofreu isso flagrantemente.*³¹

Os créditos oficiais diretamente concedidos à empresa jornalística não eram, de resto, de se desprezar, numa época de mercado financeiro privado acanhado, constrangido que era pela existência da inflação, de um lado, e, do outro, por legislação que limitava a taxa nominal de juros, em nome do combate à usura. O acesso aos créditos do Banco do Brasil estava na pauta de todo industrial, que sonhava em obtê-lo com fartura.³² A elite dirigente manobrava com habilidade a concessão desses disputados créditos à grande imprensa. Não havia um único dono de jornal que não devesse ao Banco do Brasil.³³ Tais créditos, políticos, não eram cobrados no vencimento, mais renovados. Executá-los seria uma medida de exceção, inédita.³⁴

³⁰ WAINER, Samuel, *op. cit.*, p. 161-162.

³¹ Depoimento de Luís Alberto Bahia, redator-chefe do Correio da Manhã de 1959 a 1962, em ANDRADE, Jeferson., *op. cit.*, p. 108.

³² CARDOSO, Fernando Henrique, *op. cit.*, p. 144.

³³ WAINER, Samuel, *op. cit.*, p. 194.

³⁴ WAINER, Samuel, *loc. cit.*

O esforço desenvolvimentista, a par da industrialização, tinha a dimensão das grandes obras públicas, que alçaram ao primeiro plano da esfera pública, embora de forma não transparente, a figura do empreiteiro. As interações Estado-empreiteiro-Imprensa eram múltiplas. E tanto podiam abastecer os cofres da empresa jornalística quanto os de seus proprietários. Uma descrição crua do funcionamento dessa tela de interesses, nos governos Kubitschek e Goulart, foi dada por Samuel Wainer em suas memórias.³⁵

O ESTADO EM EXPANSÃO

A irrupção e a consolidação militar põem em cena duas ordens de eventos de enorme importância para a equação da empresa jornalística. De um lado, temos os eventos políticos, apontando, até 1974, para uma compreensão da expressão política da sociedade, para uma diminuição do *quantum* de energia social em circulação na arena propriamente política da esfera pública, fenômeno que atingiu seu ápice no período 1969-1974. Para a imprensa, esta ordem de eventos inclui especialmente a censura política e o resultado geral é que os jornais tornam-se anódinos. O regime compensa esse gravame despendendo grandes soma sob a forma de verba publicitária. Nunca antes, nem depois, o Estado foi um anunciante aberto tão importante quanto no período de extremo fechamento político: Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Banco Central e Petrobrás incluíram-se no *ranking* dos maiores anunciantes brasileiros.³⁶

Na outra ordem de eventos, de caráter econômico, sobreleva o formidável crescimento da presença estatal na atividade econômica, o Estado em expansão³⁷ tanto na fase do milagre (1967-1973) quanto, especialmente, no período imediatamente posterior (1974-1978). Essa expansão obedece, conforme o período, a diferentes lógicas:

... uma primeira etapa, após a gestão Castello Branco, em que se estimula a implantação da grande empresa, como forma de tentar vantajosamente o Brasil Potência numa economia internacionalizada em que imperam grandes empresas;

³⁵ WAINER, Samuel, *op. cit.*, p. 223, 224-226, 237-239. Um curioso relato, em primeira mão, da armação de uma operação típica de triangulação para recebimento de comissão concebida por empreiteira, aparece em DUARTE, Paulo. *Memórias...*, v. 5, p. 22-23; v. 7, p. 52) e envolve uma empreiteira alemã, a prefeitura de São Paulo e a caixinha da candidatura de Armando Salles Oliveira à Presidência da República, em 1937. Segundo esse autor, a decretação do Estado Novo e o conseqüente cancelamento da eleição, prevista para o início de 1938, abortaram a operação.

³⁶ Nesse período firma-se no mercado publicitário a liderança, em faturamento, da agência de propaganda de origem gaúcha MPM, detentora da maior parte das contas governamentais.

³⁷ MARTINS, Luciano. *Estado capitalista e burocracia no Brasil Pós-64*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985, p. 41-82.

nessa etapa, da qual o I PND é um documento típico, fortalecem-se, como grandes empresas viáveis, as filiais de multinacionais e as empresas do Estado;

. uma segunda etapa, correspondendo à maior parte da gestão Geisel, embora reconhecendo-se que a empresa privada nacional fora relegada a uma situação de relativa estagnação e se formularem diretrizes para consertar o desequilíbrio, aumenta, ainda assim, a penetração da economia pelo Estado (já agora numa fase em que começam a escassear os investimentos externos), seja no âmbito da regulamentação – para controlar a retomada da inflação ascendente e amortecer os impactos externos da crise do petróleo e do encarecimento do serviço da dívida – seja na própria produção, no bojo dos altos investimentos vinculados aos programas de substituição da importação de insumos, integrado no II PND;

. uma terceira etapa, correspondendo ao final da gestão Geisel e à gestão Figueiredo, de certa forma, também a gestão Sarney, contém-se, por pressão anti-estatística de setores empresariais (expressos sobretudo por O Estado de São Paulo e Visão) a expansão do Estado-empresário; contudo, o crescimento das empresas estatais, nas fases anteriores, criara poderosos conglomerados, com interesses compartilhados por numerosas empresas-clientes e empresas-fornecedoras; pratica-se uma política de *stop-and-go* quanto ao crescimento econômico em face do controle da inflação e, a cada fase de estímulo ao crescimento, as empresas estatais, instrumento inevitável da política econômica, expandem seus laços na economia; não obstante, as restrições impostas às estatais em sua capacidade de investimento e em sua política salarial, assim como sua entrega a gestões vinculadas a interesses eleitorais dão início (e depois aceleram) a seu processo de decadência e desarticulação.

Esta situação, que prevalece até o advento do governo Collor, é carregada de uma ambigüidade dinâmica. De um lado, o afrouxamento dos controles do Estado sobre a vida política vai dando margem, crescentemente, à criação de espaços para expressão de interesses divergentes daqueles aninhados no regime, numa progressiva articulação da sociedade civil. De outro lado, os interesses dos segmentos dirigentes e dos que, embora formalmente situados fora da área estatal, a ela acham-se associados, controlam uma parcela ponderável de recursos políticos, administrativos e financeiros dos quais depende a sobrevivência da empresa jornalística. A tensão entre esses dois pólos repercute até mesmo na intimidade da empresa jornalística, separando membros da família proprietária, conforme aconteceu na Editora Abril.³⁸ Diferentes órgãos da grande imprensa praticam diferen-

³⁸ Para um relato, pelos próprios Civita, sobre a briga entre os irmãos Richard e Roberto Civita, ver revista *Imprensa*, v. 1, n. 8, p. 47-49.

tes formas de conviver com essa ambigüidade dinâmica. A Folha de São Paulo engaja-se, desde 1975, de forma mais decidida, no bloco de contestação política ao regime militar, embora tal postura mostre-se eventualmente sujeita a recuos táticos. O Jornal do Brasil, vivendo crises econômicas intermitentes, resultantes de suas próprias ações estratégicas e da decadência da economia carioca (num quadro de crise econômica nacional), passa por diversas guinadas políticas, geralmente expressas nas trocas de seu comando jornalístico e, em alguns momentos, também expressas nas trocas de comando no âmbito da família proprietária. O Estado de São Paulo, profundamente enraizado – como nenhum outro – na alta finança e no alto empresariado industrial paulista, assume a peculiar posição desse empresariado: crítico do regime quanto à estatização e desorganização da intervenção do Estado na economia, porém aliado ao regime em seu autoritarismo, que exclui o operário das decisões políticas e econômicas.³⁹ O Globo, integrante de um conglomerado empresarial em expansão, continua a praticar sua tradição de ser governista, procurando estar sempre com o vencedor. De um modo geral, e não por acaso, os grandes jornais paulistas mostram-se mais capazes que os cariocas para contestar o regime e os que o dirigem.

FORMAS VELHAS E FORMAS NOVAS: O CONDOMÍNIO

A saída do regime autoritário para o regime de competição política fez-se com a progressiva desarticulação logo seguida de uma reordenação – das forças militares, políticos partidários e empresariais que sustentavam a situação implantada em 1964.

No âmbito da gestão do Estado, prevaleceu uma curta pulverização, percebida como incapacidade do governo para controlar as estatais. Na realidade, expostas a situação política e econômica crescentemente adversa, as empresas estatais buscaram, tanto no meio empresarial quanto no político, forjar alianças que, capitalisticamente – que é como estão concebidas – pudessem construir condição mais favorável à reprodução do capital nelas investido. Em sua repercussão na imprensa, esse fenômeno traduziu-se pela permanência de núcleos dispersos de interesses privados vinculados ao Estado, que, às vezes, assumem a aparência de condomínios, quase feudos. Essas composições de interesses congregam empresários do setor privado com lideranças políticas e tem por escopo administrar, em

³⁹ Ver, por exemplo, o posicionamento desses e de outros jornais quanto à reunião da SBPC em 1976, em: FERNANDES, Ana Maria. *A construção da ciência no Brasil e a SBPC*. Brasília: Ed. UnB, 1990, p. 205-209. Para outra apreciação desse jornal, ver DINES, Alberto. *O papel do jornal: uma releitura*. 4ª ed. São Paulo: Summus, 1986, p. 107. Para o posicionamento do empresariado no final dos anos 70, ver DINIZ, Eli, BOSCHI, Renato Raul. *Empresariado nacional e estado no Brasil*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1978, p.193-195.

proveito mútuo, recursos que o Estado, extraindo da sociedade, acumula e aplica. Esses recursos assumem diferentes formas: algumas são tradicionais, outras são novas no cenário já secular das relações entre Imprensa e Estado no país. É nas formas novas que o condomínio se apresenta caracteristicamente, embora não esteja necessariamente ausente das formas tradicionais.

Convém, a essa altura, sumarizar as principais formas pelas quais se aplicam recursos do Estado na imprensa.

1. Concessão de financiamentos, pelas agências oficiais, em condições mais vantajosas que as de mercado, à empresa jornalística ou a outra(s) empresa(s) do mesmo grupo. É difícil exagerar, na escala da economia brasileira, o peso da carteira de empréstimos de entidades oficiais como o Banco do Brasil, a Caixa Econômica Federal, o BNDES e o Banespa. Mantém-se aqui a assertiva de Samuel Wainer, citada antes, embora ela estivesse inserida no contexto de 40 anos atrás. Um exemplo dessa capacidade político-financeira emergiu na polêmica que trouxeram a público O Globo e o Jornal do Brasil: o grupo empresarial do primeiro obteve junto à CEF financiamento de ordem de US\$ 38 milhões, em condições consideradas, por seu concorrente, como sendo muito favorecidas, em termos de taxa de juros, prazos de amortização e garantias exigidas.⁴⁰ A disputa política pelo comando das duas principais instituições federais de créditos – BB e CEF – é das mais árduas e excede a que cerca a maior parte dos ministérios, embora, formalmente, estes ocupem posição hierárquica superior.

2. Discriminação política na aliciação de verbas publicitárias. De uso mais comum entre os governos estaduais, esta forma, também tradicional, consiste em concentrar a verba publicitária em veículos simpáticos à liderança política que controla os órgãos públicos ou empresas estatais formalmente detentoras de verbas. Esta forma faz parte de um sistema sócio-político em que é comum – e largamente aceita – a prática do jornalismo partidário no qual os interesses a que o órgão de imprensa se vincula impõe a editorialização de seu noticiário. Diferentemente da imprensa partidária típica das primeiras décadas do século 19, a editoria- lização do noticiário não corresponde, atualmente, à adesão do órgão de comunicação ao programa de um partido ou facção política claramente identificável. Essa não partidarização, *stricto sensu*, do órgão de imprensa responde a várias circunstâncias. Em primeiro lugar, metodologicamente falando, está o fato de que dificilmente um órgão poderia atrelar-se a uma única liderança política, porque tal opção seria estrategicamente arriscada tanto para a empresa jornalística quanto o seria, inversamente, para a liderança política (se esta, acaalutando objetivo político mais amplo, se ligasse a um único órgão de imprensa). Em segundo lugar, os inte-

⁴⁰ *Jornal do Brasil*, diversas edições em maio de 1992.

resses representados estão em conflito com os de outras lideranças políticas, sem que necessariamente o conflito encontre expressão partidária, num país em que o sistema partidário tem demonstrado forte tendência à precariedade, na sua função fundamental de agregar, expressar e representar interesses distinguíveis. Assim, torna-se útil ao órgão jornalístico aliar-se a mais de uma liderança política, o que pode ser feito, por exemplo, mediante alianças adstritas a editorias específicas. O equilíbrio dessa estratégia pode ser mais ou menos precário, mas não chega a ser difícil de ser obtido, dada a, até aqui, pouca alternância das elites políticas, num país onde são pouco numerosos os órgãos de imprensa destacados, são capazes de compreender e tolerar certos contorcionismos políticos de alguns órgãos de imprensa.

Um exemplo desta forma de financiamento de um órgão da imprensa pelo Estado veio à tona no episódio da já referida polémica entre o Globo e o Jornal do Brasil. O Banerj, banco vinculado ao governo estadual do Rio de Janeiro, fez adiantamento de recursos financeiros ao Jornal do Brasil, para pagamento mediante inserção de publicidade, a longo prazo. Ao mesmo tempo, o mesmo banco suspendeu (ou deixou de renovar) antigo contrato de patrocínio do programa jornalístico local da emissora de televisão do grupo do jornal O Globo.⁴¹

Exemplo semelhante deu-se em Minas Gerais, no quaternário 1987-1991. Colocando-se em oposição sistemática ao executivo estadual, o Estado de Minas ficou à míngua de publicidade do governo do Estado. Este, por sua vez, deu completo apoio publicitário ao recém lançado Hoje em Dia, jornal criado, segundo os comentários correntes nos meios político e profissional, para apoiar a carreira política do então governador (na realidade, o apoio não teria se restringido à preferência publicitária). É importante observar que nem sempre se verifica esse padrão dicotômico nas relações publicitárias entre os dirigentes do Estado e os órgãos de imprensa. O padrão mais comum – ou, pelo menos, o que é mais apreciado pela sabedoria política calcada no reposismo – é o de contemplar quase todos os órgãos de imprensa com fatias dos recursos à disposição do governante, entre os quais a publicidade é apenas um, o mais visível (e, por isto, o menos cômodo para uma intenção manipulativa).

3. Matérias pagas. Diferem da forma anterior pela circunstância de não se caracterizarem como matéria de interesse de quem paga, parecendo, ao invés, matéria espontaneamente produzida pela redação. Descendem, em linha direta do sistema de subvenções à imprensa favorável, praticado no Brasil desde o Império e são a forma mais tradicional de aplicação de recursos públicos em órgãos jornalísticos. Considerada uma praga pelos jornalistas, a matéria paga permanece uma

⁴¹ Ver as edições dos jornais em maio de 1992.

prática usual na imprensa brasileira fora dos centros de economia dinâmica. Sua prática, pelo Correio Braziliense, por exemplo, foi apontada pelo Jornal do Brasil em mais de uma ocasião.⁴²

4. Informação privilegiada. A exemplo de outros integrantes da elite hegemônica, os proprietários e dirigentes de órgãos de imprensa têm, por vezes, acesso prévio a informações sobre decisões governamentais capazes de lhes proporcionar ganhos ou evocar perdas. Um exemplo notório seria o aviso prévio recebido pelos proprietários de O Estado de S. Paulo acerca da máxi-desvalorização cambial do cruzeiro, no final de 1979. Com volumoso endividamento em dólar e em situação financeira difícil, pôde a empresa precaver-se e evitar o que poderia ter sido sua quebra.⁴³ A posse de informação privilegiada, por integrantes da elite dirigente, é tanto mais freqüente – assim como o impacto potencial dessas informações é tanto maior – quanto mais importante é a participação do Estado na atividade política e econômica.

5. Triangulações. Decisões de governo que beneficiam certas empresas ou setores empresariais podem envolver uma empresa jornalística, que se torna beneficiária indireta, quer porque assim o deseje a autoridade que produz a decisão, quer porque – certamente com o conhecimento dessa autoridade – a empresa jornalística integra organicamente o grupo político em que se situa a empresa não jornalística beneficiada. É o caso das operações com empreiteiras, descritas por Samuel Wainer, mencionadas acima.

6. Novas atividades do Estado. A expansão do Estado no regime militar abriu-lhe, inclusive como produtor de bens ou prestador de serviços, novas áreas da economia, antes inexistentes, ou apenas ocupadas pela iniciativa privada. Essas novas áreas geram negócios e muitos desses negócios podem incluir empresas jornalísticas, empresas de grupos que também possuem órgãos de imprensa ou ainda empresas que, em conseqüência de suas intensas operações com o Estado, acabam interessando-se por também explorar a atividade jornalística. Eventos recentes clareiam e exemplificam este tópico.

6.1 Telecomunicações e telefone. O grupo empresarial cuja origem é o jornal O Globo possui hoje interesses que incluem, por exemplo, satélites de telecomunicações, telefonia celular e telefonia tradicional, produção e veiculação de programas educativos com apoio de verbas oficiais de educação, etc. A telefonia,

⁴² Sobre o pagamento rotineiro, pelo governo do Rio Grande do Norte, de matérias favoráveis ao então governador, cf. Jornal do Brasil, 17.5.76, p. 16. Posteriormente, o jornal apontou o recebimento, pelo Correio Braziliense, de uma verba de Cz\$ 2 milhões do Ministério da Fazenda, em fevereiro de 1986, em troca da publicação de matérias favoráveis ao Plano Cruzado.

⁴³ Para a versão da empresa sobre esse episódio, ver entrevista de Ruy Mesquita a Luiz Egipto. Revista Imprensa, v. 3, n. 36, p. 44-52.

que antes de 1964 era uma atividade explorada predominantemente pela iniciativa particular, tornou-se estatal mediante desapropriação e legislação específica, reforçada no âmbito da Constituição de 1988. Assim, a edição telefônica e de telex passou a representar, desde os anos 70, uma nova interface nas relações entre o Estado e a iniciativa privada. E, desde 1984, passou a incluir especificamente empresas editoriais de órgãos jornalísticos. Em 1989, o faturamento publicitário das listas oficiais representou 11,8% do mercado publicitário nacional. OESP Gráfica S.A., subsidiária de S.A. O Estado de S. Paulo, participou com 29,6% do faturamento bruto do segmento das listas telefônicas, o que, em valores absolutos, significou o equivalente a US\$ 72,1 milhões. A Listel Listas Telefônicas S.A., subsidiária da Editora Abril, obteve fatia equivalente a 27,9% do mesmo segmento (em valores absolutos, cerca de US\$ 68,0 milhões). Ou seja, através de contratos com empresas estatais, celebrados sem concorrência pública, mediante processo simplificado de seleção da contratada, duas das maiores editoras de periódicos jornalísticos do país têm acesso, com exclusividade, a 6,8% da verba publicitária total, faturada mensalmente através das contas telefônicas dos anunciantes das listas.⁴⁴ Esses recursos circulam pelo caixa das empresas estatais de telefonia e, em seguida, vão ter às empresas editoriais de listas, mediante repasse de 81% do valor bruto (listas de S. Paulo, capital, e Guarulhos) ou de 75% (demais listas). O volume de receitas assim obtidos elevou-se, em 1987, a 35% do faturamento do grupo do Estado de São Paulo, possibilitando que esse grupo superasse a crise econômico-financeira em que se encontrava há dez anos.⁴⁵ Em 1990, o faturamento da Listel equivaleu a 35% do faturamento da Editora Abril.⁴⁶ Por outro lado, a infra-estrutura montada para atender à produção e comercialização das listas telefônicas permite que as empresas desenvolvam, por conta própria e explorando a sinergia operacional, produtos similares, como listas setoriais (por exemplo, catálogos de materiais de construção), ramo explorado, em especial, por OESP Gráfica S.A.

Numa demonstração de que a lógica do Capital não pára de abrir novas áreas, a Telebrás prepara-se para lançar no mercado um produto que vai substituir as tradicionais fichas telefônicas. Trata-se do telefone público indutivo, que utiliza, para franquear chamadas, uma cartela de papel. Esta cartela já é avaliada, pela Telebrás, como uma mídia publicitária mais expressiva que as próprias listas telefônicas.⁴⁷

⁴⁴ Telebrás (1990). A estimativa do mercado total assumida pela Telebrás é a de Meio & Mensagem, fevereiro de 1990.

⁴⁵ Revista *Imprensa*, v. 1, n. 7, p. 33-34.

⁴⁶ Cálculo feito com os números fornecidos por Exame/Melhores & Maiores, 1991, p. 145.

⁴⁷ Entrevistas com Luiz Otávio C. Marcondes do Departamento de Gestão Mercadológica da Telebrás e Wagner Eric Heibel, Gerente da Divisão de Coordenação Comercial, vinculada ao mesmo Departamento. Brasília, junho de 1992.

6.2 Raspadinha. Numa variante de associação entre Imprensa e Estado possibilitada pela expansão das atividades estatais está o grupo IBF (Indústria Brasileira de Formulários), fornecedor da Caixa Econômica Federal e de alguns governos estaduais na nova modalidade de jogo de números – a raspadinha. O êxito dessa nova forma de jogo bancado pelo Estado, em combinação com a condição de fornecedor nacional exclusivo, conquistada pela IBF, permitiu-lhe capitalizar-se e adquirir, seguidamente, o jornal paulista Diário Comércio e Indústria (DCI), o que lhe enseja também o controle das revistas do grupo Visão, e a Rede Manchete de Televisão.

O que se verifica, do esboço histórico e da situação recente, é que, no Brasil, o paradigma liberal de imprensa como Quarto Poder, detentor da missão de vigiar o Estado para a sociedade civil, não funciona nos termos em que tem funcionado em sociedades de industrialização avançada, em particular a norte-americana. As linhas centrais do desenvolvimento da economia brasileira, ao invés de ensejarem um dinamismo preferencial das iniciativas particulares, conferiram, até aqui, um papel central ao Estado quanto à capacidade de inovar e abrir espaços. Trata-se de um modelo de desenvolvimento de inspiração autoritária, que encontrou em Mihail Manoilescu suas formulações básicas, desenvolvidas no Brasil dos anos 30 – isto é, no período em que a crise de 1929 e a ascensão de regimes ditatoriais na Europa parecia indicar a falência completa do liberalismo e da democracia – por lideranças empresariais como Roberto Simonsen e intelectuais autoritários como Azevedo Amaral, Oliveira Viana e Francisco de Campos, para os quais a implantação da ordem burguesa em países de industrialização atrasada, como o Brasil, era incompatível com o liberalismo e pedia, ao invés, participação de Estado.⁴⁸

Ultrapassando as formulações normativas desses e de outros ideólogos da industrialização brasileira, o Estado acabou por exceder as prescrições de uma participação supletiva. A lógica da dependência e a lógica evolutiva do grande capital – esteja ele em mãos da iniciativa particular ou iniciativa governamental – combinada à força de duas idéias extremamente poderosas no âmbito da sociedade brasileira – o nacionalismo e o desenvolvimentismo – acabaram por conferir ao Estado uma centralização imprevista, propiciadora da constituição de uma extensa e densa trama de relações orgânicas entre o Estado, agente econômico, e o empresariado industrial. No âmbito da imprensa, essa realidade se expressa em situações como as esboçadas nos casos das listas telefônicas e das raspadinhas, em torno dos quais se estabelecem relações mais duradouras – e menos aleatórias – que as propiciadas por relacionamentos calcados exclusivamente em formas

⁴⁸ Ver DINIZ, Eli, BOSCHI, Renato Raul., *op. cit.*, p. 58-69.

como a subvenção tradicional ou não cobrança de débitos vencidos junto a bancos oficiais.

Existem indicações de que esses relacionamentos econômico-financeiros projetam-se sobre a arena política e estabelecem laços de lealdade entre os empreendedores e as lideranças políticas que os propiciam, enraizados na lógica do favor ⁴⁹ e, também por isso, mais perenes que as alianças firmadas em torno dos "anéis burocráticos", os quais, na definição do autor de sua proposição conceitual, "necessitam estar centralizados ao redor do detentor de algum cargo" e propiciam ao Estado "a capacidade de, ao remover o funcionário-chave de um dado anel (...), provocar uma desarticulação radical das pressões que se estavam institucionalizando". ⁵⁰ Daí a noção de condomínio. Pois alianças ensejadas pelas conjunções de interesses de lideranças políticas e de lideranças empresariais-jornalísticas, formalizadas mediante contratos ou concessões de longa duração, como atos jurídicos perfeitos (perfeitos na forma, eixos que o formalismo é da essência da prática jurídica brasileira), e articuladas por pessoas que conhecem e sabem praticar a lógica do favor (tornando-se, portanto, amigas), trabalham sobre a concepção de que entendimentos bem-sucedidos no passado são o prefácio de novos e profícuos entendimentos de mútuo benefício no futuro. Por isso – e em parte baseados na permanência, dentro da estrutura estatal, de um certo número de funcionários profundos conhecedores da máquina (isto é, do arranjo legal e administrativo em que se baseia a ato jurídico perfeito) – os condomínios sobrevivem ao afastamento da liderança política em relação ao cargo em que o favor tenha sido praticado.

Este sistema, de equilíbrio um tanto (mas não muito) precário, pode vir a ser colocado em xeque, no que diz respeito à participação do Estado, por, pelo menos, duas ordens de eventos:

1) o aprofundamento do programa de privatização, que transferiria a setores da iniciativa privada numerosos empreendimentos hoje situados na área estatal; tal perspectiva corresponderia a um estágio de desenvolvimento da ordem burguesa entre nós no qual o empresariado já não necessitaria da intermediação direta do Estado para extrair e acumular os recursos necessários à expansão do empreendimento particular; não obstante ser este um dos pontos centrais da gestão Collor de Mello, seu aprofundamento ainda depende de reforma da Constituição e não é certo que tais reformas venham a ser concretizadas, ainda mais porque a opinião pública, a despeito do engajamento de todos os órgãos de imprensa na defesa da desestatização, tem demonstrado devotar apoio apenas tênue a esse pro-

⁴⁹ Para uma abordagem do favor, ver SCHWARZ, Roberto. *Ao vencedor as batatas*. 3ª ed. São Paulo: Duas Cidades, 1988, p. 16-18.

⁵⁰ CARDOSO, Fernando Henrique. *Autoritarismo e democratização*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1975, p. 208-209.

grama, de acordo com pesquisas de opinião esporadicamente divulgadas; tal postura poderia determinar uma guinada no programa de privatizações, após novas manifestações eleitorais;

2) a ascensão, ao poder, de forças políticas radicalmente diversas das que o têm ocupado desde 1964; mesmo nesta hipótese, dada a característica de mediana perenidade dos condomínios, seria preciso que tais forças políticas mantivessem o poder por um período relativamente longo e que, sobretudo, soubessem engendrar e oferecer aos segmentos empresariais (eis que não se cogita de uma revolução) alternativas de funcionamento da economia política da imprensa e da economia geral, cuja racionalidade e perspectiva de permanência fossem capazes de atraí-los e retê-los; trabalha contra tais possibilidades o fato de que essas forças políticas – ancoradas à esquerda (ou populares) – não encontram correspondência no aspecto ideológico (e respectivos compromissos de classe) da grande imprensa estabelecida no Brasil; nestas condições, mesmo ocupando formalmente um dos poderes (o Executivo), tais forças políticas poderiam ver-se imobilizadas em suas tentativas de estabelecer novos parâmetros para as relações Imprensa-Estado, pois enfrentariam a oposição dos setores da sociedade civil que possuem as mais fortes e mais bem posicionadas trincheiras da sociedade civil: o empresariado e, em particular, o grande empresariado da imprensa.

Numa perspectiva de mais longo prazo, pode-se observar que o condomínio corresponde a uma forma extremamente mais sofisticada de uso político de recursos públicos para obter alianças na imprensa do que as formas anteriormente praticadas. Essa sofisticação responde, com certeza, à própria sofisticação da sociedade, sofisticação da qual uma das dimensões é a crescente importância da sociedade civil. A sociedade civil brasileira tem, historicamente, por modelo, as sociedades dos países de desenvolvimento econômico mais avançado, em especial as da Europa e os Estados Unidos. Hoje, os laços da sociedade brasileira com seus modelos incluem a observação desses modelos em tempo real, via satélite. Se tal circunstância contribui para apressar a aproximação com os modelos, a própria mídia poderia estar contribuindo para transformações esclarecedoras do relacionamento entre Imprensa e Estado no Brasil. Contudo, no desenvolvimento histórico, não é suficiente querer. É igualmente necessário saber e poder. No caso brasileiro, essa transformação implica na assunção de um modelo de desenvolvimento em que o Estado não ocupe posição tão central ou, em qualquer caso, que o Estado se submeta transparentemente ao controle de parcelas cada vez mais amplas da sociedade civil.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, Jeferson. *Um jornal assassinado: a última batalha do Correio da Manhã*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1991.

- BENEVIDES, Maria Victória de Mesquita. *A UDN e o udenismo: ambigüidade do liberalismo brasileiro (1945-1964)*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981.
- CAMARGO, Aspásia, DINIZ, Eli. *Continuidade e mudança no Brasil da Nova República*. São Paulo: Vértice, 1989.
- CAPELATO, Maria Helena, PRADO, Maria Lígia. *O bravo matutino: imprensa e ideologia no jornal O Estado de S. Paulo*. São Paulo: Alfa ômega, 1980.
- CARDOSO, Fernando Henrique. *Autoritarismo e democratização*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1975.
- CARDOSO, Fernando Henrique. *Empresário industrial e desenvolvimento econômico no Brasil*. São Paulo: Difel, 1972.
- CARVALHO, José Murilo de. *Os bestializados*. 3ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.
- COUTINHO, Carlos Nelson. *Gramsci: um estudo sobre seu pensamento político*. Rio de Janeiro: Campus, 1989.
- DINES, Alberto. *O papel do jornal: uma releitura*. 4ª ed. São Paulo: Summus, 1986.
- DINIZ, Eli, BOSCHI, Renato Raul. *Empresariado nacional e estado no Brasil*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1978.
- DUARTE, Paulo. *Júlio Mesquita*. São Paulo: Hucitec, 1977.
- DUARTE, Paulo. *Memórias*. São Paulo: Hucitec, 1974-1978. v. 1, 5-8.
- EMERY, Edwin, EMERY, Michael. *The press and America: an interpretative history of the mass media*. 4th ed. Englewood Cliffs (NJ): Prentice Hall, 1978.
- FERNANDES, Ana Maria. *A construção da ciência no Brasil e a SBPC*. Brasília: Ed. UnB, 1990.
- FURTADO, Celso. *Formação econômica do Brasil*. Brasília: UnB, 1963.
- LEITE, Aureliano et alii. *Homens de São Paulo*. São Paulo: Martins, 1955.
- LIMONGI, Fernando M. P. *Educadores e empresários culturais na Construção da USP*. Campinas, 1988. (Dissertação de Mestrado – Unicamp)
- MARTINS, Luciano. *Estado capitalista e burocracia no Brasil Pós-64*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.
- MARTINS, Luciano. *Industrialização, burguesia nacional e desenvolvimento*. Rio de Janeiro: Saga, 1968.
- NASCIMENTO, Elimar Pinheiro do. *Poder e representação no Brasil: sobre o uso dos conceitos de transformismo e hegemonia*. Brasília, UnB/Deptº de Sociologia, 1990 (mimeo.).
- ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- RABELO, Genival. *O capital estrangeiro na imprensa brasileira*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

- REIS, Fábio Wanderley, O'DONNELL, Guillermo (orgs.). *A democracia no Brasil: dilemas e perspectivas*. 1988.*
- ROUQUÉ, Alain, LAMOUNIER, Bolívar, SCHVARZER, Jorge (orgs.). *Como renascer as democracias*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- SCHWARZ, Roberto. *Ao vencedor as batatas*. 3ª ed. São Paulo: Duas Cidades, 1988.
- SODRÉ, Nelson Werneck. *História na imprensa no Brasil*. 3ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1983.
- STEPAN, Alfred (org.). *Democratizando o Brasil*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.
- STEPAN, Alfred. *Os militares na política*. Rio de Janeiro: Artenova, 1975.
- TÁVORA, Juarez. *Uma vida e muitas lutas*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1974. v. 2.
- TELEBRÁS. 1990. *As listas de assinantes e usuários de serviços de telecomunicações em 1989*. Brasília, Telebrás/Deptº de Gestão Mercadológica, mimeo.
- WAINER, Samuel. *Minha razão de viver*. Rio de Janeiro: Record, 1987.

NOTA DOS EDITORES – O artigo foi escrito ainda no governo Collor, o que explica a referência a fatos que estavam por vir.