

## PERSEU ABRAMO: JORNALISMO E PODER NO NEO-BLANQUI

*Rafael Duarte Oliveira Uenancio<sup>1</sup>*

### Resumo

O presente artigo pretende analisar a ligação entre jornalismo e poder político no período da democratização do Brasil nos anos 80. Iniciando com a relação teórica da dicotomia democracia-jornalismo, o foco principal está na Teoria da Manipulação da Imprensa, pensada por Perseu Abramo. Estamos aqui na busca pelo solo no qual esse pensamento foi construído, além de ver a possibilidade de uma analogia com o revolucionário Louis-Auguste Blanqui.

**Palavras-chave:** *Jornalismo, Poder político, Perseu Abramo*

A História do Jornalismo no Brasil não pode ficar resumida e, conseqüentemente, presa na trajetória dos grandes veículos noticiosos. Contar apenas com essa abordagem significaria tomar livros de base de pesquisa, como coletâneas de “primeira capas”, como se fossem uma pesquisa pronta. Assim, teríamos uma fantástica (e, em certo ponto, fantasiosa) história de *self-made men* que com os seus negócios acrescentaram democracia para o exercício da imprensa no Brasil<sup>2</sup>.

Claro que, para uma visão historicista dos fatos, o método descrito acima não possui defeitos. Entretanto, nesse começo de análise, proponho uma forma de pensar historicamente que se baseia no materialismo histórico de inspiração benjaminiana. Último texto de Walter Benjamin, as teses de *Sobre o conceito da história* iluminam alguns caminhos de pesquisa histórica que ainda são pouco explorados. Segundo ele, o historicista sempre tem uma visão de empatia com os vencedores históricos.

<sup>1</sup> Graduando em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP) e bolsista de Iniciação Científica do Centro de Estudos da Metrópole (CEM-CEBRAP) com o apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP).

<sup>2</sup> Um bom exemplo e atual disso é a abordagem da Revista *Veja* acerca da biografia do dono da *Folha de S. Paulo*, Octavio Frias de Oliveira. Para saber mais: “O Capitalista da Folha”, publicado em 16 de agosto de 2006 na Revista *Veja*.

A empatia com o vencedor beneficia sempre, portanto, esses dominadores. Isso diz tudo para o materialista histórico. Todos os que até hoje venceram participam do cortejo triunfal, em que os dominadores de hoje espezinham os corpos dos que estão prostados no chão. Os despojos são carregados no cortejo, como de praxe. Esses despojos são o que chamamos bens culturais. O materialista histórico os contempla com distanciamento. Pois todos os bens culturais que ele vê têm uma origem sobre a qual ele não pode refletir sem horror. Devem sua existência não somente ao esforço dos grandes gênios que os criaram, como à corvéia anônima dos seus contemporâneos. Nunca houve um monumento da cultura que não fosse também um monumento da barbárie. E, assim como a cultura não é isenta de barbárie, não é. Tampouco, o processo de transmissão da cultura. Por isso, na medida do possível, o materialista histórico se desvia dela. Considera sua tarefa escovar a história a contrapelo (BENJAMIN, 1996: p. 225).

Além de fazer essa crítica a empatia, em uma possível referência ao “distanciamento” (*Verfremdungseffekt*) teorizado por Brecht, o caminho indicado é de uma visão à contrapelo da história relacionada com foco nos “vencidos”. Talvez quem tenha melhor definido, em termos práticos, foi Michael Löwy ao afirmar que

escovar a história *gegen den Strich* significa, então, considera-la do ponto de vista dos vencidos, dos excluídos, dos párias. Por exemplo, a rica cultura do Segundo Império francês deve ser analisada – como o fez Benjamin em *Das Passagen-Werk* – levando em conta a derrota dos operários em junho de 1848 e a repressão ao movimento revolucionário (Blanqui!) que ela provocou durante várias décadas. Da mesma maneira, a brilhante cultura de Weimar deve ser comparada à situação dos desempregados, dos pobres e das vítimas da inflação – como em *Rua de mão única* (LÖWY, 2005: p.79).

Entretanto, devido ao curto caráter desse texto, não irei pensar a História do Jornalismo do Brasil levando em conta os “vencidos” propriamente ditos, ou seja, os “párias” e os “excluídos” brasileiros ao longo da história midiática. Irei tratar de um novo tipo de “vencidos”: aqueles que criticam o Jornalismo brasileiro pelo viés da ligação ao Poder.

Eles são vencidos porque nadam contra a corrente do *status quo* dos grandes veículos na esperança de construir, através da constatação crítica, um novo Jornalismo. Não pretendo avaliar, concordar ou rejeitar nenhuma das análises que irei percorrer ao longo desse texto. O meu objetivo aqui é analisar tais críticas em relação latente com o seu contexto histórico.

Com isso, para esse artigo, escolhi a crítica de Perseu Abramo acerca da Grande Imprensa. Uma crítica com ares de Blanqui que parece ser “vencida” tanto pelo seu esquecimento quanto pela manutenção dos mesmos velhos padrões feita pelos “vencedores”, ou seja, os grandes veículos midiáticos. Porém, antes disso, é necessário percorrer algumas teorias que relacionam Poder e Jornalismo.

## Relação com o Poder

Interessante é perceber que Poder e Jornalismo não necessariamente significam Poder Político e Jornalismo. Apesar do foco principal desse trabalho estar centrado no político principalmente, não podemos esquecer que há outros poderes que o Jornalismo possa relacionar como, por exemplo, o de “agendar” o que se discute na sociedade.

A clássica exposição da marcação de agenda por Bernard Cohen (1963) – os media podem não nos dizer o que pensar, mas são surpreendentemente bem-sucedidos quando nos dizem no que pensar – foi virada de pernas para o ar. Investigações recentes explorando as conseqüências da marcação de agenda e do enquadramento dos media sugerem que os media não só nos dizem no que pensar, mas também como pensar nisso e, conseqüentemente, o que pensar (MCCOMBS e SHAW citado em TRAQUINA, 2005: p. 16);

Uma abordagem mais híbrida entre um poder de agendamento (não-político) e um poder de dominação (político) do Jornalismo é proposta por linhas pós-estruturalistas. Mayra Rodrigues Gomes, em seu livro *Poder no Jornalismo*, lembra que

nesse ponto, a visibilidade nas mídias conecta-se com a exploração realizada por Foucault sobre as táticas de majoração de poder em *Vigiar e Punir*. Em oposição ao dispositivo da masmorra, princípio de exclusão pela subtração ao olhar, situa-se o Panóptico. Este é figura exemplar da estratégia que, ao trazer à luz, consegue assimilar, incorporar à funcionalidade no âmbito social: em vez de excluir, a inclusão por meio do controle visado pelas estratégias disciplinares. Por sermos potencialmente vistos, agimos nos conformes. Tal estratégia se mostra tanto mais efetiva quanto mais a visibilidade se tornou objeto de desejo: cada qual com os seus devidos quinze minutos de fama (GOMES, 2003: p. 76-7).

Entre os autores que pensam a ligação entre Política e Jornalismo, um contraponto entre dois teóricos se faz necessário para encerrar à introdução teórica das análises das críticas. Michael Schudson e Louis Quéré olham para a mídia com olhos distintos, pois, apesar de constatarem a criação de um mundo simbólico pela mídia, o funcionamento dele é distinto para cada autor. De um lado, Mídia e Democracia e do outro, Mídia e Poder Político. O senso comum tende a fazer que os dois termos comparativos coincidam, exceto em governos totalitários. Porém, esse não é o caso já que o conceito de Democracia estaria englobado no conceito de Poder Político de Quéré.

Essa diferença no movimento está centrada no próprio objeto que a mídia se relaciona. Michael Schudson acredita no par mídia-democracia. Seu texto, *Creating Public*

*Knowledge*, do começo ao fim, deixa claro a conexão entre os dois elementos. Aliás, ela já é bem clara nos parágrafos introdutórios do texto.

Schudson começa citando as pesquisas de Amartya Sen, economista que tratou sobre a fome. Nenhuma fome considerável aconteceu em um país democrático com uma imprensa relativamente livre é a conclusão do estudo que ele cita e é o pontapé inicial para mostrar como a mídia age na democracia (SCHUDSON, 1995).

A imprensa é como uma ferramenta para a manutenção democrática, pois ela é a força vital que mantém os interesses dos muitos no campo de visão dos poucos governantes. É essa ferramenta que criaria o conhecimento público citado no título porque é isso que faz as notícias ganharem poder. Elas serviriam uma função democrática vital em qualquer exemplo, com audiência ou não (SCHUDSON, 1995).

Quéré não vê a mídia desse jeito, como ferramenta democrática. A partir do conceito da ciência-ficção, ele descreve a prática midiática como um híbrido dessas duas formas. Para confrontar com a visão anterior, é interessante pegar apenas o lado ficcional, onde a relação com o Poder se torna mais próxima.

O autor não vê a mídia apenas como ferramenta, vê como um dos pólos do campo das práticas jornalísticas junto com o Poder e o público. O jornalista toma o lugar ao lado do Poder político e fica próximo do público. Pensa o Poder que não tem e usa da ficção para retratá-lo à opinião pública (QUÉRÉ, 1982, p. 163).

Essa concepção de mediação é bastante distinta da de Schudson. Quéré afirma uma mediação que é a “identificação fictícia do jornalista aos dois pólos que ele liga: o do Poder, do qual assegura a visibilidade, e o do público, do qual conhece a curiosidade e os esquemas de representação” (QUÉRÉ, 1982, p.163-4).

Talvez, as concepções da mediação são a principal diferença dos textos. Schudson vê a mídia cumprindo um papel democrático, essencial para a manutenção de tal ordem. Já Quéré vê um jogo que a mídia faz, um jogo de Poder. O ponto de origem da vista para o pesquisador americano é o público, já para o autor francês é o próprio Poder.

Entretanto, diferentemente dos atores acima, existem certas críticas que são pontualmente históricas. Claro que toda análise tem sua ligação com o contexto histórico. Basta lembrar que a dica de E. H. Carr: “O mais admirável e maduro trabalho de Trevelyan, *England under queen Anne*, foi escrito levando em conta suas origens e somente terá sentido e importância para o leitor se levar em conta o *background* do historiador” (CARR, 2002: p. 58).

Só que algumas possuem essas marcas históricas mais marcantes do que outras. Marcantes não porque são citadas à exaustão e sim porque estão mais escondidas, esquecidas no meio da teoria. É em tais críticas que devemos escovar a contrapelo e esse parece ser o caso de Perseu Abramo.

## 1. Perseu Abramo e os partidos políticos midiáticos

A escolha da feitura de nossa investigação com Perseu Abramo não é mera causalidade. Seu texto *Significado Político da manipulação na Grande Imprensa* é um duro ataque contra a imprensa da época e contra o Jornalismo como um todo. Mesmo partindo de premissas questionáveis (como a obrigação do Jornalismo retratar o real, algo impossível se levarmos em conta os estudos lingüísticos), sua análise é minuciosa em detalhar os padrões e formas de manipulação que os grandes veículos utilizam.

O interessante da abordagem de Abramo é a comparação que ele faz entre os grandes veículos midiáticos e os partidos políticos. Para ele, os órgãos de comunicação, ao se tornarem órgãos de poder político, precisam recriar a realidade e por isso manipulam as informações. Depois dessa constatação segue um interessante decálogo de semelhanças entre a Grande Mídia e os partidos políticos:

1. Da mesma forma que os partidos têm seus manifestos de fundação, seus programas, suas teses, os órgãos de comunicação têm seus projetos editoriais, suas linhas editoriais, seus artigos de fundo.
2. Os partidos têm estatutos, regimentos internos e regulamentos; os órgãos de comunicação têm seus Manuais de Redação, suas Normas de Trabalho.
3. Os partidos têm seu aparato material: sedes, móveis e equipamentos, verbas, veículos, etc. Os órgãos de comunicação também têm seu aparato material, freqüentemente mais diversificado e mais moderno que o da mídia dos partidos.
4. Os partidos têm seus filiados, seus militantes, seus quadros dirigentes centrais e intermediários. Os órgãos têm o equivalente: empregados, chefes, diretores, editores, de quem exigem adesão e fidelidade freqüentemente maior que a que os partidos exigem de seus filiados.
5. Os partidos têm normas disciplinares com as quais aplicam sanções aos filiados que se afastam da linha partidária. Os órgãos também têm normas disciplinares, com as quais aplicam prêmios de reforço aos mais fiéis, e rebaixamentos, suspensões e expulsões aos que se desviam da linha editorial.
6. Os partidos têm sede central, diretórios regionais e locais, células, núcleos, áreas de influência e intercâmbio com entidades do movimento social. Os órgãos têm sede central ou matriz, sucursais correspondentes e enviados especiais, contratos e convênios com outros órgãos e com agências internacionais.

7. Os partidos são um ponto de referência para segmentos sociais, têm seus simpatizantes e seu eleitorado. Os órgãos também são um ponto de referência para milhares ou milhões de leitores/espectadores, têm seus simpatizantes e seguidores, o seu eleitorado.
8. Os partidos procuram ter os seus boletins, o seu jornal, a sua revista, seus volantes e panfletos, seus carros de som e seus palanques com alto-falantes, enfim, seus meios de comunicação. Os órgãos de comunicação são os meios de comunicação de si mesmos enquanto partidos.
9. Os partidos procuram conduzir partes da sociedade ou o conjunto da sociedade para alvos institucionais, para a conservação de algumas instituições e para a transformação de outras; têm enfim um projeto histórico relacionado com o Poder. Os órgãos de comunicação também procuram conduzir a sociedade, em parte ou no todo, no sentido da conservação ou da mudança das instituições sociais; têm, portanto, um projeto histórico relacionado com o Poder.
10. Os partidos têm representatividade, em maior ou menor grau, na medida em que exprimem interesses e valores de segmentos sociais; por isso destacam, entre seus membros, os que disputam e exercem mandatos de representação, legislativa ou executiva. Os órgãos de comunicação agem como se também recebessem mandatos de representação popular, e alguns se proclamam explicitamente como detentores de mandatos. Oscilam entre se auto suporem demiurgos da vontade divina ou mandatados do povo, e confundem o consumo dos seus produtos ou o índice de tiragem ou audiência com o voto popular depositado em urna (ABRAMO, 1988: p.14-5).

O interessante é perceber porque Abramo usa esse recurso comparativo. O leitor atento perceberá que o texto é de 1988, época de redemocratização do país e véspera das primeiras eleições diretas para Presidente do Brasil desde o Golpe Militar de 1964.

Com a explosão dos partidos políticos (lembrando que o período militar funcionava no bipartidarismo entre Arena e MDB), a metáfora utilizada por Abramo é comum na época. Porém, outro motivo surge como mais forte.

## 2. Globo e os partidos: escândalo *Proconsult*

Perseu Abramo, fundador do Partido dos Trabalhadores (PT), considerado o mais influente (e com imagem radical) partido de esquerda da época, acabava vendo os grandes veículos de Mídia como oponentes do projeto petista. Talvez, fosse esse o principal motivo para atacá-los com tanta veemência em certos trechos:

A frase publicitária utilizada por um desses grandes órgãos — "A Folha está de rabo preso com o leitor" — só tem seu verdadeiro significado desvendado quando recolocada de pé sobre o chão e lida com a re-inversão de seus termos: o leitor é que está de rabo preso com a Folha, por extensão, com todos os grandes órgãos de comunicação. Porque, efetivamente, é assim que os órgãos de comunicação se relacionam com os leitores, isto é, com a sociedade, com a população. Recriando a realidade à sua maneira e de acordo com seus interesses político-partidários, os órgãos de comunicação aprisionam seus leitores nesse círculo de ferro da realidade irreal, e sobre ele exercem todo o seu Poder. O Jornal Nacional faz plim-plim e milhões de brasileiros salivam no ato. A Folha, o Estado, o Jornal do Brasil,

a Veja dizem alguma coisa e centenas de milhares de brasileiros abanam o rabo em sinal de assentimento e obediência (ABRAMO; 1988, p.16).

No entanto, os antecedentes históricos desse texto, de certa forma, mostram que o embate “político” entre mídia e partidos não ficava apenas no campo ideológico de forma indireta. Para isso, basta lembrar do escândalo *Proconsult* na apuração das primeiras eleições diretas para governador do Estado do Rio de Janeiro em 1982.

Leonel Brizola, candidato do Partido Democrático Trabalhista (PDT, também de esquerda), era líder nas pesquisas eleitorais para o Governo fluminense. No entanto, com o desenrolar da apuração feita pela *Proconsult* (Proconsult & Radimec Associados), o candidato do PDS (ex-Arena), Moreira Franco (apoiado pelo Regime Militar ainda vigente) e, por algumas vezes, o candidato do PMDB, Miro Teixeira, estavam na frente no pleito.

Na mídia, o *Jornal do Brasil* (junto com a *Rádio JB*) e as *Organizações Globo* (*Jornal O Globo e Rede Globo*) divulgavam constantemente os números eleitorais. Porém, havia uma discrepância: o *Jornal do Brasil* divulgava a vitória de Brizola, enquanto *O Globo*, em consonância com os números oficiais, dava Moreira Franco na liderança. A explicação do que aconteceu divide os lados. Um panorama daqueles que acreditavam em fraude dizia que

eleição convocada, campanha feita, votos depositados nas urnas – e teve início a maracutaia. O esquema da fraude deveria funcionar na etapa de totalização final dos votos, quando, em função de um cognominado "diferencial delta", os programas instalados nos computadores da empresa Proconsult, contratada pelo Tribunal Regional Eleitoral do Rio para o serviço, subtrairiam uma determinada porcentagem de votos dados a Brizola transformando-os em votos nulos, ou promoveriam a transferência de sufrágios em branco para a conta do então candidato governista, Moreira Franco. A falsificação na contagem foi descoberta graças ao trabalho da imprensa, sobretudo a partir do esquema de apuração paralela ao do TRE-RJ montado pela Rádio Jornal do Brasil – cuja cobertura daquelas eleições concorreu e levou larga vantagem sobre o aparato armado pelo conglomerado de mídia hegemônico no estado, as Organizações Globo. A Rede Globo de Televisão preparou um aparentemente sofisticado conjunto de procedimentos para acompanhar a marcha da apuração no Rio. E deu com os burros n'água porque, na ânsia de informar com rapidez os resultados parciais, teve de se fiar principalmente nos números do TRE – estes já viciados na origem, porque cancelados pela Proconsult e já contaminados pelo tal "diferencial delta". A Rádio Jornal do Brasil, por sua vez, sem contar a mesma fartura de recursos da Globo para a cobertura das eleições, optou por acompanhar a apuração atendo-se preferencialmente aos números relativos às eleições majoritárias – os votos para governador e senadores –, e reportando do TRE apenas os dados relativos à votação proporcional para deputados federais, estaduais e vereadores (EGYPTO, 2004: s/n).

Entretanto, a participação das *Organizações Globo* na fraude (e se era uma fraude ou não) é objeto de discussão entre as partes. Miro Teixeira, candidato do PMDB, é partidário da fraude sem Globo:

A Globo não tinha nada a ver [com a fraude] por uma razão muito simples: eu reconheci a vitória do Brizola no primeiro dia de apuração exatamente numa entrevista à TV Globo. E é insensato imaginar que o cúmplice de um golpe quisesse abortar o golpe. O golpe existia, e naquele primeiro dia [de apuração], quando reconheci a vitória do Brizola, não se falava na participação da Proconsult. No primeiro dia, parecia [apenas] uma velha fraude do "mapismo", ou seja, o [tradicional] procedimento de preencher cédulas em branco e lançar números falsos [nos mapas de votação], prejudicando uns e favorecendo outros (TEIXEIRA citado em EGYPTO, 2004:s/n).

Já na Globo, as posições eram diversas. Alguns dizem que foi um diretor da Globo, Homero Icaza Sanchez, que avisou Brizola acerca da fraude (TV GLOBO, 2004: p.109). Evandro Carlos de Andrade, diretor d'*O Globo* na época, afirmava também que acreditava, "sem prova alguma, que a Proconsult serviria a algum plano do SNI de falsificar o resultado da eleição. Mas insisto que as Organizações Globo nada tiveram a ver com essa conspiração, caso ela tenha existido" (TV GLOBO, 2004, p. 118).

No entanto, em 2004, quando o escândalo voltou à tona com o lançamento do livro oficial sobre os 35 anos do *Jornal Nacional* e com a morte de Brizola, Ali Kamel, diretor-executivo da Central Globo de Jornalismo, demonstrou uma visão que, teoricamente, abrandaria a culpa da *Proconsult* tomando como base relatórios do TRE e da Polícia Federal. Tal postura provocou críticas que foram respondidas por Kamel:

No artigo de Paulo Henrique Amorim, ele diz: 'A Globo diz que uma sindicância revelou apenas que a Proconsult era apenas mal organizada', insinuando que a informação era falsa. Mas, goste-se ou não do que fizeram a Polícia Federal e o T.R.E., foi exatamente isso o que aconteceu (KAMEL, 2004: s/n).

Na verdade, Kamel respondia não apenas às críticas em relação ao abrandamento. Paulo Henrique Amorim, que no ano seguinte escreveria o livro *Plim-Plim: a peleja de Brizola contra a fraude eleitoral* junto com Maria Helena Passos, criticava duramente a participação da Globo. O jornalista, que na época trabalhava no *Jornal do Brasil*, afirmava que

o jornal 'O Globo' e a 'TV Globo' faziam parte desse golpe. E, no elogio fúnebre de Brizola, a Globo dá uma versão imprecisa dos acontecimentos. É o golpe dentro do golpe. Seria importante nessa hora lembrar que Brizola foi massacrado pela imprensa carioca. A começar pela Globo. Os jornais locais da TV Globo moviam uma campanha implacável, de

manhã à noite. Brizola não aparecia nos jornais em rede. A tal ponto que os carros de reportagem da Globo não entravam nos bairros pobres e nas favelas do Rio: onde surgiu o slogan ‘o povo não é bobo, abaixo a Rede Globo’? (...) Não é isso o que os jornais da Globo dizem agora, com a morte de Brizola. Dão a entender que a escolha da Proconsult era inevitável, já que ela trabalhava para o TRE. Não é verdade. O JB não contratou a Proconsult. Depois, a Globo, nessa revisão da história, em que trata Brizola como um estadista (já que está morto...), a Globo diz que uma sindicância revelou apenas que a Proconsult era ‘mal organizada’. Não era mal organizada, não. Ela fazia parte de uma estratégia para dar um golpe no Brizola. E o primeiro punhal a entrar no manto de Julio César seria o de Roberto Marinho (AMORIM, 2004: s/n).

Amorim resgatou, 22 anos depois, a visão da esquerda na época e, talvez no limite, podemos incluir a do próprio Perseu Abramo. Basta ver a atitude de Brizola na época onde se configurou um embate direto entre o representante do PDT e as Organizações Globo que, se seguimos a lógica de Abramo, poderia ser tratada como um outro partido (que, no caso, supostamente queria fraudar as eleições).

Em 18 de novembro, três dias após a eleição, Leonel Brizola reuniu a imprensa internacional e criticou a lentidão nas apurações oficiais. Logo no início da entrevista, o candidato do PDT perguntou aos jornalistas o que achavam do fato de, em três dias de apuração no Rio de Janeiro, só haver o resultado oficial de 200 urnas. Afirmou que projeções feitas por assessores indicavam sua vitória sobre Moreira Franco com margem de 300 mil votos e fez críticas à cobertura jornalística das Organizações Globo. Segundo ele, a divulgação dos dados contraditórios gerava um ambiente confuso e estava criando um clima favorável à fraude eleitoral. (...) A entrevista de Brizola no *Show das Eleições* durou meia hora e foi conduzida pelos jornalistas Paulo César Araújo e André Gustavo Stumpf. Brizola afirmou que só uma fraude poderia ameaçar sua vitória e voltou a fazer insinuações a respeito da apuração da Rede Globo (TV GLOBO, 2004, p. 110).

Nesse contexto de embate entre partidos políticos e veículos midiáticos que, teoricamente, não teria ideologia nesse âmbito, está inserido o texto de Perseu Abramo. Porém, fico a imaginar se ele lembrou desse texto, um ano após a sua publicação, quando os “partidos midiáticos” Globo e *Veja* teriam feito uma “coalizão” com Collor para derrotar o petista Lula. Entretanto, isso é uma outra história que, no limite, prova que, assim como Louis-Auguste Blanqui, os ditos “devaneios” teóricos têm o seu lado de razão.

### 3. Conclusão

Ora o blanquismo, por ser uma “doutrina de consagração das minorias audaciosas capazes de arrastar atrás de si massas populares apáticas” através da ação direta, aonde quem tem toma a iniciativa tem a vantagem na luta revolucionária (TROTSKY *et alli*, 1968: p. 273), virou sinônimo de loucura. Dentro do ambiente reformista da II

Internacional, o blanquismo nada mais era do que a personificação do Socialismo Utópico, ou seja, precisava ser deixado de lado no escopo da luta socialista.

A teoria de Abramo também é dita como paranóica, utópica e sem laço com realidade. Mas, como brevemente demonstramos aqui, havia fatos no contexto da redemocratização brasileira que levaram Perseu Abramo a afirmar que os veículos midiáticos são partidos políticos. Ora, essa ligação de Perseu Abramo com a de Blanqui também não é em vão.

Ora, lembrando que Walter Benjamin associava o historicismo à social-democracia que “em três decênios, ela quase conseguiu extinguir o nome de Blanqui, cujo eco abalara o século passado” (BENJAMIN, 1996: p. 228-9), o objetivo dessa análise, inspirada no método do contrapelo benjaminiano, era de não deixar o nome de Perseu Abramo sumir do âmbito do campo jornalístico. Melhor, não deixar sumir o teórico do jornalismo Perseu Abramo, cuja função é essencial para contrabalançar as ações do jornalista Perseu Abramo.

Sua análise comparativa entre partidos políticos e órgãos de imprensa é importante não só para entender os anos 80 ou até os anos 50-60 onde jornais como *A Tribuna da Imprensa* estavam a serviço de políticos-jornalistas como Carlos Lacerda. Ela se mostra como uma chave de leitura interessantíssima para ver o jornalismo comercial do século XXI e perceber que a dita “imparcialidade” ou “neutralidade” não é tão absoluta assim.

Reconhecer essa característica nas empresas jornalísticas é essencial para a construção de um jornalismo mais franco e mais próximo de seu papel social. Essa análise é apenas um dos passos iniciais: o da constatação de elementos no fazer jornalístico. Só que não podemos esquecer a necessidade de indicar caminhos para essa mudança na práxis.

## Bibliografia

**ABRAMO, Perseu.** *Significado Político da manipulação da grande imprensa.* Em: [www.consciencia.net/picadinho/abramo.doc](http://www.consciencia.net/picadinho/abramo.doc). Acesso em 26/11/2006, [1988].

**AMORIM, Paulo H.** *O outro golpe que Brizola evitou.* In: AMORIM, Paulo H. “Brizola na Globo: Paulo Henrique Amorim”. *Observatório da Imprensa.* ano 11, nº 283, 29/06/2004. Em:

<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=283ASP004>. Acesso em 26/11/2006

**BENJAMIN, Walter.** *Magia e Técnica, Arte e Política* (trad. Sergio Paulo Rouanet). São Paulo: Brasiliense, 1996.

**CARR, Edward H.** *Que é história?* (trad. Lúcia Maurício de Alverga). Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

**EGYPTO, Luís.** “A Globo e o Proconsult: entrevista com Miro Teixeira”. *Observatório da Imprensa*. ano 11, nº 284, 06/07/2004. Em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=284MEM001>. Acesso em 26/11/2006.

**GOMES, Mayra R.** *Poder no Jornalismo*. São Paulo: Hacker, 2003.

**KAMEL, Ali.** *Diretor da Globo acusa: Paulo Henrique Amorim mente*. In: AMORIM, Paulo H. “Brizola na Globo: Paulo Henrique Amorim”. *Observatório da Imprensa*. ano 11, nº 283, 29/06/2004. Em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=283ASP004>. Acesso em 26/11/2006

**LÖWY, Michael.** *Walter Benjamin: aviso de incêndio* (trad. Wanda Nogueira Caldeira Brant). São Paulo: Boitempo, 2005.

**QUÉRÉ, Louis.** *Der miroirs equivoques*. Paris: Aubier Montaigne, 1982.

**SCHUDSON, Michael.** “Creating Public Knowledge”. *Media Studies Journal*. New York: Columbia, 1995.

**TRAQUINA, Nelson.** *A tribo jornalística*. Florianópolis: Insular, 2005.

**TV GLOBO.** *Jornal Nacional: a notícia faz história.* Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.