

COMENTÁRIOS

Falta crítica na Imprensa

Marco Morel *

Acredito que debates e críticas podem ser saudáveis. E já foi dito que nada é mais nocivo que o corporativismo. Realmente, muitos grupos e categorias profissionais confundem, às vezes, consciência de classe ou mesmo solidariedade com "espírito de corpo", isto é, de corporação. Erro médico, construção que desaba, parlamentar corrupto — cria-se às vezes uma cumplicidade entre os pares.

Por isso, é importante para os profissionais de comunicação uma apreciação crítica dos quatro primeiros números da revista *Imprensa*, que tem o subtítulo "Jornalismo e Comunicação", lançada mensalmente desde setembro de 1987, em São Paulo. São raríssimas as iniciativas neste campo, isto é, uma imprensa que fale de si mesma. É por aí, inclusive, que vamos pensando os projetos políticos de comunicação, neste fim dos anos 80.

Indo direto ao assunto: a revista *Imprensa* é excessivamente comprometida com os grandes meios de comunicação existentes atualmente. E, o que é mais grave: faz pose de neutra. E será que alguém ainda acredita em neutralidade jornalística?

Não analisarei a revista em seus diversos aspectos, nem emitirei juízos de valor, pois não se trata de validar ou invalidar a publicação. Mas importante é explicitar o projeto político-jornalístico da *Imprensa*, que é bem disfarçado, digamos assim.

Basta ver as capas dos quatro primeiros números. Na primeira o tema é: "Perdemos a credibilidade". Aí o primeiro escorregão.

* Bacharel em Jornalismo pela Universidade Federal do Rio de Janeiro — UFRJ. Mestrando em História na UFRJ e pesquisador do Centro de Memória da Associação Brasileira de Imprensa — ABI.

Nós, quem? A generalização da primeira pessoa do plural para a imprensa é perigosa, na medida em que disfarça as hierarquias e coloca no mesmo saco proprietários, diretores, editores e repórteres. A matéria confirma esta abrangência do "nós".

O segundo número trouxe, na capa, um sorridente senhor careca chamado carinhosamente de "nosso Tio Patinhas". Nosso? Era Víctor Civita, dono do grupo Abril. Pano rápido.

A informática no jornalismo, tratada de maneira ufanista como "revolução silenciosa", é a matéria de capa do número 3. Finalmente o número 4 fala do jornal *Gazeta Mercantil*, com o aposto "A Bíblia do jornalismo brasileiro". O editorial deste número parece uma propaganda institucional da GM, com a presença de infalíveis jargões como "credibilidade é a palavra-chave", "administração eficiente", "bons lucros" e o indefectível "quem sai ganhando é o leitor".

Das capas, passemos aos anúncios. Quem são os principais anunciantes? Governos (federal e estaduais), empresas privadas e... os grandes meios de comunicação, em massa. Anúncios de página inteira (e até de três páginas) de *O Globo*, *Isto É*, *Veja*, *Folha de S. Paulo*, *SBT*, *O Estado de S. Paulo*, *TV Globo*, *Jornal do Brasil* e *Gazeta Mercantil*. O raciocínio é óbvio, pois a liberdade de imprensa acaba onde começa o interesse de quem banca.

Lendo as reportagens, fica uma impressão: mais do que limites da linha editorial há uma forte autocensura na *Imprensa*. Entenda-se por linha editorial o objeto e a maneira de enfocar o objeto. Por censura, a omissão de diversos aspectos deste objeto.

Exemplo nitido desta postura temos na reportagem sobre novas tecnologias (nº 3, capa e p. 35), que fala do jornal *O Globo* após a implantação dos terminais de vídeo: Esquecendo a velha e elementar regra de ouvir os dois lados, o texto peca por omissão. Editores e diretores foram ouvidos com atenção, mas ninguém se lembrou do "outro lado", este sim, o nosso. É que hoje em dia, na Europa, nos EUA e eventualmente no Brasil, a informatização de empresas é pauta obrigatória das reivindicações trabalhistas. Discute-se desde a insalubridade até a sofisticação dos novos mecanismos de controle. Como toda tecnologia, a informática não pode ser negada, ao contrário: deve ser cada vez mais democratizada. E nos quatro primeiros números da revista esta discussão não aparece, nem entre aspas, na boca de terceiros.

Os exemplos são muitos. Todos confirmam o alinhamento da *Imprensa* com a poderosa indústria da comunicação, disfarçado sob um manto de neutralidade e competência profissional e sem discurso explícito. É a integração do velho binômio conservador/modernizante.

A reportagem (nº 2, p. 40) sobre o lobby que *O Estado de S. Paulo* realizou em defesa das empresas mineradoras nas terras indígenas, contra estes povos e contra as instituições religiosas que se solidarizam com ele, é um exemplo de como ficar em cima do muro — estando do lado de lá. O título é: "Onde está a mentira?" É como se, diante de uma tropa dispersando uma manifestação pacífica, perguntasse: "Onde está a violência?"



Pegando o lado mais ameno. A matéria (nº 4, p. 48) sobre os apresentadores do "Jornal da Globo" (e não "Jornal Nacional"), Eliakim Araújo e Leila Cordeiro, é um primor de tietagem. Matéria que caberia no "Caderno da TV" de *O Globo*, que faz isto com mais frequência e melhor, na medida em que atinge públicos mais amplos. Na verdade, na crua verdade, o "relacionamento amoroso" nas grandes empresas jornalísticas está longe de ter este caráter idílico. Aliás, a revista esqueceu de dizer que os dois pombinhos fizeram questão de, juntos, furarem a última greve decretada pelos jornalistas cariocas, em dezembro de 1986.

Em síntese, é isto. Tudo que sai na *Imprensa* poderia perfeitamente sair na "grande imprensa". Talvez as famosas "brechas" de informação crítica aconteçam com mais frequência em diversos destes veículos, dentro do horizonte capitalista, do que na revista em questão. Será que os coleguinhos que fazem a *Imprensa* não podiam aliviar um pouco a barra, dar uma colher de chá de vez em quando? Não na base do coleguismo, mas na contribuição da difícil tarefa de democratizar cada vez mais a comunicação. É importante garantir o pluralismo.

E falando em projetos de comunicação, em democracia, em crítica, nada melhor que encerrar citando trecho do editorial do primeiro número da (infelizmente) falecida revista *Crítica da Informação*. A idéia era a seguinte:

"*Crítica da Informação* surge para tentar compreender os meios de comunicação de massa, sua estrutura de funcionamento, a função política que desempenham na sociedade brasileira contemporânea, as possibilidades de mudança e os mecanismos pelos quais tais mudanças podem ocorrer.

(...) A idéia é ajudar as pessoas a se tornarem leitores críticos, telespectadores conscientes, radiouvintes alertas. (...) A informação sempre foi foco de poder. E é cada vez mais vital para o desenvolvimento das relações sociais. Consumi-la acriticamente é condenar-se, e à sociedade, à sujeição definitiva".

Em outras palavras, falta um pouco de crítica de informação na imprensa.