

## A grande imprensa contra o PT

Cássio Augusto Guilherme<sup>1</sup>

“Passou uma rápida vista de olhos pelos quatro jornais grandes. Grosseiramente elementar, mas eficaz, o trabalho de intoxicação do público prosseguia”. A citação é do provocativo livro *Ensaio sobre a lucidez*, do genial José Saramago (2004, p. 309), mas serve perfeitamente para incitar a reflexão sobre a histórica atuação política e ideológica da grande imprensa brasileira.

O livro *A grande imprensa e o PT (1989-2014)*, do cientista político Fernando Antônio Azevedo (UFSCar), demonstra quantitativamente como a grande imprensa brasileira usa contra o PT os mesmos pacotes interpretativos de “corruptos e populistas” que foram usados contra Vargas, JK e Jango. Publicado em 2017 pela editora da UFSCar, o livro reúne parte das reflexões que o pesquisador tem feito sobre o tema nos últimos anos e serve de importante aporte aos que estudam a história da imprensa, bem como ao público em geral que deseja compreender a manipulação midiática diária.

O primeiro capítulo do livro é de cunho teórico e de fundamental importância para os pesquisadores do tema. Nele, o autor traz elevada amostra do debate acadêmico sobre a imprensa entre vários pesquisadores brasileiros e internacionais. Como se sabe, na prática, o Jornalismo não é neutro como se proclama e há centenas de pesquisas que comprovam isso. Embora a parcialidade não seja um mal em si, no caso do jornalismo brasileiro de grande monopólio empresarial e baixa diversidade interna de conteúdo ideológico, interessa pesquisar a predominância opinativa da imprensa contra as ideologias e governos “progressistas”.

---

<sup>1</sup> Professor da Faculdade de História (FaHist) da Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará (UNIFESSPA). Doutorando em História pela Universidade Estadual de Maringá (UEM).

O autor aponta quatro características fundamentais para o mercado de mídia no Brasil: surgimento tardio; baixa circulação impressa dos jornais diários; orientação discursiva voltada para as classes médias e altas e centralidade da televisão para a grande massa da população. Em geral, historicamente, os jornais brasileiros são “politicamente conservadores, ideologicamente liberais do ponto de vista econômico (pró-mercado) e alinhados com as forças de centro-direita” (p.72).

O resumo do posicionamento político dos jornais *O Globo*, *Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo* ao longo do século XX está no segundo capítulo do livro. Cada um a sua maneira, todos se alinharam à UDN e ao lacerdismo nos anos 1950, ficaram contra a posse de Jango em 1961, fizeram campanha contra seu governo e incitaram a população e os militares pelo golpe de 1964. Durante a Ditadura, *O Globo* manteve apoio incondicional, o *Estado de S. Paulo* ficou sob censura e a *Folha de S. Paulo* passou do empréstimo de seus carros à DOPS para a abertura ao debate plural de ideias no final dos anos 1970.

Na eleição presidencial de 1989, a cobertura foi amplamente favorável a Collor e às suas supostas teses neoliberais, enquanto Lula e Brizola eram apontados como radicais e populistas. Em 1994, o apoio da mídia ao Plano Real se estendeu à candidatura de Fernando Henrique Cardoso e ao seu governo neoliberal. Os jornais defenderam a emenda constitucional da reeleição e a eleição de 1998 recebeu pouco destaque no noticiário, o que fez a eleição parecer um simples reconduzir do óbvio, pois FHC sequer participou dos debates televisivos.

Em 2002, no contexto de baixa popularidade do governo FHC, o autor aponta que *O Globo* e a *Folha de S. Paulo* guardaram certa neutralidade e apenas o *Estado de S. Paulo* manteve sua tradição de sempre se posicionar nas eleições, a favor de José Serra do PSDB. A cobertura do início do governo Lula foi feita com algum equilíbrio, principalmente por causa da manutenção do tripé macroeconômico. Com o “mensalão”, a imprensa voltou a carga contra o PT e a partir de então o clima editorial nos jornalões foi sempre adverso.

A derrota de Geraldo Alckmin em 2006 abriu um debate sobre o peso do apoio da imprensa que não conseguiu eleger seu candidato preferido ante a novidade do contraponto feito pela internet. O apoio aos candidatos do PSDB foi repetido nas eleições seguintes, sendo o de 2014 o mais duro e cruento pleito eleitoral da “nova República”.

Os jornais têm papel importante na construção e mediação da agenda de debates políticos e econômicos, ou seja, atuam para formar preferências nos seus leitores e eleitores. Os *jornalões* brasileiros mantêm a antiga tradição opinativa e os editoriais se constituem local privilegiado para pesquisa. O livro traz vários gráficos e tabelas com análises quantitativas sobre os editoriais e manchetes de capa nos períodos eleitorais. Em geral, os jornais usam dois pacotes interpretativos contra o PT: o partido é ideologicamente negativo e estruturalmente corrupto. Os dados corroboram as pesquisas e a percepção do leitor mais atento: a cobertura é desfavorável ao PT, há posição crítica nos editoriais e enviesada nas manchetes.

Ponto positivo do livro é a lembrança de que o antipetismo na imprensa tem antecedentes históricos no antivarguismo. É notável a continuidade dos argumentos críticos ao “populismo” e às políticas “nacional-desenvolvimentistas”. O compartilhamento dos valores ideológicos levou a imprensa a se aliar/apoiar a UDN, os militares, Collor e, hoje, o PSDB. Sempre ao lado dos liberais e conservadores, atuou como braço midiático contra as correntes “progressistas” sejam elas representadas pelo antigo PTB ou pelo atual PT. Enfatizemos que, no trabalho de desqualificar todos os atores políticos e sociais que criticaram ou minimamente atuaram para alterar a “ordem social”, os mesmos eixos temáticos foram usados: “populismo” e “corrupção”.

O termo “populismo” é usado de forma pejorativa em quase todo editorial. Os políticos do PT – assim como os ligados à Vargas e Jango – seriam demagogos apoiados por eleitores desinformados e irracionais. O tema da “corrupção” é associado ao moralismo médio-classista e usado de forma sistemática, mas apenas contra governos de centro-esquerda. Em suma, é possível afirmar com base nos vários dados levantados pelo autor que a imprensa participou e participa ativamente do jogo político ao lado dos partidos de centro-direita em defesa da ideologia neoliberal.

O livro aponta para três fases de relacionamento da grande imprensa com o PT. A primeira, entre 1980-2001, construiu uma imagem de partido intransigente, dogmático, contra a Constituição, dividido em facções, hostil à economia de mercado e pouco confiante na democracia; a segunda, entre 2002-2005, a nova autoimagem projetada pelo PT do “Lula paz e amor” e adepto à economia de mercado possibilitou uma trégua da imprensa; por fim, desde 2005 há uma retomada da primeira fase e embora vários partidos estivessem envolvidos,

a corrupção no governo federal foi atribuída e enfatizada apenas ao PT. O terceiro período respingou na classe média urbana e leitora da grande imprensa, gerando um antipetismo visceral que reverberou em ódio nas ruas.

Ao final do livro, o autor apresenta três conclusões centrais: 1 – a grande imprensa atuou e atua no campo da mídia em paralelo com as forças políticas de centro-direita; 2 – o alinhamento da imprensa com a centro-direita é histórico e ideológico contra o nacional-desenvolvimentismo; 3 – no passado e no presente os mesmos pacotes interpretativos foram acionados contra os governos de centro-esquerda: radicalismo/populismo e corrupção. Em resumo, embora a análise do livro seja quantitativa e não qualitativa – que em uma interpretação apressada por ser considerado ponto negativo, o que não concordo –, suas muitas tabelas e gráficos servem de importante aporte para pesquisadores do tema que a partir do trabalho do professor Fernando Azevedo podem aprofundar qualitativamente o assunto.

## Referências

AZEVEDO, Fernando Antônio. *A grande imprensa e o PT (1989-2014)*. São Carlos: Edufscar, 2017.

SARAMAGO, José. *Ensaio sobre a lucidez*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.