

Ernst Bloch e a mídia brasileira: dialética da verdade como processo

Paulo Nassar¹

Francisco Viana²

Resumo

Este artigo tem por objetivo apresentar e discutir as relações entre a filosofia da linguagem de Ernst Bloch e atualidade da mídia impressa brasileira. A ideia é analisar os pressupostos da guinada conservadora, a partir da categoria fundamental do ainda-não-ser e da verdade como processo de conhecimento no confronto com a negligência do método jornalístico de divulgação dos fatos e as contradições do modelo que se define como neutro. A questão essencial é a intencionalidade da linguagem da mídia impressa como formadora de conhecimento e opinião na negação sistemática do pensamento e da participação da esquerda nos rumos da sociedade. A discussão se torna tanto mais relevante quando se constata que Bloch desbrava o terreno ainda virgem da filosofia da linguagem marxista.

Palavras-chave:

Novas Narrativas; Esquerda; Imprensa brasileira; Democracia; Estética; Utopia.

Introdução

Em *Experimentum Mundi*, Ernst Bloch apresenta duas visões opostas da filosofia da linguagem: na primeira, a linguagem é absolutamente preponderante com respeito ao pensamento e, na segunda, o pensamento é totalmente alheio à linguagem (BLOCH, 1975, p. 36-38). São reflexões que se enraízam na necessidade do pensamento se expressar, isto é, ganhar corpo e conceito, mas sem corresponder, evidentemente, à um mero caráter associativo, um falar, um discursar ou, simplesmente, um mero anunciar. Não sendo trivialidade ou uma categoria absoluta, a linguagem sempre oculta uma intencionalidade. Em outros termos, sendo referência intrínseca ao real, a palavra nada mais é que puro vazio se não estiver subordinada a um conceito e, nele, traduzir um pensamento. Assim, palavras,

¹ Paulo Nassar é Professor Doutor e Livre-Docente da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) e Coordenador do Grupo de Estudos de Novas Narrativas (GENN ECA-USP). E-mail: paulonassar@usp.br

² Francisco Viana é Mestre e Doutorando em Filosofia pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), integra o Grupo de Estudos de Novas Narrativas (GENN ECA-USP).

conceitos, linguagem e realidade podem parecer categorias autônomas, mas, na prática, são interdependentes movidas por objetivos determinados.

Colocados esses pressupostos como ponto de partida, a intenção deste artigo é apresentar uma visão crítica da chamada grande imprensa brasileira, a mídia escrita especificamente, na construção da democracia nos dias atuais, a partir da filosofia da linguagem em Ernst Bloch. Tradicionalmente, a ideia que jornais e revistas transmitem à sociedade deveria ser de neutralidade em relação aos fatos, em razão da busca da verdade. Prescindir de juízos de valor e de ancoragem na realidade objetiva, por si só, seria suficiente para desfazer ilusões e colocar o cidadão diante das informações, em singular e indispensável exercício de liberdade. O confronto com a filosofia da linguagem blochiana, sugere, contudo, o questionamento das intenções e da estética – leia-se a organização da narrativa - por trás das palavras.

O problema, certamente, é saber se a intencionalidade se resume apenas em colocar o leitor diante dos fatos ou se há interesse em convencê-lo quanto à possível concretude de uma visão de mundo específica. Uma visão em que os postulados da filosofia da linguagem sejam, como argumenta Marx, a busca da verdade não só pelo resultado factual, mas também pelo caminho: “A emancipação de braços e pernas não se prende às características humanas que pela emancipação do pensamento: braços e pernas não se tornam, como sabemos, braços humanos e pernas humanas do que pela cabeça a que serve” (MARX, 1982, p. 187)³. Qual seria a cabeça a que serve os braços e pernas que a mídia deseja movimentar?

Como para Bloch, as categorias são sempre dialéticas, um segundo problema, consequência do primeiro, a intencionalidade, se coloca: a linguagem da mídia não se constitui, também, em negação do próprio pensamento metodológico da mídia se este não se encontra em harmonia com a realidade? Há, por outro lado um terceiro aspecto a considerar: a linguagem da mídia é a mais apropriada para a realidade brasileira? E, não sendo, quais seriam as perspectivas de futuro? Seriam essas razões, por serem refratária ao pensamento de esquerda na vida da sociedade, que a mídia impressa estaria perdendo “o ferrão da surpresa”?

³ No original : *L’émancipation des bras et des jambés ne prend de caractère humains que par l’émancipation de la tête: bras et jambés ne deviennent, como on sait, des bras humains et des jambés humaines que par la tête qu’ils servent.*

Crise do imprensa escrita ou crise do modelo?

O pensamento de Ernst Bloch vicejou no solo fértil do marxismo e da psicanálise⁴. O pressuposto é que a filosofia precisa saber o que é verdadeiro, não o que é permitido, que procure o que é a verdade universal, não a verdade para alguns homens (MARX, 1982, p. 208). Pois a liberdade não envolve apenas resultado, mas também o caminho. E o caminho não é uma linha reta, é dialético, prolongamento descontínuo dos fatos, das visões de mundo, do exercício de trazer a verdade do plano metafísico de uma “quimera sentimental” para a concretude da terra (MARX, 1982, p. 182).

O encontro entre a filosofia da linguagem de Bloch e a mídia impressa brasileira é um desencontro. Situa-se na superestrutura que se confunde com a base econômica em que a consciência social do jornalista só influencia se fizer parte de um coletivo, sendo individualmente mero inquilino sem direito a voz. Se olhado historicamente, a mídia retrocedeu aos momentos finais dos idos do Império e às primeiras duas décadas do alvorecer da República brasileira, quando a imprensa era partidária e recebia subvenções dos governantes para existir.

Uma volta no tempo irá demonstrar que há uma tríade de troncos ancestrais na formação da imprensa no país. O primeiro, geralmente esquecido, é de cunho oficial, a imprensa régia, trazida para o Brasil por Dom João VI quando deixou Lisboa fugindo das tropas do general Junot, de Napoleão. Nas naus, embarcou uma tipografia completa, comprada na Inglaterra, e que imprimiria, logo a seguir, a Gazeta do Rio de Janeiro.

O segundo veio, mais conhecido, surgiu vinculado às lutas pela independência com relação a Portugal. O terceiro veio, este, sim, sempre presente, é a imprensa liberal que ganhou força no alvorecer da República, se modernizou nos anos 50 e viveu seu apogeu no chamado milagre econômico dos anos 70, nos tempos do regime militar. Mas o elemento incógnito, jamais lembrado, é que a luta de classes foi trazida pelos anarquistas e pela

⁴ Bloch descobriu a psicanálise em 1908 nos cursos do professor Georg Simmel, que, influenciado por Kant, Nietzsche e Henri Bergson, irá desenvolver o esboço de uma filosofia de vida (*Lebensphilosophie*). Nos colóquios organizados por Simmel, Bloch conheceu o filósofo e teórico da literatura húngara, György Lukács com quem viveria em relação de “vasos comunicantes” e “verdadeiras simbiose” durante dez anos. Foi quando também descobriu Freud e os conceitos de “inconsciente” e “ainda não consciente”. Conhecia o conceito de “presente vivido”, originário dos textos filosófico-religiosos de Kierkegaard, que em *O Princípio Esperança* alcançariam a maturidade com “o obscuro do primeiro começo”. O marxismo viria com a I Grande Guerra e com o seu primeiro livro, *Geist der Utopie (Espírito da Utopia)*, tradução nossa, datado de 1918 (MÜNSTER, 1997, p. 57; KARADI, 1986, p. 72).

esquerda italiana nos anos da imigração⁵. O jornalismo liberal tornou-se hegemônico, organizou-se, criou empregos aos milhares, enquanto a imprensa oficial encolheu e a imprensa operária passou a limitar-se às áreas específicas de sindicatos e partidos de trabalhadores.

O drama é que a imprensa liberal nunca se tornou autenticamente liberal. Nos momentos de calmaria política, revela-se progressista e transmite valores liberais. Nos momentos de tensão social, recua às trincheiras do conservadorismo e nelas se mantém, propagando, inclusive, a ruptura com a ordem constitucional. Consumada a ruptura como em 1964, se empenha na defesa da normalidade constitucional, às vezes se autocrítica, mas prossegue a marcha como se nada tivesse acontecido.

Não chega a ser um partido político, como comumente é acusada de ser, mas não deixa de agir como tal nos momentos de tensão. Mudar exigiria que o tema da liberdade de imprensa ganhe novas feições: que rompa com os horizontes ilusórios da verdade factual aparente e procure a verdade universal, não o que é verdade apenas para alguns homens. Exigiria, igualmente, parâmetros legais para que o jornalista pudesse ser verdadeiramente sujeito da sua produção, não apenas um inquilino da superestrutura da mídia.

Não é o que procura, na atualidade, a mídia brasileira, sitiada que é de um processo político em que vem sendo questionada, no cotidiano, a legitimidade da informação, a legitimidade política e a legitimidade do conhecimento. A novidade é que a imprensa liberal deixou de ser mediadora das vontades da sociedade e da opinião pública. Não é mais o fiel do poder moderador. Daí o crescente número de consequências: perda de receitas, perda de leitores, perda de influência. Com a internet, a base produtiva mudou e, com ela, os limites da concentração do poder da informação se elasteceram, o que era hegemônico se modifica e se encontra ameaçado de deixar de ser.

A hipótese dominante é que a liberdade de imprensa e as conquistas concernentes à democracia são fundamentais: a liberdade e igualdade do indivíduo são corolários do direito à

⁵ No final do século XIX eram publicados no Rio de Janeiro o *L'operario italiano*, *La voce del popolo*, *L'emigrante*, *L'Italia Unita*, o *Giornale italiano*; em São Paulo, em 1870 circulavam o *Garibaldi*, *Il movimento*, *Il corriere d'Italia*, *Gli italiani in San Paolo*. Os dois primeiros jornais socialistas a circular no Brasil eram italianos - *La giustizia* e *Gli schavi Bianchi*. No ano de 1907, apenas na capital paulista, circulavam o *Fafulla*, *La tribuna italiana*, *Il secolo*, *L'avanti* e o *Corrieri d'Italia*, isto para citar apenas os jornais importantes. Naquele ano, o jornal *La battaglia* conclamava os operários à greve. Quando se organizaram em 1900 uma das primeiras providências dos operários italianos foi editar o jornal *Avanti*, que em 14 meses se tornou diário, salto editorial que coincidiu com a formação das ligas operárias de têxteis, chapeleiros, alfaiates, sapateiros e com as primeiras greves de trabalhadores. O movimento crescia na capital e no interior graças à propaganda e às primeiras grandes greves (CENNI, 1975, p. 275-294; CERVO, 2011, p. 102).

informação – a toda a informação -, mas o que se assiste é a preponderância do sensacional (a denúncia), a estetização dos fatos sobre o debate dos acontecimentos e, em particular, a concepção de que existe um único sistema de liberdade, o capitalismo. A negação desse sistema ou a ideia de que o capitalismo é múltiplo e envolve progressos, não encontra espaço. Não parece existir hipótese de transformação da informação em harmonia com o novo ambiente político da sociedade. Sobre a estetização, passa-se, sem que seja real, a ideia de que o estilo ideal é o sensacional, quando a estética de Hegel procura situar o ideal entre a expressão substancial das coisas” e a “relação total” com o que somente é feito para agradar, quer dizer, forma e conteúdo, tal como se encontra nas obras de Fídias e de Homero. ⁶

A legitimidade do conhecimento, por sua vez, é preterida em função da informação como arma de combate ideológico. O grande problema não se encontra na mídia impressa em si, mas na sua capacidade de pautar outras mídias – rádio, televisão e mídias sociais. Cria-se, assim, um círculo vicioso, com a objetividade cedendo lugar à manipulação e a informação se transformando muito mais em mercadoria do que em serviço público de conhecimento. Nesse sentido, o pressuposto implícito é a repetição: em lugar de olhar para o futuro, a mídia volta-se para o passado.

Se Bloch defende o primado da linguagem nas relações sociais pelos seus vínculos com a produção e com a vida interior e a consciência, se escreveu que pensar significa transpor ⁷se argumenta ser a interpretação da realidade como processo aberto à legitimação da verdade, a mídia caminha na direção oposta: a realidade é retratada em preto e branco. A primeira vítima é a verdade como processo. Se não há processo, não há isenção. Uma vírgula, a forma de hierarquizar os temas, a seleção de assuntos numa edição, os enfoques, o design e a arquitetura das narrativas, tudo é claramente indício e evidência de uma tomada de posição, de uma visão da realidade.

Isenção, ascensão e queda

Historicamente, o conceito de isenção nasce na década de 20 do século passado nos Estados Unidos para viabilizar economicamente a produção jornalística. Naquela época o jornalismo era predominantemente de opinião e isto criava muitos conflitos. Os empresários e

⁶ HEGEL, 2010, p. 7.

⁷ BLOCH, 2005, p. 14.

os políticos eram chamados abertamente de ladrões. Acusações de corrupção eram tão comuns quando as reportagens personalizadas com denúncias que abalavam alicerces da ordem estabelecida. Tudo muito livre. Tudo muito vibrante. Tomava-se partido. Havia engajamento. Ou se era contra ou se era a favor. Nada desse culto meio hipócrita à isenção, a objetividade dos fatos. A verdade era múltipla de verdade. O ceticismo – o questionamento de todas as verdades – era tão comum quanto o ar que se respira.

Com o conceito de isenção, o caráter do noticiário ficou dividido: opinião é para editorial, reportagem é fato. E o editorial, de preferência, deve ser alicerçado em fatos. E nesse momento é que surgem os impérios de comunicação. Toda empresa necessita de uma teoria. A teoria da empresa de mídia é justamente essa: a isenção, a objetividade dos fatos, a independência do jornalista de narrar os fatos, questionar o poder. Ouve-se as partes envolvidas e, partir desse movimento, a isenção pode ser sacralizada. Sistemas diferentes são ignorados. Diferente do artista, que pode ignorar o público na sua concepção estética e na sua preocupação de que a obra de arte tenha “conteúdo profundo”⁸, na mídia o público não pode ser ignorado. É indispensável combinar “conteúdo profundo” e público. Não são excludentes no sistema comunicacional, são complementares.

Hoje, inventou-se o conceito do ouvir o outro lado, isto é, aqueles que são denunciados ou criticados. Fica, na teoria, equilibrado. E se tem o salvo-conduto para se posicionar, seja qual for o tema, protegido pelo espesso véu da isenção. Mas o questionamento estrutural, onde fica? Antes, desde os idos do regime militar, e, depois, no decorrer da democratização, a corrupção, por exemplo, era conhecida do noticiário, mas jamais ganhou as proporções dos últimos anos. Com o recrudescimento da Operação Lava Jato (iniciada em 2009), ganhou dimensões de autêntica cruzada. Onde antes grassavam as críticas ao comunismo e ao comportamento liberal, agora grassam as denúncias de corrupção. A corrupção é o novo rótulo que passou a identificar de maneira totalizante o pensamento de esquerda, isso por razões que parte dessa esquerda criou se envolvendo em práticas corruptas.

À primeira vista, o combate à corrupção é um salto no combate à impunidade, uma vez que dirigentes das maiores empreiteiras do país foram presos e, com eles, executivos, políticos e lideranças também de outros ramos de atividades. Na essência, as prisões são transformadas em fonte permanente de emanação de ódio contra a esquerda e contra aqueles que pensam e se comportam diferentes, que se empenham em criar um país estável e com leis

⁸ HEGEL, 2010, p. 11.

que sejam cumpridas. Com frequência, cada vez maior, a justificativa para que jornais e revistas avaliem a crise de transição para a maturidade vivida pelo país, limita-se ao binômio corrupção-crise política, sem que se discuta à luz do dia os modelos de negócios, além do liberalismo e da esquerda e dos pensamentos voltadas para a transformação do país. A velha luta de classes cedeu lugar à luta pela probidade, mas é uma luta que alveja apenas um único lado, o pensamento social modernizador.

Um ambiente de suspeitas e denúncias se adensou como se a sociedade necessitasse, urgentemente, de um salvador da pátria, não de alternativas dentro da Constituição como pressupõe o regime democrático. E, igualmente nocivo, é como se aqueles que pensam alternativas às formas de fazer política, de consumir e de viver tradicionais tivessem o monopólio da corrupção, quando se trata de uma prática que se intensificou no decorrer do regime ditatorial pós-64. E que não envolve apenas setores ligados à esquerda, o que se trata de um fenômeno a ser discutido e esmiuçado, mas que se tornou parte de uma cultura avassaladora. Assim, a falência da verdade como processo nasce e cresce com a oposição sistemática às políticas de inclusão social. Cresce lastreada por uma visão moral do mundo, em oposição à liberdade. Como se a liberdade fosse um ente absoluto ou, a liberdade representasse “o pensamento vazio da vontade”, para citar Hegel mais uma vez.⁹

O pensamento progressista como alvo

O debate em torno da mídia brasileira é escasso. Como é escasso o debate em torno da esquerda e do pensamento progressista. Perde-se, por exemplo, a oportunidade de criticar o papel de parte importante da esquerda brasileira como protagonista de práticas stalinistas e autoritárias. Em relação à mídia prevalece a mitologia da ética, do jornalismo honesto, do jornalismo como último refúgio da liberdade e da justiça. Pela visão ética, um romantismo sem dúvida, a mídia privilegiaria a sociedade em primeiro lugar, teria o rigor dos fatos como padrão de produção e se colocaria acima de manipulações.

Nessa concepção, o fenômeno da alienação não existiria e o equilíbrio de opiniões e fatos se daria em meio a um processo dialético de produção, tendendo mais ao coletivismo do que ao individualismo. Esquece-se que a mídia reproduz não apenas a cultura vigente, como produz subjetividades. Não expressa apenas o pensamento conservador, mas o organiza,

⁹ VIEIRA; SILVA, 2014, p. 332.

multiplicando o sistema invisível de controles por meio do imaginário. O que muda não é o alicerce ideológico, mas as estratificações – imprensa informativa, de opinião, imprensa popular, imprensa corporativa, feminina, segmentações típicas da cultura de massas – e as plataformas tecnológicas de intervir no pensamento da sociedade. Com relação ao passado, mudou também a ideia da intervenção militar. A tese é desqualificar a luta de classes e favorecer a singularidade individual.

Historicamente, o paradigma do conflito de classes no Brasil sempre foi camuflado. A escravidão, primeiro, o mito do homem cordial, o positivismo e o nacionalismo, a seguir, se somaram para diluir o fenômeno da exploração. O conflito, dada à violência da exclusão, cedeu lugar ao lugar ao reacionarismo político e comportamental visceral, que grassou por mais de meio século, até a Constituição de 1988, e irrompeu com força na mitologia do país do futebol, carnaval, do samba e da alegria fácil. O populismo surgiu como a face intermediária desse sistema de tensões, abraçando uma retórica conciliadora que nos momentos de opção entre um capitalismo mais ou menos excludente desaguou em dois golpes militares, com séquitos sangrentos de perseguições a líderes democráticos, além de concentração econômica ainda maior.

Assim, a República apresentou-se como um regime de liberdade e igualdade, como um regime popular, enfim, mas os sonhos jamais se concretizaram. Passado o momento inicial de esperança, a República consolidou-se como poder oligárquico e excludente. E a luta de classes pela inclusão social, sem avançar para além do populismo, reduziu-se a acontecimentos isolados (greves e conflitos sociais do dia a dia), sem englobar os valores da sociedade. Pelo contrário, a burguesia fortaleceu-se a emancipação humana se perdeu no labirinto do jogo de soma zero da política. Edificante no discurso, cúmplice da exploração na prática, a imprensa acompanhou o passado do liberalismo, divorciando-se do valor do trabalho e do engajamento pela emancipação das classes subalternas.

Com a rejeição ao debate em torno da esquerda, inclusive pela própria esquerda – que sempre fechou os olhos à discussão do levante comunista de 1935, o significado da esquerda nos golpes do Estado Novo e de 64, além da luta armada como forma de resistência ao regime – e a resistência em discutir a superestrutura que é a fonte maior da corrupção – não só financeira, mas do desvirtuamento do papel dos diferentes atores sociais –, a mídia em lugar do noticiário objetivo e da análise dos fatos, vem mergulhando em paradoxos cada vez mais

visíveis. De um lado, se proclama isenta, prescindindo de julgamentos, e se coloca acima de ideologias, partidos e governos. De outro, revela-se extremamente conservadora, se manifestando contra tudo que possa significar avanços sociais e, mais ainda, tomando posições contrárias à participação popular na vida democrática. A tese é aquela de uma fluida democracia representativa. Nada mais.

Pode-se objetar a esta altura que o processo é dialético, não linear. Se nos idos do regime militar houve corajosa resistência da chamada mídia alternativa¹⁰, no presente a reação, com eco imensurável, se transferiu para as mídias sociais. Faltam, é verdade, empreendedores capazes de entender os tempos modernos e, inclusive a presença do poder público, para capturar a extensão da metamorfose que vive o país, mas o que vem se sucedendo é uma onda de denúncias sem fim contra a mídia tradicional. A mídia, antes quase uma incógnita, agora é tema cotidiano do noticiário.

Tornou-se lugar-comum noticiar-se, em particular nas mídias sociais, a existência de grave crise nos jornais e revistas que ceifa empregos, encolhe redações e não poupa ícones do jornalismo. Isto quando não são questionados o monopólio da informação, complacente quanto a assuntos ligados à corrupção quando os envolvidos não são de esquerda. Não se trata da notícia, mas do questionamento dos modelos de negócios e do poder público. É uma reação em cadeia, jamais vista, jamais analisada em sua extensão, mas que coincide com um momento em que a mídia impressa se revela economicamente frágil e se debate com imensas dificuldades de conquistar leitores. E de gerar receitas.

Longe do novum, prisioneira da repetição

Pode-se argumentar que o erro do empreendimento jornalístico encontra-se na ordem simbólica da repetição. Bloch atribui a repetição a um processo circular do mundo, infenso à mediação do *novum*, que nega a construção do futuro no presente. Negar o futuro, implica em viver apenas o hoje, de forma contemplativa e inerte. A realidade, para ele, se mostra dotada de tendências e latências, esperança de mudança que se traduziriam nas categorias ontológicas do ainda-não-consciente e do ainda-não ser. Por esse critério, a mídia brasileira teria optado pelo simulacro como léxico da própria repetição.

¹⁰ Cf. *Brasil: uma biografia*, de Lilian M. Schwarcz e Heloisa M. Starling (2015).

Ainda que seja apenas uma possibilidade, não é um modelo de análise a ser descartado ou ignorado. Conduz a um simplismo grosseiro, mas as propriedades da repetição demonstram o quanto os fatos se tornam supérfluos quando se encontra em jogo a relação entre superestrutura e infraestrutura. Daí, o caráter deformador da incompletude dos fatos. No Brasil, como em todo lugar, os impasses do declínio da mídia impressa, parecem estar localizadas nos impactos das modernas tecnologias e, conseqüentemente, na rápida ascensão da internet. É uma visão correta, mas incompleta.

Ao lado das mídias sociais, com sua vitalidade instantânea e iconoclasta, há uma outra nuance, também de largo alcance. A mídia impressa tornou-se extremamente resistente à mudança. Não consegue olhar para a frente. Revela-se passadista como se fossem os raios de uma roda que circula sempre no mesmo lugar. Esse foi o impasse que vem se somando à morte da verdade como processo e à recusa de acordar para o fato de que a esquerda voltou a ser protagonista da cena social.

Nos idos do regime militar, o Dr. Roberto Marinho, como era conhecido o fundador das Organizações Globo, costumava dizer que não se fazia jornalismo sem a esquerda. Referia-se a profissionais que se destacavam pelo espírito crítico e religioso no culto aos fatos. Esses pressupostos foram esquecidos. O que se assiste hoje é uma tomada de assalto das redações pelo conservadorismo – jornalistas e colunistas -, quando não pelo mais puro reacionarismo. Suas bandeiras são conhecidas e podem ser sintetizadas na rejeição ao movimento social. A mídia tem se revelado incapaz de ler os novos tempos recusando-se a aceitar que há claro renascimento do pensamento de esquerda, principalmente a esquerda social. No passado, perseguido por mais de meio século de visceral reacionarismo, tornou-se parte indissociável e legítima, com voz crítica, da vida brasileira.

Em consequência, não houve renovação das fontes de informação e a esquerda, salvo quando critica a própria esquerda, não é convidada para o debate político, isto é, só existe para ser desmoralizada. Ou criticada com veemência ou esquecida. Igualmente traumática foi a extinção das diferentes correntes de pensamento nas redações. Dada a diversidade de formas de ver o mundo, havia uma relação dialética na divulgação dos acontecimentos, favorecendo a natureza progressista dos fatos. Passou a vigorar a tese da neutralidade que, na realidade, não existe. Se há o choque de percepções políticas, o jornalismo deixa de ser um mero produto para se tornar num corpo vivo e dinâmico.

Como a notícia tornou-se muito mais mercadoria do que serviço público, as informações, dessa forma, são elaboradas como se fossem um produto qualquer. Baniu-se de cena a liberdade do jornalista como intérprete da realidade. Vive-se, então, prisioneiro da face conservadora do século XX, sem que se acorde para o mundo novo que nasce neste século XXI. A sociedade, por sua vez, é discutida no seu dia a dia, não na sua estrutura (a responsável pelas mazelas do dia a dia), o que se torna discussão imperativa.

Nessa trilha, esvaiu-se o fogo sagrado de apurar, de perseguir a verdade factual e os posicionamentos como processo, não como verdade definitiva. Trabalhar na mídia, seja na imprensa, rádio ou televisão, exige um talento particular. Não se trata apenas do domínio da arte de escrever e da ética para retratar e analisar os fatos. É imperativo ter os olhos abertos para o novo. Isso o conservador não consegue fazer. Refratário às idades do tempo e aos imperativos da história, sua visão da sociedade é em preto e branco. Não vislumbra a nuance das cores. Sabe, sim, orientar repórteres para armar ciladas e desqualificar adversários. Lembra um guerreiro medieval adestrado para destruir. Construir é seu ponto frágil. Decididamente, revela-se incapaz.

Daí o método de estudar os temas e analisá-los nas suas contradições ser visto como secundário. E o noticiário passou a ser monocórdio, sem conseguir capturar a atenção do público. Perdeu a capacidade de surpreender, de ver o novo, de iluminar a escuridão. Nesse contexto pode-se afirmar sem temor de erro, que a crise das empresas de mídia espelha a crise do jornalismo (e vice-versa). A alternativa é mudar os paradigmas do modelo e pensar o jornalismo para uma sociedade plural nas ideias, democrática como construção.

Dialética da democracia

O que está acontecendo no Brasil é mais do que a franca oposição da mídia ao governo constitucional de João Goulart em 1964. Naquela época, a opção foi por um capitalismo excludente, em lugar de um capitalismo includente. Agora, o que está em questão é a própria democracia. Pela filosofia da linguagem de Bloch, o conhecimento é, simultaneamente, dialético e dinâmico na medida em que traduz a latência-tendência da estrutura da sociedade. Pode constituir um conhecimento passivo, também idealista na sua

forma contemplativa da realidade. Como pode resultar no conhecimento ativo, capaz de se tornar fecundo com respeito à consciência e à percepção da utopia concreta.

No caso brasileiro, o conhecimento sobre a mídia tem revelado, na medida em que os questionamentos se tornam públicos, que as empresas jornalísticas são empresas como quaisquer outras, visam acima de tudo o lucro. A mídia é um negócio de duas faces: metade serviço público, metade negócio. Uma espécie de Janus moderno. Herdeira da Revolução Francesa, herdeira do liberalismo clássico, vítima dos impactos dos tempos modernos, revela-se refém de um modelo em que as novas tecnologias de comunicação estão fazendo ruir jornais e revistas um dia após outro.

A face do serviço público não sobrevive se o negócio não for vitorioso. Porém, esse negócio só existe se houver liberdade. Mais que tipo de liberdade? Liberdade de mercado? Liberdade de expressão no sentido de construir uma sociedade governada por poucos ou uma sociedade governada por muitos? Uma sociedade isonômica onde todos tenham direitos iguais? Liberdade para defender uma democracia representativa que está fazendo água por todos os lados ou uma democracia participativa onde o conflito gere as soluções destinadas a beneficiar a coletividade?

É uma liberdade limitada, a da mídia, acomodada em certos limites. A notícia está associada aos fatos, mas em conformidade com uma linha que o veículo delinea. Vale para os veículos conservadores, vale para os veículos liberais. Na empresa de mídia o que muda é a natureza da “mercadoria”. Mas o “fetiche” é o mesmo. Esse conflito entre o que se pensa e o que se diz existe todos os dias nas empresas que não vendem notícias. A regra é: discute-se à exaustão o que se pensa, mas os conflitos não podem aflorar em público.

Na mídia não é diferente: já imaginou o editor de um grande veículo dizendo em público que discorda da linha do proprietário ou dos acionistas? Ou que o político que o colunista defende é um canalha que ele quer ver cassado? Ou triturando as empresas anunciantes? O negócio jornalístico quebraria as pernas. Afundaria. Redações são mais hierarquizadas do que se imagina. A questão hoje, além do crescente conservadorismo, é que as chamadas mídias sociais colocam em cheque o modelo da mídia tradicional. Porque há nele uma contradição insolúvel dentro do modelo capitalista: como defender a liberdade de expressão se as mesmas pessoas que a defendem não podem usufruir da liberdade? É uma questão esfingética: afinal, que tipo de empresa é um veículo de mídia?

Na empresa tradicional não existe qualquer compromisso de liberdade de expressão, no sentido da discussão pública, salvo quando acontecem crises e as vulnerabilidades do sistema produtivo se tornam conhecidas. A regra é clara: fala quem a empresa autoriza. É dito o que a empresa deseja. Na empresa jornalística não é muito diferente. A diferença encontra-se no grau de ilusão, nas aparências e no discurso. Mas o discurso vem se revelando pleno em intencionalidade, vazio de conteúdo, traçando uma cunha visível entre a superestrutura e a infraestrutura da sociedade.

E as questões se sucedem: como defender a liberdade de expressão se o próprio jornalista não pode dizer o que pensa num blog ou num site que leve o seu nome? Como exigir que as pessoas falem se a própria empresa restringe a fala e o jornalista no veículo em que trabalha não pode se expressar livremente? Na teoria, a mídia tornou-se uma extensão do parlamento, uma entidade acima dos partidos políticos. Na realidade, é um canal sofisticado de interesses estrangeiros à coletividade. Bloch não escreveu especificamente sobre a mídia, mas a sua filosofia aponta para a irrealidade cotidiana: a mídia informa uma coisa, as suas contradições apontam em um rumo totalmente diverso.

Considerações finais

Antes da sua atividade jornalística no *Rheinischen Zeitung*, a *Gazeta Renana*, a visão de Marx sobre a vida era muito “vaga” (BLOCH, 2005, p. 248). O contato próximo com questões da política e da economia fez com que Marx, então muito jovem, transitasse da crítica da religião, por influência de Feuerbach, e do hegelianismo de esquerda para a crítica ao Estado. Critica a propriedade privada, os interesses egoísticos da burguesia, a miséria do campesinato, a alienação, defende a democracia ampla, o cidadão, trilhando o caminho que o levaria à ruptura com o hegelianismo rumo ao comunismo.

Das sementes do idealismo hegeliano faz florescer a filosofia da ação, sintetizada nas *Onze teses sobre Feuerbach*, que fazem da filosofia o mundo e do mundo a filosofia (LÖWY, 2012, p. 53-96). Transforma a filosofia na base ativa da emancipação social e, assim, sugere uma ideia bem diferente de como viver, rompe o espelho das ilusões e revela o sentido do “sonhar com uma vida melhor” (BLOCH, 2005, p. 21).

Todos esses aspectos levam a filosofia da linguagem, em Bloch, a apontar para a

utopia concreta e, por extensão, para a ideia do ainda-não-consciente. Se o movimento é manipulador e não esclarecedor, não orientado para a filosofia do conhecimento, ocorre o retorno ao passado, o ciclo vicioso da repetição. Não viceja o *novum*. Vista por esse ângulo, a mídia imprensa brasileira é parte de uma superestrutura dominante que se recusa a ver a necessidade de mudar. Não se trata sequer de se tornar socialista ou revolucionária, mas apenas curvar-se aos imperativos dos novos tempos.

Constituindo lugar habitado por contradições reais – em especial a oposição ao progresso social – estaria vivendo, consciente ou inconsciente, no limiar do poder e da eminência de perdê-lo. Poder, porque as palavras, conceitos, linguagem e realidade que divulga parecem conseguir, pelo menos provisoriamente, criar a ilusão que a esquerda é negativa ao país. Eminência de perder o poder, porque a cada repetição seu saber é posto em questão. Poder e saber se reforçam ou se destroem mutuamente. São como significação e linguagem, uma não existe sem a outra. Tudo que é divulgado contra a esquerda tem valor na construção de uma identidade e torna-a objeto ontológico: para a superestrutura, um objeto divorciado da história; para a sociedade é possível que a visão seja inversa.

Vista pelo ângulo dessa dualidade, a eminência de perder o poder de mediar e influir na vida do cidadão fica por conta das contradições entre a intencionalidade e o real que, cedo ou tarde, irão aflorar. E já afloram. É precisamente o que Leibniz (2004) denominava de soma de pequenas coisas, fonte de metamorfoses da realidade. Na filosofia de Bloch, de Aristóteles a Hegel e Marx uma questão central da sociedade estava na relação senhor-escravo de sua época (BLOCH, 1975, p. 27).

Como os “escravos” são muitos e os “senhores” poucos o que aconteceria se muitos se rebelassem contra poucos? A roda da ilusão deixaria, no caso da imprensa, de manipular sempre aqueles que estão no chão. E a tendência seria modelar uma sociedade cada vez menos egoísta. No que diz respeito à teoria da luta de classes, a mídia é no Brasil, a despeito da sua aura romântica, o instrumento para impor a paz social e rechaçar movimentos que possam ameaçar o capitalismo, mesmo que atrasado. Partindo da crença de que a esquerda é supérflua, não conhece os segredos da administração da economia e sirva para protagonizar desastres, a regra não escrita é fragmentar a luta de classes, desqualificando-a ou ignorando a sua existência. A mídia se esmera em amplificar essa tragédia simplória, mas que claramente justifica a ordem existente.

Com esses pressupostos, o que surpreende, e desafia a imaginação, e que a mídia no Brasil se revela em crise. É um clima que se insinua aos poucos e se torna mais grave na medida em que a luta de classes sai do silêncio para o cotidiano, se bem que ainda desarticulada, difusa e sem alvo definido. É cedo para estabelecer uma relação de causa e efeito entre os dois momentos, o que salta aos olhos é que o modelo jornalístico da imprensa brasileira se tornou o seu maior inimigo: está condenado não apenas por ser conservador, mas porque se torna repetitivo e encobre as possibilidades de futuro no presente que a sociedade tanto almeja.

A imprensa revela a ausência, pelo menos no instante vivido, de utopia. E regressivo, sem alma, sem espírito transformador mesmo para os parâmetros liberais e do capitalismo. Aspira o retorno às oligarquias e a uma democracia estática, exclusivamente restrita ao jogo do parlamentar é as leis que existam apenas no papel, longe, muito longe, de reformas sociais mínimas. Pois o capitalismo, como admite Losurdo (2015, p. 205), “é um mal em relação ao socialismo,” mas é um bem em relação ao avanço da produção industrial. Por isso, certamente, a imprensa deixa de surpreender. E perde público e receitas. Não se trata apenas de uma crise com origem nos impactos das novas tecnologias, mas de uma crise de compreensão do presente e do esgotamento da ideologia dominante.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia da linguagem*. Tradução Michel Lahud e Yara Franteschi Vieira. São Paulo: Hucitec Editora, 2014.

BLOCH, Ernst. *Experimentum Mundi: Frage, Kategorien, des Herausbringens, Praxis*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag; Gert Ueding, 1975.

_____. *O princípio esperança*. Tradução Nélio Schneider. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005. v. 1 (Original “*Das Prinzip Hoffnung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 1985”).

_____. *O princípio esperança*. Tradução Werner Fuchs. Rio de Janeiro: Contraponto, 2006a. v. 2. (Original “*Das Prinzip Hoffnung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 1985”).

_____. *O princípio esperança*. Tradução Werner Fuchs. Rio de Janeiro: Contraponto, 2006b. v. 3. (Original “*Das Prinzip Hoffnung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 1985”).

CENNI, Franco. *Italianos no Brasil*. 2. ed. São Paulo: Martins, Editora da Universidade de São Paulo, 1975.

CERVO, Amado Luiz. *O Brasil e a Itália: formação da italianidade brasileira*. 2ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2011.

HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. *Império*. 7. ed. Tradução Berilo Vargas. Rio de Janeiro: Record, 2005.

HEGEL, Georg W Wilhelm Friedrich. *Curso de estética: o sistema das artes*. Tradução Álvaro Ribeiro. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

KARADI, Eva. Bloch et Lukács dans le cercle de Weber. In: GOETHE-INSTITUT. Réification et utopie: Ernst Bloch and György Lukács un siècle après. 1985, Arles. *Actes du colloque Goethe Institut...* Arles: Actes Sud, 1986.

LEIBNIZ, Gottfried Wilhelm Freiherr von. *Novos ensaios sobre o entendimento humano*. Tradutor Luiz João Baraúna. São Paulo: Nova Cultural, 2004.

LOSURDO, Domenico. *A luta de classes: uma história política e filosófica*. Tradução Sílvia De Bernardinis. São Paulo: Boitempo, 2015.

LÖWY, Michael. (Org.). *A teoria da revolução no jovem Marx*. Tradução Anderson Gonçalves. São Paulo: Boitempo, 2012.

NASSAR, Paulo. *Lições das prisões de empreiteiros*. Brasília: Correio Braziliense, 30/06/2015.
----- *Comunicação e Empresa Limpa*. Brasília: Correio Braziliense, 17/10/2014.

MARX, Karl. Liberté de la Presse et liberté Humaine. Tradução Maximilien Rubel. In: *Ouvres Philosophie*. Paris: Gallimard, 1982.

MÜNSTER, Arno. *Utopia, messianismo e apocalipse nas primeiras obras de Ernst Bloch*. Tradução Flávio Beno Siebeneichler. São Paulo: UNESP, 1997.

SCHWARCZ, Lilia Moritz; STARLING, Heloisa M. *Brasil: uma biografia*. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

VIEIRA, Leonardo Alves; SILVA, Manuel Moreira da (Org). *Interpretações da Fenomenologia do Espírito de Hegel*. São Paulo: Edições Loyola, 2014.

VIANA, Francisco. *De cara com a mídia: comunicação corporativa, relacionamento e cidadania*. São Paulo: Negócio Editora, 2001.