

Liberal no discurso, estatista nas verbas: o papel da mídia na difusão do ideário neoliberal no Brasil

DIMALICE NUNES
(dimalice@gmail.com)

Mestranda em Economia Política Mundial pela Universidade Federal do ABC, onde pesquisa as transformações da mídia pela ótica da Economia Política e seus impactos sobre o mundo do trabalho dos jornalistas considerando as questões de gênero envolvidas na dispensa precoce dessas profissionais. Investiga, ainda, como a estrutura familiar e patriarcal dos grandes conglomerados de comunicação contribui nesta questão. Possui especialização em Mídia, Política e Sociedade pela Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo (2017) e graduação em Jornalismo pela Faculdade Cásper Líbero (2003). Atua como jornalista há 19 anos em reportagem e edição, com passagens por importantes redações em São Paulo e Brasília, sempre no jornalismo econômico. Nos últimos anos deu ênfase à cobertura de questões relacionadas ao mundo do trabalho, gênero e diversidade.

Introdução

A construção da hegemonia de uma ideologia depende da convergência de fatores históricos que levam agentes fundamentais da sociedade a se alinharem e trabalharem por esta construção, uma espécie de tempo-espaço conveniente para a sua solidificação. No Brasil da virada da década de 1980 para a de 1990 deram-se as condições necessárias para a implantação daquilo que já era realidade em países do centro - notadamente Estados Unidos e Inglaterra -, na América do Sul, em um projeto do ditador Augusto Pinochet, e se espalhava pela periferia do mundo conforme ditaduras caíam e independências se consolidavam: o neoliberalismo.

A queda do muro de Berlim em 1989 e o colapso da União Soviética pontuaram definitivamente o que se convencionou chamar de uma nova ordem mundial¹. Os processos históricos abriam o caminho definitivo para a globalização e, de acordo com a narrativa dominante, quem não se encaixasse nesta nova ordem fadava-se ao atraso irreversível. O neoliberalismo impunha-se em rechaço ao que era dado: o ocaso da “era de ouro do capitalismo”, o período de 30 anos a partir do fim da Segunda Guerra Mundial em que o controle de capitais e investimentos massivos dos Estados garantiram crescimento econômico com estado de bem-estar social nas economias do centro.

As crises do petróleo de 1973 e 1979² foram decisivas no desencadeamento do fim do estado de bem-estar social. A alta de preços saiu do controle nos Estados Unidos, elevou custos internos, gerando inflação. Assim, o governo norte-americano subiu seus juros básicos, lançando mão de um instrumento de política monetária que poderia segurar os preços internos, mas levou a uma migração em massa de recursos das economias periféricas para a solidez bem remunerada dos títulos da dívida norte-americana, beneficiando especialmente o rentismo. Além disso, o colapso da União Soviética e a queda em cascata dos regimes comunistas do leste europeu levou à decadência do socialismo como uma alternativa real e atraente para a classe trabalhadora, que já sentia os efeitos disseminados da crise econômica. Além dos marcos históricos, autores

1. Após a desintegração da União Soviética o mundo deixa para trás uma estrutura bipolar - com os Estados Unidos hegemônicos no mundo capitalista e a URSS dominando o mundo comunista - e passa ser, conforme conceituado à época, multipolar. A narrativa neoliberal vai ao encontro da ideia de que todos os países poderiam se relacionar, construindo um conceito de trânsito sem regulação de recursos, ideias e pessoas.

2. A crise de 1973 veio de uma represália ao apoio dos EUA a Israel após ocupação de territórios palestinos durante a guerra do Yom Kippur. Por isso, os membros árabes da Organização dos Países Exportadores de Petróleo (Opep) aumentaram o preço do produto em mais de 300%. Em 1979, a paralisação da produção iraniana, como consequência da revolução islâmica liderada pelo aiatolá Khomeini, provocou o segundo grande choque do petróleo, elevando em mais de 1000% o preço médio do barril iraniano. Apenas em 1986 os preços voltaram a cair.

como David Harvey (2008) falam em crise de acumulação. A ruína do estado de bem-estar social abriu a porta para a era da *acumulação flexível*³.

A despeito da alta da inflação daquele período, o desemprego também crescia, gerando o estagflação, fenômeno que impôs um problema conjuntural às políticas de inspiração keynesiana, já que até então o keynesianismo era a base teórica dos países centrais que se reconstruíram no pós-Segunda Guerra Mundial, com estados indutores de investimento, crescimento e desenvolvimento. Do lado do capital privado, as empresas se mostravam cada vez mais insatisfeitas com o achatamento de suas margens de lucro, pressionadas por altos salários e impostos, resultado da manutenção do estado de bem-estar social. As pressões políticas em favor do desmantelamento deste sistema se intensificam e abrem-se as portas para novas propostas destinadas a enfrentar as altas taxas de inflação e os preocupantes índices de paralisação econômica. (VICENTE, 2009, p.126).

A emergência do neoliberalismo ficou evidente a partir da eleição, em 1979, de Margareth Thatcher na Inglaterra e, um ano depois, de Ronald Reagan nos Estados Unidos. Tal aliança anglo-americana foi peça fundamental para o início do desmonte do estado de bem-estar social, marcando uma onda de liberalização que percorreu grande parte do mundo. Mas o marco teórico do neoliberalismo é bem anterior, o livro “O Caminho da Servidão”, de Friedrich Hayek, de 1944, uma crítica à planificação centralizada da economia e à intervenção política de um modo geral. O autor acreditava que a social-democracia levaria os indivíduos a um estado de servidão obrigatória. Assim, quando em 1947 foram lançadas as bases do estado de bem-estar social na Europa, surgiu a chamada Sociedade de Mont Pèlerin, fundada por Hayek e composta por Milton Friedman, Karl Popper, Ludwig von Mises, Walter Lippman, Michael Polanyi, Salvador de Madariaga, entre outros. Seus membros passaram a se reunir bianualmente para projetar um outro capitalismo, para além do pensamento keynesiano. Foi uma gestação teórica de 30 anos até que os contextos histórico e econômico permitissem a consolidação do neoliberalismo como se viu no fim do século XX.

Diferentemente dos países centrais, os periféricos não

3. Acumulação flexível caracteriza uma série de práticas que quebram a rigidez do fordismo. A mudança tecnológica constante, a automação, e medidas para acelerar o tempo de giro do capital passam, então, ao primeiro plano.

chegaram a consolidar o bem-estar social. Olhando para a América Latina, as principais economias da região emergiam de ditaduras militares que trouxeram alguma expansão econômica, mas foram incapazes de consolidar projetos de desenvolvimento nacionais como os desenhados pelos grandes economistas da região, o argentino Raúl Prebisch e o brasileiro Celso Furtado⁴.

O atraso foi conceituado como inerente às economias da região. Conforme explica Joseph Love (1998, p.23), o termo “atraso econômico” foi utilizado até 1945 e substituído por “subdesenvolvido” no pós-guerra. Alguns acadêmicos do período (Alexander Gerschenkron e Paul Baran) usavam ainda o termo antigo, enquanto Hla Myint usava “atrasado” para descrever o povo dessas áreas e “subdesenvolvido” para os recursos naturais. Termos foram trocados pelos eufemismos “tradicional”, “menos desenvolvido” e “em desenvolvimento” - o último deixando a ideia de que trata-se de um problema passível de solução.

A solução, porém, não veio nas três décadas em que o centro do capitalismo experimentou sua era de ouro, tampouco com a intervenção estatal das ditaduras latinas. A liberdade política - e de expressão - recém-conquistada a partir dos anos 1980 abriu também espaço para uma narrativa que apresentava alternativas a esse atraso sistêmico.

O objetivo deste trabalho é, portanto, com base na revisão bibliográfica sobre o tema, propor uma discussão inicial sobre a incoerência dos veículos de comunicação brasileiros que, em momentos diferentes da história, se dispõem a defender políticas neoliberais, mas seguem dependente de verbas estatais. Numa espécie de neoliberalismo apenas da porta para fora, isso foi visto fortemente na ascensão do neoliberalismo brasileiro a partir da redemocratização e volta a acontecer nos dias atuais. Uma ideia preliminar exposta é a de que a mídia se alinha ao poder dominante, seja ele qual for, justamente por ter nas verbas de publicidade oficial parte importante de suas receitas. Diante da crise estrutural da mídia - que começa nos anos 2000, mas se acentua nos últimos anos - o quadro se agrava.

Este trabalho pretende, então, fazer uma reconstrução histórica de como se deu o processo de afirmação do neoliberalismo.

4. Eles foram os primeiros pensadores a criar teorias econômicas que consideraram as características únicas da região e suas consequências para o seu subdesenvolvimento. Furtado foi o primeiro a afirmar especificamente que desenvolvimento e subdesenvolvimento fazem parte do mesmo processo de expansão da economia capitalista internacional (LOVE, 1998, p.359). A escola Cepalina, de Furtado e Prebisch, contemplava uma ideia de desenvolvimento que incluía o bem-estar social.

lismo como ideologia hegemônica no Brasil. Serão abordadas, ainda, as características do subdesenvolvimento da América Latina como catalisadoras da implantação do neoliberalismo, em especial a propensão da região em absorver discursos tidos como modernizantes pela repulsa às suas características próprias, tidas pelo centro como atrasadas. Além disso, serão consideradas as particularidades da história e do desenvolvimento da imprensa brasileira que se converteram em fatores determinantes para seu papel na propagação e consolidação das ideologias de interesse das elites econômicas e políticas, sempre com base no conceito da imprensa como sujeito de poder econômico. Pretendemos, ainda, com base em fatos recentes, apontar que a atual guinada neoliberal é acompanhada de aumentos substanciais das verbas de publicidade oficial do governo federal.

Ideologia modernizante contra o medo do atraso

Como grupos dirigentes, as elites dos países periféricos tendem a replicar comportamentos do centro, num movimento de importação de um conjunto de ideias, políticas e culturas, fenômeno constante nos países periféricos que sofreram processos de colonização. Seguindo a linha de Marx e Engels, o pensamento econômico dominante é a manifestação da classe dominante. Em um contexto de ascensão do rentismo, a elite financeira ganha espaço e precisa se legitimar. Para isso, busca definir a agenda nacional e convencer a sociedade de que seus interesses têm como objetivo o bem comum (PULITI, 2009, p.40). “A estratégia neoliberal geralmente é acompanhada por um discurso que evoca a modernidade e absoluta necessidade de reformas estruturais profundas, cujos impactos se fazem sentir na sociedade como um todo”, complementa Kuehn (1999, p.5).

Esse tipo de movimento pontua a história das economias periféricas. Love lembra que no período das guerras napoleônicas, o Brasil recorreu à Europa em busca de liderança intelectual e cultural, especialmente à França.

Reformas foram iniciadas por elites ocidentalizantes, que queriam a modernização sem a mobilização social. Para esses grupos, especialmente no século XIX, o liberalismo foi rapidamente adotado devido à sua ênfase na racionalização, na secularização e no progresso material. O liberalismo econômico, associado no Brasil ao fim dos monopólios coloniais, era visto como parte de um movimento civilizatório e ocidentalizante [...] O choque entre as ideias liberais e a realidade do trabalho coercitivo produziram esforços ridiculamente hipócritas de reconciliar os fatos sociais com a teoria jurídica (LOVE, 1999, p.35).

Mais tarde, nos anos 1930, a propagação de ideologias importadas se dava também nos ambientes acadêmicos e começava a se construir na imprensa. “Um traço da sociedade brasileira era a falta de uma *intelligentsia*, no sentido clássico do termo, uma comunidade intelectual subempregada e radicalmente contra a estrutura de poder vigente” (LOVE, 1999, p.351). Exemplo deste movimento é citado por Love, que con-

ta que entre 1936-37 François Perroux ajudou a desenvolver o programa de Ciências Sociais da então nova Universidade de São Paulo. Ele integrava a missão francesa àquela universidade, patrocinada pela Fundação Rockefeller. O acadêmico também escreveu para publicações jurídicas e para *O Estado de S.Paulo*, o jornal de maior circulação do país à época. “Seu ‘corporativismo social’ via as corporações como independentes do Estado. No sistema de Perroux, os sindicatos representativos enfrentariam o capital praticamente em igualdade de condições, em uma situação de monopólio bilateral. Isso permitiria uma ‘socialização do produto’, afirmava ele aos brasileiros” (LOVE, 1999, p.343). Mais de 50 anos depois, uma ideia semelhante seria disseminada nos discursos governamentais - e reproduzida acriticamente pela imprensa -, a de “fazer o bolo crescer para depois dividir”. Não houve tempo para a divisão antes que o bolo deixasse de crescer, o que reforçou a narrativa neoliberal.

Nas ocasiões citadas por Love, o autor defende que, sem uma revolução burguesa, essa modernização e ocidentalização tendiam à superficialidade. No contexto de aceleração da globalização no pós-queda do muro de Berlin e colapso da URSS, porém, essa colonização ideológica se mostrou menos superficial e, por isso, mais atraente e eficiente.

Falando especialmente do apoio popular a conflitos armados, Chomsky (2013, p.31) afirma que é “necessário instigar a população para que apoie aventuras externas”. A afirmação, porém, pode ser extrapolada para contextos em que a ideologia hegemônica não mais atende aos interesses das elites. Nos regimes democráticos – que é o considerado neste artigo – a elite política demanda o apoio popular para colocar em curso seus projetos. Por isso, cabe aos interessados neste apoio instigar a população e a via do medo é eficiente. No caso do neoliberalismo, o medo do atraso nos países subdesenvolvidos é suficiente para angariar o apoio popular essencial para a implantação de uma nova ideologia.

O neoliberalismo é a ideologia do capitalismo financeiro. Trata-se de um conjunto de práticas de política econômica, segundo as quais a melhor forma de se atingir o bem-estar humano é a liberalização das capacidades individuais – ideia herdada da teoria liberal ou clássica, de mercado

autorregulável (“laissez-faire”) (POLANYI, 1980:142) – , dentro de um marco institucional caracterizado por direitos muito bem assegurados de propriedade privada e livre mercado. O papel do Estado seria o de assegurar o arcabouço institucional para que tais práticas funcionassem adequadamente (HARVEY, 2007:2) [...] A receita neoliberal diz que os cortes de gastos públicos, as privatizações, a “flexibilidade” das leis trabalhistas e a abertura da economia ao livre trânsito de bens, serviços e finanças levam, inexoravelmente, à eficiência e à competitividade, pilares do que se convencionou chamar de economias modernas (PULITI, 2009, p.42-44).

Souza (2015) cita Celso Furtado para lembrar que as elites brasileiras eram fruto de uma cultura com raízes europeias, mas no século XX o país se distanciou da economia mundial e o atraso industrial ajudou neste processo. A influência norte-americana cresce, favorecendo a divisão entre povo e elite. “A ascensão da cultura de classe média marca o fim do isolamento cultural do povo, mas também assinala o começo da descaracterização de sua força criativa” (FURTADO, 1999, p.66). No contexto avaliado aqui, a globalização se refere a “acelerar a interdependência, ação à distância e compressão do espaço e do tempo” (MATOS, 2013, p.43). Para a autora, a expansão corrente do capital, bens e tecnologia através de relações desiguais é a continuação das relações imperialistas do passado.

Chile, o laboratório latino

“Os anos 1978-80 foram um *turning-point* na história econômica mundial”, define Puliti (2009, p. 45). Foi nesse período que o neoliberalismo se consolidou como ideologia dominante para a solução da crise inflacionária nos países centrais. O marco político da prática neoliberal, como já mencionado, foi Thatcher, na Grã-Bretanha, e Reagan, nos Estados Unidos. Mas antes, coube ao Chile, sob a ditadura de Augusto Pinochet, ser o laboratório das práticas que depois seriam adotadas por Thatcher.

Pinochet tomou o poder em setembro de 1973 contra o governo eleito de Salvador Allende. O golpe foi promovido pelas elites empresariais do país, que se sentiram ameaçadas pela política socialista de Allende e teve apoio das grandes corporações dos Estados Unidos, da CIA (serviço secreto norte-americano) e do então secretário de Estado Henry Kissinger (HARVEY, 2007, p.8). A questão que se impunha à ditadura chilena era como fazer voltar a crescer uma economia estagnada. Foi quando um grupo de economistas ligados às teorias neoliberais de Milton Friedman, então professor da Universidade de Chicago, nos Estados Unidos, foi chamado. O governo dos EUA financiava bolsas para economistas chilenos na Universidade de Chicago desde os anos 1950, como parte de um programa da Guerra Fria para conter ideias socialistas na América Latina. Nos anos 1970, empresas chilenas se aproximaram desses economistas, financiando suas pesquisas. Batizados de “Chicago Boys”, Pinochet os trouxe para seu governo, primeiramente para conseguir empréstimos junto ao Fundo Monetário Internacional (FMI), o que exigia a reestruturação da economia chilena de acordo com os princípios neoliberais do Fundo. Para tal reestruturação foram tomadas medidas como a privatização do sistema de Previdência e de ativos do estado, abertura para o exterior da exploração de recursos naturais do país e a repatriação de lucros das empresas estrangeiras, entre outras ações de redução da regulação financeira e presença do estado na economia. Dessa perspectiva, como explicam Carlotto e Garcia, “mais do que uma resposta à crise econômica dos anos 1970, o neoliberalismo, com

sua ênfase na gestão, parece assumir o caráter de um projeto político de setores específicos que operaram para transformá-lo em um quase consenso social” (2015, p.19).

O Brasil teve experiências neoliberais já a partir dos anos 1960, especialmente na educação, com uma importante circulação de saberes resultado de acordos de cooperação com os Estados Unidos, que recebiam técnicos brasileiros com o objetivo de trazer de volta ao país novas políticas de administração de universidades, uma espécie de “terreno de experimentação da visão neoliberal de desenvolvimento econômico” (CARLOTTO E GARCIA, 2015, p.4). Esse intercâmbio foi fundamental, mais tarde, para a chegada do conhecimento acadêmico econômico que embasou a implantação das políticas neoliberais dos anos 1990.

A ascensão do neoliberalismo e da visão gerencial que lhe corresponde, ainda que mediada por instituições sociais, seria antes consequência de processos econômicos do capitalismo “avançado” do que resultado da ação política de grupos sociais envolvidos com a produção e a reprodução de ordens sociais específicas. Não por acaso, nessa mesma chave, os países “desenvolvidos” da Europa e da América do Norte funcionariam como exportadores unilaterais de políticas e modelos institucionais os quais seriam incorporados, de modo quase automático, pelos países “em desenvolvimento” da Ásia, da África e da América Latina na sua contínua caminhada rumo a estágios “mais avançados” de desenvolvimento econômico, político, social e institucional (CARLOTTO E GARCIA, 2015, p.3).

Apesar disso, o neoliberalismo chega como ideário hegemônico com a abertura democrática. As primeiras eleições diretas para a Presidência após a ditadura ocorreram em 1989, mesmo ano em que veio a público o resultado de uma reunião entre funcionários do governo norte-americano, do Banco Mundial, do FMI e do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), convocada pelo *Institute for International Economics* e denominada *Latin American Adjustment: How much has happened?*. Depois de ouvir os relatos de economistas latino-americanos sobre a experiência de seus países, muitos dos quais sob moratória após a forte elevação dos juros de suas dívidas, os representantes dos EUA e dos organismos

multilaterais compilaram princípios neoliberais no que se tornou o “Consenso de Washington”, um receituário de abertura econômica à concorrência externa privada e de diminuição do tamanho do Estado, aos moldes do que já havia sido colocado em prática no Chile pelos “Chicago boys”. O objetivo: enxugar gastos públicos e gerar superávits primários para serem usados no pagamento de juros e serviço das dívidas públicas externas.

Embora o neoliberalismo tenha começado a ser absorvido logo pelo primeiro presidente eleito na redemocratização, Fernando Collor de Mello - especialmente com medidas que estimulavam as importações - foi com os dois mandatos do presidente Fernando Henrique Cardoso que seu receituário foi aplicado de forma mais efetiva.

O discurso de modernidade neoliberal foi cabalmente absorvido por substancial parcela das elites políticas, empresariais e intelectuais da América Latina. No Brasil, com 82% de seus professores formados nos Estados Unidos, foi a PUC-Rio (Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro) que se transformou em um dos centros intelectuais do neoliberalismo globalizado, dentro de um movimento preparatório para a inserção do País no “Consenso de Washington”, efetivado com o Plano Real, de 1994 [...] A equipe que criou o Real, em sua maioria professores vindos da PUC-RJ, alegava que, misturando-se bem tudo aquilo, depois de certo tempo o País estaria preparado para pegar o bonde da história (PULITI, 2009, p.51-54).

O combate à hiperinflação foi o principal gancho narrativo das elites para a implantação das medidas de ajustes dos preceitos neoliberais. Problema considerado por Furtado como intrínseco à economia brasileira, a inflação alcançou patamares alarmantes no início da década de 1990. Como explica Love (1999, p. 373), Furtado defendia que a inflação no Brasil não era um problema basicamente monetário, mas de disparidade entre o crescimento da renda e a capacidade de importar, um desequilíbrio estrutural nos pagamentos internacionais. Mas num contexto de descrédito de qualquer pensamento que remetesse ao desenvolvimento como projeto de estado, optou-se pelo script neoliberal também como forma de controle inflacionário.

Inserir o Brasil no mundo globalizado era um projeto de Estado que o PSDB queria levar adiante nos anos 1990. Para que essa inserção pudesse acontecer, o Brasil teria de buscar um ambiente interno de estabilidade, sem inflação. A oscilação descontrolada de preços era um risco à elaboração dos cálculos de projeção que definem o movimento dos mercados de capitais. Sob a retórica da modernização, da eficiência e da formalização, a ideia de inserção internacional peessedebista seguiu de perto as prescrições do “Consenso de Washington”. O Plano Real de 1994 do ministro Fernando Henrique Cardoso finalmente conseguiu abrir as portas para o Brasil entrar no mundo globalizado. (PULITI, 2009, p.52).

Mídia liberalizante

Ao longo de sua consolidação nas sociedades modernas, a mídia se apresenta como sujeito de poder econômico⁵. Se a globalização e o neoliberalismo concentram empresas e dão ao capital poderes políticos, a imprensa, como dependente dessas grandes corporações, torna-se subserviente a esse poder econômico. “O poder econômico tem de comum com o poder político essa faculdade de impor a uma coletividade a visão globalizadora, sem a qual não seria possível falar de racionalidade macrossocial” (FURTADO, 2008, p.38).

Vanderlei Carvalho (2004) mobiliza Antônio Gramsci para sua análise da imprensa no neoliberalismo. Segundo esse referencial teórico, a imprensa nas sociedades capitalistas é um aparelho privado de hegemonia que pertence ao plano da sociedade civil e funciona como um braço do Estado, atuando na formação do consenso em torno do projeto político que representa os interesses das classes dominante e dirigente. Assim, os órgãos de opinião da sociedade civil atuam na realização do conjunto de atividades teóricas e práticas através das quais uma classe ou aliança de classes assegura o seu poder, conformando um conjunto de relações de produção e assegurando o consenso dos governados (CARVALHO, 2004, p. 3).

A imprensa promove o consenso em torno do projeto político que representa os interesses das classes dirigentes e dominantes. Nas sociedades capitalistas contemporâneas, o projeto político dessas classes está, via de regra, personificado no grupo que detém o poder, no aparelho de Estado. No caso de o grupo no poder não representar os interesses da classe dominante, a imprensa, como empresa de comunicação e ligada aos detentores dos meios de produção, tende a impor a reprodução das relações sociais capitalistas. Na conjuntura analisada, a política neoliberal representava o modo como o capitalismo buscava assegurar sua hegemonia, no Brasil, como em outras partes do mundo e o grupo no poder era a expressão desse movimento político-ideológico (CARVALHO, 2004, p.143).

No processo de abertura democrática, a mídia nacional assumiu características que refletiam as transformações mais amplas que o Brasil apresentava nos campos da economia, po-

5. Aqui é considerado “poder econômico” sob o conceito de Celso Furtado em *Criatividade e dependência na civilização industrial*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

lítica, cultura e sociedade. Com a crise do regime militar, a grande imprensa retomou seu fôlego. A censura abrandou a partir do governo Geisel, mas não para uma liberdade disseminada a todos os veículos. Já nos anos 1980, bancas de jornais que insistiam em vender publicações alternativas sofreram atentados, o que inviabilizava a sobrevivência destes periódicos. Mesmo jornais de sucesso, como o Pasquim, que chegou a ter tiragem de 200 mil, não aguentaram a pressão, o que abriu o caminho para a expansão da grande imprensa (FIORUCCI, 2014, p. 497).

Portanto, se de um lado havia a reconquista da liberdade de imprensa, a questão da sobrevivência financeira de veículos alternativos emergia e reforçava a questão do poder econômico dos grupos de comunicação, especialmente em uma imprensa marcada pelo domínio de um número reduzido de grupos empresariais familiares. Hoje, cinco famílias controlam metade dos 50 veículos com maior audiência no Brasil⁶, mesmo cenário daquele visto na redemocratização e essencialmente semelhante desde que a imprensa se consolidou como um negócio no país, lá no início da República. “As condições verificadas em fins do século XIX (passagem da imprensa artesanal para a imprensa industrial, a constituição da chamada grande imprensa) estão presentes na realidade desse segmento até o século XXI” (FÉLIX, 2010, p.353). Como reforça o autor, o surgimento da “grande imprensa” como a conhecemos hoje coincide com os primeiros anos da República, num contexto de embate político e debilidade financeira do setor privado para fortalecer veículos de comunicação.

Em menos de um ano de República o regime estava consolidado e imprensa monarquista agonizava [...] O jornal será, daí em frente, empresa capitalista, de maior ou menor porte [...] Ela surge a reboque do novo poder e destinada a lhe dar apoio. Essa era a forma de sobrevivência empresarial em meio a desafios de adaptar-se ao desenvolvimento tecnológico. Ela é forjada para auxiliar o primeiro governo republicano e conduzir uma certa política econômica que ganhará tons mais fortes de liberalismo já nas primeiras sucessões presidenciais (FÉLIX, 2010, p. 354).

A partir da consolidação do plano Real e a eleição de Fer-

6. O Monitoramento da Propriedade da Mídia (Media Ownership Monitor ou MOM), publicado em outubro de 2017, listou os 50 veículos de mídia com maior audiência no Brasil e constatou que 26 deles são controlados por apenas cinco famílias.

Trata-se da 11ª edição do estudo, financiada pelo governo da Alemanha e realizada em conjunto pela ONG brasileira Intervozes e a Repórteres Sem Fronteiras (RSF). Disponível em <https://brazil.mom-rsf.org/br>.

nando Henrique Cardoso para a Presidência, entre os anos de 1994 e 1995, o que se via era uma imprensa não somente alinhada ideologicamente com os interesses da elite política mas, também como elite econômica e dependente das verbas publicitárias de grandes corporações, interessada nos impactos do receituário neoliberal em seus negócios. Como uma empresa na economia capitalista, a imprensa defende os interesses da classe a qual pertence. Como explica Pontes, (2018, p.370):

Os produtos jornalísticos detêm valor-de-troca, são mercantilizados e propiciam lucros aos donos dos meios de produção e circulação. Ao mesmo tempo, por ser uma forma de conhecimento e pressupor uma relação subjetiva com o mundo, o jornalismo pode veicular ideologias, ou seja, ideias que são incorporadas e justificam determinadas práticas do sujeito e da sociedade. São ideias que podem se vincular, de maneira contraditória e não mecânica, a diferentes posições ético-políticas.

Ao mesmo tempo, a imprensa mantém vínculos de lealdade com seus mantenedores (leitores), cuja vinculação de classe não é, necessariamente, a mesma da empresa. Mas, considerando que os barões da imprensa são, sobretudo, patrões, é conveniente entrar no jogo da pressão pelo lucro, que era sistematicamente corroído pela hiperinflação e dificuldades de obtenção de crédito ou parceiros externos.

A empresa de comunicação opera com uma mercadoria de características especiais: a notícia. Como destacados órgãos da sociedade civil, em sentido gramsciano, a imprensa promove o consenso em torno do projeto político que representa os interesses das classes dirigentes e dominantes. Nas sociedades capitalistas contemporâneas, o projeto político dessas classes está, via de regra, personificado no grupo que detém o poder, no aparelho de Estado. No caso de o grupo no poder não representar os interesses da classe dominante, a imprensa, como empresa de comunicação e ligada aos detentores dos meios de produção, tende a impor a reprodução das relações sociais capitalistas. Na conjuntura analisada, a política neoliberal representava o modo como o capitalismo buscava assegurar sua hegemonia, no Brasil, como em outras partes do mundo e o grupo no poder era a expressão desse movimento político-ideológico (CARVALHO, 2004, p. 143).

O desmerecimento das funções e do papel do Estado foi discurso constante na imprensa da época. Ao evidenciar a má gestão pública e das empresas estatais, convencia seus leitores da necessidade de medidas que trouxessem modernidade à coisa pública. Fernando Collor foi eleito com a alcunha de “caçador de marajás”, o que significava que o Estado diminuiria o funcionalismo público, numa clara atitude neoliberal. Além disso, iniciou-se um forte ataque às ideologias de esquerda, classificando-as como datadas e ultrapassadas, algo que não combinaria com o novo mundo que se abria (FIO-RUCCI, 2014, p.479).

Mas se havia um mal que empresas e assalariados viviam em comum no início da década de 1990 eram as consequências da hiperinflação, vencida apenas em 1994 pela equipe de economistas herdeiros dos “Chicago Boys”, comandada pelo então ministro da Fazenda, eleito presidente no mesmo ano, Fernando Henrique Cardoso. Como explica Puliti, uma vez controlados os preços, o noticiário passou a enfatizar aspectos mais ideológicos do neoliberalismo, como mudanças nas políticas monetária e fiscal, corpo de supostas estratégias de desenvolvimento e fundamentais à entrada de investimento estrangeiro. “Naquele momento, o apoio da imprensa seria fundamental para legitimar questões ideológicas, como a redução do papel do Estado na economia, com privatizações, abertura comercial, financeira, juros altos e câmbio flutuante” (PULITI, 2009, p.93).

Como verificado desde a constituição da imprensa brasileira em empresas capitalistas, os governos sempre estiveram interessados em sustentar a dependência dos veículos de informação e, ao contrário de outros setores da economia, que se beneficiavam de capital estrangeiro, entraves legais impediam que os grupos de comunicações acessassem esses mesmos recursos. A mídia sempre dependera de políticas desenvolvimentistas e socorro do governo para patrocinar suas necessidades (FÉLIX, 2010, p.355). As verbas publicitárias - sejam as provenientes de empresas privadas, estatais ou diretamente do governo - formam a principal fonte de receita dos grupos de comunicação, mas no Brasil elas são tradicionalmente bem inferiores ao que se vê no exterior. Enquanto nos EUA a publicidade respondia por 3,5% do PIB de 1994 a 2004, aqui ela

tinha uma fatia de apenas 1,5%, situação agravada pelo fato de ser o poder público o maior anunciante. Assim, mesmo em condições normais, a receita proveniente de campanhas institucionais do governo federal e de estatais são cruciais para a manutenção das finanças das empresas de comunicação. Com a crise estrutural que já se desenhava, a questão é de sobrevivência.

Neoliberalismo da porta para fora

A narrativa oficial em meados dos anos 1990 era a de uma nova era de avanço e modernidade, mas as relações entre governo e mídia permaneciam as mesmas. Como conta Félix (2010, p.359), durante o processo de escolha do ministro das Comunicações no primeiro mandato de Fernando Henrique Cardoso, em 1995, com a perspectiva de privatização do setor, as empresas de jornalismo articularam para que o ocupante da cadeira no primeiro escalão fosse alguém ligado a eles. O boato que circulava à época, como contou o próprio ex-presidente, era de que assumiria alguém ligado à TV Globo, o que não se concretizou, já que Cardoso entregou a pasta a Sérgio Motta, deixando claro que “eu a controlava, não partidos ou interesses comerciais” (CARDOSO, 2006, p.260). No Congresso Nacional, paralelamente à privatização das telecomunicações, tramitava o projeto de emenda constitucional que pretendia mudar a Constituição em seu artigo 222, aquele que impedia a participação de capital estrangeiro nas empresas de mídia, alteração legal de interesse das empresas de comunicação. Apresentado em 1997, a tramitação ficou empacada por todo o governo de Fernando Henrique, período em que a taxa básica de juros chegou a passar dos 40% ao ano.

A lei impedia a entrada de capital estrangeiro nas empresas de comunicação, mas a chegada da internet e da telefonia celular ao consumidor final forçava as empresas de comunicação a encontrarem formas de financiamento para não perderem o bonde da história. Além de empréstimos bancários a juros altíssimos, o item ‘câmbio flutuante’ da bula neoliberal cobrava seu preço da mídia impressa. Dois terços do papel que ela consumia vinha do exterior e a desvalorização do Real em 1999 agravou os problemas de caixa dessas empresas, afogadas em financiamentos bancários para se capitalizarem. De 1990 a 1998, a importação de papel-imprensa subiu 174%.

Se, por um lado, o país vivia o auge da liberdade de imprensa e proliferação de produtos, sofria as restrições econômicas e tecnológicas, pois tudo parecia caminhar para o advento e hegemonia das mídias digitais. Na visão das empresas, porém, os prejuízos da mídia impressa seriam debitados dos lucros dos negócios com a nova mídia e do chamado ‘novo dinheiro’ dos investidores (FÉLIX, 2010, p.360).

Para entrarem nos novos negócios de comunicação, especialmente os digitais, as empresas, já endividadas, recorreram a mais endividamento, e em dólar. Mas em 2001 a bolha da internet colocou em xeque a maioria desses projetos e, contrariando as expectativas, a falência da empreitada nas mídias digitais elevou enormemente o endividamento das empresas, tornando-as ainda mais dependentes das verbas oficiais: o setor público se mantinha como o maior anunciante individual, provendo, sozinho, 7% do montante total, fatia inatingível por qualquer empresa privada, nacional ou estrangeira (FÉLIX, 2010, p.363).

A mídia precisava de socorro e para isso pedia sua inclusão no escopo de atuação do Banco Nacional de Desenvolvimento (BNDES) e a alteração da regulamentação do setor. Relatório de 2003 dos grupos grupos de mídia entregue ao banco de fomento mostrava que 80% dos R\$ 10 bilhões de dívidas estava indexado ao dólar e 83,5% desta dívida era de curto prazo. Em dezembro de 2002, em seu último mês como presidente, Fernando Henrique Cardoso sancionou a entrada de até 30% de capital estrangeiro na composição acionária de TVs abertas, rádios e jornais. Para a TV a cabo o percentual subiu para 49%. A imprensa colhia alguns frutos do apoio ao projeto neoliberal, mas a gravidade da crise era tamanha que a mudança da lei não foi suficiente para atrair investidores sólidos capazes de reerguer grupos já próximos da falência. Quanto ao BNDES, o veto explícito para empréstimos para empresas de comunicação já havia caído em 1997, mas nunca houve uma regulamentação para que eles acontecessem efetivamente. Os barões da imprensa, alguns de veículos que vieram a falir ou foram vendidos no início do século XXI, trabalharam fortemente nos bastidores para a construção do que seria o Promídia (em referência ao Proer, pacote estatal que socorreu bancos em 1995), que nunca saiu do papel. Em 2003, com a desvalorização do dólar e a economia brasileira recuperando força, um dos principais empresários do setor, Octávio Frias de Oliveira, do jornal *Folha de S.Paulo*, se pronunciou publicamente contra o programa que, para ele, seria um instrumento de controle do estado sobre o conteúdo da imprensa. Frias trabalhava para a abertura do capital – que não se concretizou – do Grupo Folha e era importante pontu-

ar a independência entre seu veículo e o Estado para agradar ao mercado.

Para Aires e Santos (2017), as organizações de comunicação são organizações capitalistas em essência, inseridas num sistema marcado pela aproximação entre estado e mercado, pela exploração privada, pela concentração e pela articulação internacional. As autoras lembram que uma particularidade do sistema brasileiro de comunicação é a econômica, com empresas profundamente dependentes de fomento estatal, mas “os gastos oficiais com publicidade e os vínculos com a propaganda política, a publicidade estatal e as empresas de comunicação são extremamente complexos e quase impossíveis de serem mapeados na sua totalidade” (p.18-19).

Infelizmente, por ora, não existem dados consolidados disponíveis das verbas publicitárias oficiais anteriores a 2000. Mas é possível, de forma preliminar, ligar um recente aumento importante dos gastos com publicidade do governo ao atual momento em que o discurso neoliberal se acentua.

Os pagamentos com publicidade do primeiro trimestre de 2019 - primeiros três meses do governo do presidente Jair Bolsonaro - cresceram 63% em relação ao mesmo período de 2018 e chegaram a R\$ 75,5 milhões⁷. Esse valores se referem às despesas contratadas nos anos anteriores, na gestão do ex-presidente Michel Temer (MDB), que retomou o discurso neoliberal e tinha como projetos fundamentais a aprovação das reformas trabalhista e da Previdência. O valor, porém, inclui apenas os gastos liberados pela Secretaria de Comunicação do governo federal, por isso excluem pagamentos de ministérios e estatais.

A análise dos dados de 2017 e 2018 e do primeiro trimestre de 2019 mostra, inclusive, uma quebra no padrão de distribuição das verbas publicitárias repassadas pela Secretaria de Comunicação do governo para a televisão, meio que recebe a maior fatia, cerca de 60% do total investido ao longo das duas últimas décadas. Em 2017 e 2018 a Globo liderava no recebimento do bolo publicitário, enquanto Record e SBT se revezavam em segundo lugar. Em 2017, por exemplo, a Globo faturou R\$ 6,9 milhões no primeiro trimestre em verbas estatais. Em segundo lugar ficou o SBT, com R\$ 1,34 milhão, seguido pela Record com R\$ 1,21 milhão. Em 2018,

7. O jornalista Fernando Rodrigues monitora, via Lei de Acesso à Informação (LAI), os gastos do governo federal com publicidade desde 2000. As informações estão disponíveis em www.poder360.com.br

o padrão se manteve. A Globo faturou R\$ 5,93 milhões nos três primeiros meses do ano. Em segundo lugar ficou a Record, com R\$ 1,308 milhão e em terceiro ficou o SBT, com R\$ 1,1 milhão. Em 2019, porém, a Record lidera a lista, com R\$ 10,3 milhões, seguida pelo SBT, com R\$ 7,3 milhões, e a Globo na terceira posição, com R\$ 7,07 milhões. Para superar a Globo, Record e SBT tiveram crescimentos exponenciais de seus faturamentos publicitários junto à Secom. Em relação a 2018, o aumento do faturamento publicitário da Record foi de 659%. A Rede Record é ligada à Igreja Universal do Reino de Deus, comandada pelo bispo Edir Macedo, que declarou apoio à candidatura de Bolsonaro à Presidência em setembro de 2018. Nos primeiros três meses de mandato o presidente concedeu duas entrevistas exclusivas à rede. O SBT também experimentou um crescimento expressivo no período: 511%. Silvio Santos, dono da rede, também se mostrou simpático à eleição de Bolsonaro, que concedeu entrevistas às maiores audiências da casa (Programa Silvio Santos e Programa do Ratinho). Enquanto isso, o faturamento dos veículos das Organizações Globo cresceu 19%, saindo de R\$ 5,9 milhões para R\$ 7,07 milhões.

Se considerados os valores gerais - que incluem os gastos das estatais, responsáveis pelos maiores montantes - há um novo problema para consolidação dos dados. O Instituto de Acompanhamento da Publicidade (IAP), entidade paraestatal fundada em 1999 para compilar os dados, foi fechado em 2017. Por isso, só existem dados consolidados e confiáveis de 2000 a 2016. De acordo com esses números, 2016 - ano do impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff e posse de Temer - foi o terceiro ano consecutivo de redução na verba, quando o governo federal gastou R\$ 1,5 bilhão em propaganda. O corte em relação a 2015 foi de 27%. O resultado deveu-se, principalmente, às empresas estatais, em crise financeira e de credibilidade depois dos vários escândalos de corrupção que as atingiram.

Pontes (2018, p377) recorre à análise de Sergio Gadini para afirmar que em momentos de crise a imprensa, em vez de mediar a vida pública, passa a exercer propaganda de interesses privados, assumindo papéis que caberiam tradicionalmente aos partidos políticos. Motivadas por uma conjuntura

de crise, a imprensa rompe com os princípios do jornalismo convencionados socialmente e faz intervenções que são parte de uma estratégia político. São nesses momentos de necessidades financeiras que os conglomerados de comunicação colocam em risco a legitimidade do jornalismo. Controlado por uma elite empresarial, o aparato midiático é mobilizado para intervir nos rumos da política, na conservação da estrutura desigual que funda nosso país e, no específico, da manutenção dos privilégios recebidos do Estado”.

Considerações finais

O processo de redemocratização do Brasil na década de 1980, que coincidiu com a ascensão à hegemonia de uma nova ideologia no mundo, alterou profundamente os diversos agentes da sociedade, que tiveram que criar formas e estratégias de se recolocar sob novas regras. A mídia, como agente fundamental das sociedades democráticas, encarou questões éticas, financeiras e teóricas particulares à sua atividade. Mas os problemas que muitos sistemas de mídia enfrentaram na transição para a democracia são quase sempre os melhores exemplos dos problemas enfrentados por todo o processo de democratização (MATOS, 2013, p.31).

A democratização do Brasil, porém, não pode ser dissociada do legado autoritário que caracteriza a formação da sociedade brasileira e das origens da constituição da mídia do país como empresa capitalista e tradicionalmente alinhada ao poder governamental estabelecido. Por isso, embora novas, as relações de poder entre a mídia e a política democrática persistem. “Os estudos de caso desafiaram o pensamento comum e mostraram que, principalmente nas democracias emergentes, o mercado também pode proporcionar a liberdade de consumo e permitir a formação de novas relações de poder” (MATOS, 2013, p.31). O poder do capital financeiro, dentro da lógica da globalização, também acentuou a característica da mídia brasileira de se concentrar em poucos e grandes conglomerados, capitaneados pelas mesmas famílias que detém esse poder desde o início da República.

Além disso, a aderência do discurso de modernização em sociedades marcadas pela colonização tende a ser mais forte, especialmente se considerados fatores confluentes daquele período, como a derrocada da ideologia alternativa ao capitalismo, crise econômica e recente liberdade política, que teve entre seus frutos a liberdade de imprensa.

As teorias do imperialismo cultural dos anos 1970 e 1980 argumentaram que a mídia nos países em desenvolvimento importava não só notícias estrangeiras e formatos culturais, mas também valores de consumo. Essas teorias eram críticas dos argumentos da modernização, que afirmava que a mídia anglo-americana era capaz de promover a

‘modernização’ dos países em desenvolvimento. Ademais, o paradigma dominante sobre o desenvolvimento das sociedades emergentes era, na melhor das hipóteses, condescendente no seu discurso de que o desenvolvimento dos países do Terceiro Mundo era dependente da mudança do caráter individual da pessoa, com a intenção de copiar os países europeus [...] Com isso, as relações de poder na lógica neoliberal acionam mecanismos para sua legitimação e, por meio deles, gerenciam formas de ser e de estar no mundo contemporâneo [...] As revistas são circuitos por onde o poder e as relações de poder do neoliberalismo circulam e a perspectiva do mercado se constitui como viável, necessária e imprescindível (MATOS, 2013, p.50-82).

Diante de uma nova lógica de relações, que elevou o poder do capital financeiro em detrimento do poder dos estados, a mídia se recoloca no tabuleiro de forças. A crise econômica brasileira dos anos 1980 e meados dos 1990 e as profundas transformações tecnológicas que a internet e a telefonia celular trouxeram na mesma década foram determinantes para o alinhamento da mídia ao discurso liberalizante e sua propagação. A hegemonia do neoliberalismo, portanto, encontrou nos conglomerados de mídia condições para legitimar-se como alternativa inevitável e única. A sustentação por meio da mídia do caráter ordenador e desenvolvimentista da perspectiva neoliberal é naturalizada e garante a manutenção da ordem social regulada pelos princípios do livre mercado (SEREZER, 2007, p.93).

Perpetuando uma relação conflituosa e muitas vezes hipócrita entre discurso e ação, a mídia usou de seu poder para propagar uma narrativa alinhada aos seus interesses de empresa capitalista diante da nova ordem mundial sem, no entanto, deixar de articular por medidas que a salvasse num momento de turbulência econômica. A mídia, no entanto, tem função social que deveria dissociá-la de interesses estritamente financeiros e distingui-la dos demais setores econômicos. Ao render-se aos interesses financeiros, a função social de informação e reflexão isenta é abalada. Num contexto de alta concentração de mercado, deixa de existir espaço viável para a contranarrativa, num sistema que se retroalimenta de acordo com seus próprios interesses, colocando em xeque a qualidade do fazer jornalístico e abalando, em última instância, seu papel social.

Referências bibliográficas

1. AIRES, Janaine; SANTOS, Suzy. *Sempre foi pela família: mídia e políticas no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2017.
2. BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. *Economia política, comunicação e cultura: sobre a contribuição de Celso Furtado*. in MELO, J.M. e FERNANDES, G.M (orgs). *Pensamento Comunicacional Brasileiro: o legado das ciências humanas*. São Paulo: Paulus, 2015.
3. BRANDÃO, Leonardo; SILVA, Michel Honório. *A emergência do neoliberalismo no Brasil: um estudo sobre a revista Veja no contexto das eleições presidenciais de 1989*. Estudos em Comunicação. Covilhã, n. 24, p. 27-42, mai. 2017.
4. CARDOSO, Fernando Henrique. *A arte da política: a história que vivi*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.
5. CARLOTTO, Maria Caraméz; GARCIA, Sylvia Gemignani. *O Brasil como “terreno de experimentação” da gestão universitária? A atuação do Conselho de Reitores das Universidades Brasileiras (1966-1985)*. Artigo apresentado no 39º Encontro Anual da ANPOCS. Caxambu, 2015
6. CARVALHO, Vanderlei Souza. *Imprensa e neoliberalismo no Brasil (1995-1998): o posicionamento da revista Veja no primeiro governo FHC*. Campinas, 2004. 175p. Dissertação (Mestrado em Ciência Política). Universidade Estadual de Campinas
7. CHOMSKY, Noam. *Mídia: propaganda política e manipulação*. São Paulo: Martins Fontes, 2013.
8. FÉLIX, Jorge. *O capital com “pressão” e o jornalista sem fonte*. in MARQUES, R.M. e
9. FERREIRA, M.J. *O Brasil sob a nova ordem: a economia brasileira contemporânea, uma análise dos governos Collor a Lula*. São Paulo: Ed. Saraiva, 2010.
10. FIORUCCI, Rodolfo. *Imprensa, política, crítica: divergências em torno do neoliberalismo nos anos 1990 e 2000*. História e Perspectivas, Uberlândia, n. 50, p.473-508, jan./jun. 2014.
11. FURTADO, Celso. *Criatividade e dependência na civilização industrial*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.
12. FURTADO, Celso. *Desenvolvimento e cultura*. in MELO, J.M. e FERNANDES, G.M (orgs). *Pensamento Comunicacional Brasileiro: o legado das ciências humanas*. São Paulo: Paulus, 2015.
13. GERZSON, Vera Regina Serezer. *A mídia como dispositivo de governamentalidade neoliberal - os discursos sobre educação das revistas Veja, Época e IstoÉ*. Porto Alegre, 2007. 164p. Tese (Doutorado em Educação). Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
14. KUEHN, Frank M. C. *Estudo sobre o neoliberalismo no contexto global da mídia e dos sistemas de informação*. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1999. Disponível em: <http://unesp.academia.edu/fmc>

15. LOVE, Joseph. *A construção do terceiro mundo: teorias do subdesenvolvimento na Romênia e no Brasil*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1998.
16. MATOS, Carolina. *Mídia e política na América Latina: globalização, democracia e identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.
17. PISMEL, Matheus; PONTES, Felipe. A crise de legitimidade dos jornalistas e a economia política: autonomia e heteronomia como chaves explicativas do jornalismo contemporâneo. *Comunicação e Sociedade*. São Bernardo do Campo, v. 40, n. 1, p. 367-392, jan./abr. 2018
18. PULITI, Paula. *A Financeirização do Noticiário Econômico no Brasil (1989-2002)*. São Paulo, 2009. 314p. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo.
19. SOUZA, Rose Mara Vidal. *Para entender a comunicação como sistema de poder*. in MELO, J.M. e FERNANDES, G.M (orgs). *Pensamento Comunicacional Brasileiro: o legado das ciências humanas*. São Paulo: Paulus, 2015.
20. TAVARES, José Nilo. *Estado e meios de comunicação no Brasil*. in MELO, J.M. e FERNANDES, G.M (orgs). *Pensamento Comunicacional Brasileiro: o legado das ciências humanas*. São Paulo: Paulus, 2015.
21. VICENTE, Maximiliano Martin. *História e Comunicação na nova ordem internacional*. São Paulo: Unesp, 2009.