

## CONSTRUINDO O CONSENSO: A ATUAÇÃO DE *O GLOBO* COMO VULGARIZADOR DAS IDEIAS NEOLIBERAIS (1989-2002)

João Braga Arêas<sup>1</sup>

### Resumo

Neste artigo, analisamos a cobertura de *O Globo* entre 1989 e 2002, destacando o apoio do jornal às privatizações e ao programa neoliberal. O periódico procurou justificar as desestatizações disseminando uma determinada visão de Estado e de mercado.

### Palavras-chave

*O GLOBO* – Imprensa - Privatizações NEOLIBERALISMO.

### Abstract

In this article, we analyze the coverage of the journal *O Globo* between 1989 and 2002, highlighting the support of the official to privatisation and the program. The journal has sought to justify the privatization spreading a certain vision of state and market.

### Key words

*O Globo* – Privatization – Press - Neoliberalism

No Brasil da virada dos anos 70 para os 80, um crescente número de associações empresariais se aglutinou entorno do antiestatismo, formulando projetos de cunho privatista. Entidades como a Federação Brasileira dos Bancos, a Federação das Indústrias de São Paulo e o Instituto Nacional de Altos Estudos (organizador do Fórum Nacional) passaram a defender políticas de desestatização. No restante do mundo, as idéias neoliberais ganhavam destaque, em especial a partir dos governos Thatcher, da Inglaterra, e Reagan, dos Estados Unidos.<sup>2</sup>

As Organizações *Globo* – maior conglomerado midiático do país – atuaram em sintonia com as referidas associações empresariais, empenhando-se em disseminar valores neoliberais, mostrando-os como interessantes para toda a “nação brasileira”. Em nossa pesquisa, analisamos especificamente o jornal *O Globo*, de 1989 – ano da eleição de Fernando Collor de Melo – a 2002 – vitória do petista Luís Inácio Lula da Silva, procurando compreender de que maneira a cobertura do periódico favorecia a construção de um consenso entorno do neoliberalismo, conferindo maior ênfase às matérias referentes às privatizações.

O jornal *O Globo* foi considerado como um “partido” de amplas frações das classes dominantes, em especial do grande capital, multinacional e associado. Partindo das formulações de Antônio Gramsci, entendemos que um “partido” é sempre expressão de um grupo social. Partidos políticos, sindicatos, clubes, jornais e revistas são

---

<sup>1</sup> Doutor em História (UFF). Professor do Colégio Pedro II e do Centro Universitário Geraldo Di Biasi (UGB).

<sup>2</sup> ANDERSON, Perry. “Balanço do neoliberalismo” IN SADER, Emir e GENTILI, Pablo. *Pós-neoliberalismo – as políticas sociais e o Estado democrático*. São Paulo: Paz e Terra, 1995, SILVA, Carla L. *Veja: indispensável partido neoliberal (1989 a 2002)*. Tese de Doutorado em História. Niterói: UFF, 2005, DREIFUSS, René Armand. *O jogo da direita*. Rio de Janeiro: Vozes, 1989.

“partidos” das classes ou frações de classe, contribuindo para que estes tenham um caráter mais homogêneo (tem função diretiva e organizativa) e permitindo que o grupo social difunda suas crenças, valores e perspectivas, de modo a torná-las hegemônicas (tem função pedagógica).<sup>3</sup>

*O Globo* atuou pedagogicamente, buscando popularizar o discurso neoliberal, apresentando-o como interessante para toda a “nação” (que, no âmbito discursivo, deixa de ser um espaço contraditório e conflitivo). O jornal procurou generalizar os interesses de algumas frações das classes dominantes, mas declarava-se “independente” e “imparcial”. Preconizava ser apenas um veículo informativo, que se limitava a noticiar os fatos de “maior relevância” aos seus leitores. Esse aspecto tornava o “partido” *O Globo* mais eficaz que outras associações empresariais: afinal, o periódico disseminava o projeto privatista enquanto supostamente fazia a cobertura do que acontecia no país e no mundo. O poder de convencimento do jornal é maior do que o de associações como Fiesp e Federação das Indústrias do Rio de Janeiro, cujos vínculos de classe são mais explícitos.

Em todo o período pesquisado, *O Globo* não se apresentou como “parte interessada” dos processos políticos que noticiava. Tratar-se-ia de um órgão que cobria o meio político e os conflitos sociais sem se confundir ou se envolver com os mesmos. Entretanto, o jornal ocultava que as Organizações Globo tinham interesses diretamente ligados às privatizações, especificamente do Sistema Telebrás. O fim do monopólio estatal das telecomunicações implicava em novas oportunidades para o conglomerado no setor. Nesse sentido, ao procurar forjar um consenso entorno do neoliberalismo, *O Globo* defendia os interesses empresariais das Organizações Globo, da qual fazia parte.

Nossa pesquisa se iniciou em 1989, ano em que ocorriam eleições presidenciais, as primeiras desde o início da ditadura militar. Nesse pleito, um candidato, Fernando Collor de Mello, do Partido da Reconstrução Nacional (PRN), declarava-se abertamente favorável ao *script* neoliberal e às privatizações. Seu principal oponente, que também chegou ao segundo turno, Luís Inácio Lula da Silva, do Partido dos Trabalhadores (PT), tinha orientação política diametralmente oposta, com uma plataforma de esquerda, com perspectivas socialistas (que constavam em seu programa). De acordo com Francisco de Oliveira, “o segundo turno eleitoral foi uma guerra de classes”, vide o apoio da Fiesp e da Febraban a Collor e o da Central Única dos Trabalhadores (CUT) a Lula.<sup>4</sup>

*O Globo* procurou favorecer Collor de diversas maneiras. Uma delas foi veicular uma imagem do candidato próxima daquela transmitida pela própria campanha feita pelo PRN: Collor seria um candidato jovem, dinâmico, corajoso, fora do corrupto jogo político-partidário. Nesse sentido, o jornal veiculava fotografias do candidato fazendo atividades esportivas, como *cooper*. Um exemplo foi a imagem de capa na qual Collor saltava uma cerca de pouco mais de um metro, acompanhada da frase: “*em São Luís, Collor pula cerca para chegar mais rápido na Praia de Calhau*”. Além da imagem jovial, o candidato do PRN aparecia propositivo nas manchetes, como em: ““PRN faz propostas de combate a inflação”, “*Em Itaguaí, Collor promete incentivar Pólo*”,

<sup>3</sup> GRAMSCI, Antônio. *Maquiavel, a política e o Estado Moderno*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989, GRAMSCI, Antônio. *Cartões do cárcere*. Os intelectuais. O princípio educativo. Jornalismo. VI.2. Caderno24 (1934). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

<sup>4</sup> OLIVEIRA, Francisco. *Collor: a falsificação da ira*. Rio de Janeiro: Imago, 1992.p.17.

“Collor promete prioridade à agricultura”, “Se eleito, Collor terá dois alvos: estatais e monopólios”.<sup>5</sup>

Com frequência, as páginas do jornal ressaltavam o sucesso da campanha de Collor pelo Brasil, a recepção “calorosa” e os apoios recebidos: “Collor aplaudido na terra de Lula”, “Militantes do PRN reacendem campanha pelas ruas do Rio”, “Coloridos’ fazem carreatas na Zona Sul”, “Militantes lotam o Santos Dumont”, “Em Nova Iguaçu, muito entusiasmo” e “Fernando Collor empolga o Sul da Bahia”.<sup>6</sup>

O sistemático ataque aos adversários de Collor foi outra maneira de favorecê-lo. Analisando as matérias referentes ao PT, percebe-se que o jornal se empenhou em uma campanha difamatória visando prejudicar Lula. Esta campanha era composta por diferentes tipos de reportagens, como aquelas que denunciavam casos de corrupção dos petistas: “TSE apura origem de fundos para eleger Lula”, “Governo acusado de financiar PT”, “Mais denúncias contra o PT” e “Secretário Geral do PT será processado”. Mais abundantes ainda eram as manchetes referentes à “agressividade” dos adeptos do PT, como em “Afif é hostilizado por petistas em Belém”, “Grevistas do PT invadem gabinete de Maílson [da Nóbrega]” e “Em São João de Meriti, um tiro, gritos e correria”. Nesta última reportagem, afirmava-se que um simpatizante do PRN dera um tiro “para **conter** petistas e brizolistas que, **enfurecidos, rasgavam placas e cartazes do adversário**”.<sup>7</sup>

A desqualificação do candidato petista era marcante em os todos “cadernos” do jornal, incluindo aqueles supostamente menos políticos, como “esportes” e “segundo caderno” (ligado a temas culturais). Os editoriais, presentes em diferentes páginas do periódico, incluindo a capa, também atacavam Lula e seus aliados. De todas as matérias analisadas de *O Globo*, seguramente a mais mirabolante era a que veiculava as denúncias de uma professora de 23 anos chamada Valéria da Silva. Com o título “Professora denuncia plano anti-Collor”, o texto explicava que o jornal teve acesso às declarações de Valéria à Polícia Federal através de um advogado do PRN. Nelas, a professora informava ter sido convidada por um “guerrilheiro” conhecido como “Sagarana” a integrar uma organização que pretendia assassinar Collor e outras personalidades, como o governador Moreira Franco e o ruralista Ronaldo Caiado. Valéria afirmou já ter feito parte do grupo e com ele ter ido ao Líbano. Ao saber que o grupo promovia a viagem com o intuito de realizar um treinamento de guerrilha no país árabe, retornou ao Brasil. No penúltimo parágrafo da matéria, informava-se que o passaporte da professora não continha os registros da viagem que ela alegava ter realizado. A matéria mostra o quão longe o jornal foi em sua campanha anti-Lula, aceitando publicar denúncias claramente inverídicas.<sup>8</sup>

Logo após a vitória de Collor, o jornal não escondia a alegria, como se percebe no editorial de capa: “UM GRANDE e imenso suspiro de alívio perpassa o país...” – como se as 37,86% das pessoas que votaram no petista não fizessem parte do país

---

<sup>5</sup> *O Globo*, 2/20/1989.p.1 e 3, 25/10/89.p.5, 7/12/89.p.3, 9/12/89.p.5, 16/12/89.p.11

<sup>6</sup> *O Globo*, 31/10/89.p.5, 3/12/89.p.7, 3/12/89.p.16, 7/12/89.p.6 e 28/10/89.p.5

<sup>7</sup> *O Globo*, 19/10/1989.p.5, 17/10/89.p.2, 4/11/89.p.1, 12/12/1989.p.8, 20/10/1989.p.5, 21/11/89.p.1, 22/11/89.p.1 (grifos nossos)

<sup>8</sup> *O Globo*, 6/12/1989.p.6

(Collor obteve 42,75% dos votos). Logo em seguida a eleição, o jornal passou a publicar uma série de matérias defendendo o receituário neoliberal e as privatizações.<sup>9</sup>

A partir do governo Collor, uma série de desestatizações foi promovida nos anos 90. A principal contribuição de *O Globo* à campanha privatista não foi feita através das coberturas específicas sobre as vendas das empresas públicas. Mais importantes foram as seguidas matérias, anteriores e concomitantes às desestatizações, que procuravam consolidar uma determinada imagem do Estado, das agências estatais e dos funcionários públicos.

Muitas matérias destacavam as dificuldades financeiras das empresas estatais, casos de corrupção em seu interior e seus maus serviços. Algumas reportagens tinham um caráter panorâmico, tratando das empresas públicas como um todo. Este é o caso de “*A máquina estatal está emperrada*”, de 1990, que destacava que “*o novo Governo [Collor]*” encontraria na “*burocracia administrativa o seu maior adversário*”. Um texto de 1992, intitulado “*Estado ineficiente é grande obstáculo*”, sustentava que o governo era ineficiente na prestação de serviços e insumos. Os funcionários públicos também eram temas recorrentes das matérias, como em “*No serviço público, um paraíso de ‘marajás’*”, “*Mordomias: um festival de gastos por todo o país*”, “*Governo diz que só demitirá ociosos*”. Os editoriais reforçavam o coro antiestatista, criticando o que chamavam de “*nova aristocracia*”, “*estatocratas*”, “*mandarinato corporativista*”, “*buroestatocracia*”, “*condôminos*” de um “*Estado patrimonial*” com “*direitos especiais*”.<sup>10</sup>

Com matérias e editoriais deste teor, *O Globo* procurava situar a “reforma do Estado” como questão central da pauta dos governos dos anos 90 e também criar um ambiente ideológico favorável às privatizações. O jornal legitimava as desestatizações ao preconizar que o Estado era um “gigante” descontrolado, que as estatais eram obsoletas e que os funcionários públicos eram “privilegiados” (o jornal recorreu ao termo “marajá” – criado pela campanha eleitoral de Collor – ao longo de toda a década).

Nessa empreitada, *O Globo* deliberadamente descartou certas temáticas que poderiam comprometer a representação de Estado que procurava difundir. Praticamente ocultou o papel histórico das estatais em subvencionar o capital privado, o que contribuiria para a compreensão das dificuldades financeiras daquelas empresas e para desmascarar a ideia de que o Estado defende os interesses de “si mesmo”. Tendeu a igualar um grupo muito reduzido de funcionários públicos bem remunerados ao conjunto dos servidores, que, não raro, recebem salários reduzidos. Ademais, o jornal não ressaltou que a despesa com a folha salarial do funcionalismo tinha um peso muito menor no orçamento governamental do que o pagamento dos juros das dívidas interna e externa.

O jornal isentou as diversas frações das classes dominantes – industriais, banqueiros e proprietários de terra – das mazelas sociais ao centrar suas críticas ao “Estado Patrimonialista”, como se as agências estatais “pairassem” acima da sociedade e não tivessem vínculos com aqueles grupos. Tratar-se-ia de um Estado esvaziado de conteúdo de classe. Assim, o periódico não mostrou que muitos dos integrantes da sociedade política eram também “homens de negócios”, com presença em associações

<sup>9</sup> *O Globo*, 19/12/1989.p.1

<sup>10</sup> *O Globo*, 1/04/90.p.9, 19/03/92.p.44, 11/03/1990.p.1, 29/04/1990.p.1, 11/05/1990.p.3, 22/02/1990.p.4, 20/03/90.p.19, 5/8/93.p.3, (grifo nosso).

empresariais. Pelo contrário, ao defender as privatizações, *O Globo* tendeu a criar uma visão apologetica da “iniciativa privada”, como veremos a seguir.

Paralela às críticas ao “excesso” de Estado na vida nacional, *O Globo* publicou uma série de matérias que enalteciam o mercado, a iniciativa privada e a “competição”, destacando, em especial, a importância das privatizações. Daí as manchetes: “*Rio lucrará com nova fase da privatização*”, “*Consumidor será o maior beneficiado – empresas [de telefonia] competirão entre si e população de baixa renda terá acesso a serviços*”, “*Abertura da telefonia celular trará investimentos de US\$ 5 bi*”, “*Privatização pode reduzir tarifas elétricas*”, “*Privatização livra as empresas das amarras da ineficiência*”, “*Empresas começam a dar lucro após a privatização*” e “*Privatizada, Light obtém grandes lucros e promete melhoria de serviço em 1998*”. Os editoriais, parte abertamente opinativa do periódico, reafirmavam as visões de mundo das reportagens supostamente “objetivas” e muitas vezes se aproximavam da máxima de Thatcher (“*there is not alternative*”), como se percebe nos seguintes trechos: “*o debate ideológico sobre a desestatização já não faz sentido, simplesmente porque não existe outra opção disponível para se reequilibrar as finanças*”, “*NÃO há outro caminho à vista para salvar o país da desgraça da inflação*”, “*A ÚNICA forma verdadeiramente eficaz de solucionar o problema é a privatização*”.<sup>11</sup>

Assim, *O Globo* mostrava a privatização como um passaporte para a “modernidade”, beneficiando todo o país e os “consumidores”. A racionalidade do capital – e sua busca por “produtividade” e maximização dos lucros – era estendida para o conjunto da sociedade. As matérias registravam o crescimento da lucratividade das estatais como se toda coletividade fosse beneficiada, colocando em segundo plano que tal processo era acompanhado de demissões, terceirizações e aumento da exploração sobre a força de trabalho. O jornal enfatizava o universo dos consumidores e do consumo – cujo bilhete de entrada é o dinheiro, concentrado nas mãos de uma minoria – em detrimento da cidadania e da universalização dos direitos (que, em tese, não são mercantilizados). E descartava certas temáticas, como o fortalecimento de monopólios e conglomerados empresariais, cuja expansão era facilitada pelas políticas liberalizantes (não obstante a apologia da “competição”). O periódico também não ressaltava o fato de que o capital se concentra em nichos de maior poder aquisitivo, oferecendo seus produtos e serviços a quem pode pagar.

De maneira geral, as visões de mundo e o projeto político defendido pelo jornal eram reafirmados pelos colunistas, pelas entrevistas ou pelas reportagens baseadas nas declarações de determinadas figuras. *O Globo* concedeu considerável espaço a alguns economistas, mostrados como acadêmicos/estudiosos “neutros” de “economia”, quase sempre ocultando que muitos destes “especialistas” tinham profundos vínculos com o universo empresarial.

Um dos economistas que mais dispôs de espaço no jornal foi Roberto Campos: era colunista regular, concedia seguidas entrevistas e ganhava diversas matérias baseadas em seus pontos de vista, como “*Campos defende venda da Embratel e das telefônicas*” e “*Campos: venceu o capitalismo democrático*”. Mario Henrique Simonsen também era permanentemente consultado pelo periódico, como em “*Simonsen apoia liberação total das importações de automóveis*”. João Paulo Reis Velloso, integrante do

---

<sup>11</sup> *O Globo*, 31/12/1993.p.7, 11/07/97.p.25, 19/7/96.p.1, 28/10/95.p.30, 13/2/1994.p.1 e 21, 18/05/97.p.39, 15/12/94.p.1, 14/06/98.p.6, 05/11/98p.6

Fórum Nacional, importante formulador do projeto neoliberal, era tema usual de reportagens: “*Velloso pede flexibilização do monopólio*” e “*Fórum Nacional debate os caminhos da estabilização*”. Vários integrantes das equipes econômicas dos governos neoliberais dos anos 90 também tinham espaço cativo em *O Globo* para manifestarem seus posicionamentos. Cabe ainda destacar a grande presença de porta-vozes dos organismos internacionais, como em “*BIRD: monopólio do petróleo deve acabar*”, “*OMC elogia política comercial do Brasil – No entanto, a organização diz que país ainda precisa liberalizar mais*” e “*Banco Mundial ensina receita da privatização*”.<sup>12</sup>

Ao procurar consolidar certas figuras e/ou instituições como “autoridades” em economia, *O Globo* se aproximava do que Marilena Chauí chama de “ideologia da competência”, que determina aqueles que tem o direito de falar sobre certos temas por serem detentores de um saber e aqueles que, desprovidos de conhecimento, devem escutar (e obedecer) – daí manchetes como “*Especialistas pedem urgência nas privatizações*”, “*Técnicos discutem nos EUA a ‘economia do populismo’*” e “*Economistas sugerem liberalização mais ampla*”.<sup>13</sup>

Ao mesmo tempo, *O Globo* concedeu pouquíssimo espaço para as visões de mundo contra-hegemônicas. Foram raras as entrevistas ou matérias baseadas em figuras vinculadas às classes subalternas e às esquerdas em geral que pudessem tecer críticas às privatizações e ao neoliberalismo em geral.

A campanha privatista do jornal era reforçada ainda por matérias referentes a outros países, que eram apresentados como “prova” do sucesso do *script* neoliberal. Algumas matérias procuravam expor “modelos a serem seguidos”, em especial, aquelas que tratavam de alguns países sul-americanos. Em “*México, um modelo bem sucedido*”, sustentava-se que a economia mexicana crescia, o governo equilibrava suas contas e investia em programas sociais. Explicava-se que o presidente Salinas, “*além de privatizar*”, estava “*abrindo a economia mexicana aos investimentos estrangeiros*”. Na reportagem “*Vizinhos deixam Brasil para trás*”, afirmava-se que Chile, Argentina, México e Venezuela “*transferiram para mãos privadas o controle de suas empresas públicas (...) com sucesso*”, gerando “*investimentos, salto de qualidade dos serviços e boas lições para quem pensa em seguir o mesmo rumo*”. O texto “*Previdência privada tem êxito no Chile*” salientava que o capital estrangeiro era responsável por um quarto dos investimentos no país, sendo acompanhado das manchetes menores “*Socialista apoia abertura econômica*”, “*Liberdade para importar estimula o consumo*”, “*Índice de analfabetismo não ultrapassa 2%*” e “*Inflação e desemprego baixam*”.<sup>14</sup>

Porém, nestas matérias internacionais, *O Globo* colocava em segundo plano certas informações que prejudicariam o seu esforço pedagógico entorno do neoliberalismo. O jornal não relacionou as crises econômicas do México (1994) e da Argentina (2001) com as propaladas políticas privatistas. Tampouco ressaltou que as desigualdades sociais e a informalidade vinham crescendo na América Latina – pelo contrário, para periódico, as privatizações seriam a garantia de programas sociais e melhoria da qualidade de vida. No caso do Uruguai, onde foi organizado um plebiscito (1993) no qual a população se posicionaria a respeito das desestatizações, o jornal

---

<sup>12</sup> *O Globo*, 24/12/1990.p.3, 6/2/95.p.32 e 2/03/92.p.15, 6/2/95.p.32, 24/6/92.p.18, 4/01/90.p.1, 20/9/90.p.29, 02/11/2000.p.22, 16/9/92.p.25

<sup>13</sup> CHAUI, Marilena. *Simulacro e poder: uma análise da mídia*. São Paulo: Perseu Abramo, 2000, *O Globo*, 15/2/1995.p.25 e 19/05/90.p.3, 24/9/94.p.30. (grifos nossos).

<sup>14</sup> *O Globo*, 14/03/1993.p.1, 25/10/93.p.14, 7/5/95.p.62.

anunciou que o evento ocorreria, mas não publicou o seu resultado: a maior parte dos uruguaios se colocou contra a venda das empresas públicas. *O Globo* optou pelo silenciamento, pois se tratava de um “mal exemplo”.

Quanto à cobertura da venda das estatais, o padrão geral das matérias era assim composto: a) ênfase nos valores arrecadados pelos governos e nos investimentos prometidos pelos compradores (“*União arrecada R\$ 154 milhões com a privatização da Embraer*”; “*Embratel terá investimento de R\$1 bilhão ao ano*”); b) destaque para melhorias nos serviços (“*Mais e melhores celulares – (...) espanhóis da banda A trarão novos serviços*”); c) apoio à participação do capital estrangeiro nos leilões (“**Capital externo, seja bem vindo** – *Governo decide liberar a participação dos estrangeiros na privatização da Telebrás*”; “*Inglêses levam Comgás com ágio recorde* – *British Gas e Shell arrematam por R\$1,65 bilhão*”.<sup>15</sup> Portanto, as privatizações eram legitimadas, pois o governo estaria melhorando sua arrecadação, as estatais sendo vendidas de modo favorável (daí a ocorrência de ágios), o país estaria recebendo investimentos, em especial dos estrangeiros, e os consumidores obtendo melhores produtos.

Outras temáticas, que poderiam estimular nos leitores críticas às privatizações, eram menos realçadas por *O Globo*, como o fato dos governos aumentarem as tarifas das empresas públicas, realizarem investimentos nas mesmas e incorporarem suas dívidas às vésperas dos leilões de modo a tornar as estatais mais interessantes – leia-se lucrativas – para os futuros proprietários. Tampouco salientou que os compradores recebiam generosos financiamentos públicos e se valiam de “moedas podres” (títulos de dívidas públicas) para arrebatarem as estatais. Tais questões poderiam até aparecer nas matérias e sua presença era importante para justificar a afirmação de que o jornal era “independente”, posto que também apresentava assuntos desfavoráveis ao processo de desestatização. Porém, essas temáticas eram indiscutivelmente minoritárias em meio ao domínio incontestado de textos apologéticos do “mercado” e da venda das estatais.

O fato dos governos neoliberais promoverem políticas de demissões em larga escala nas estatais, procedimento mantido pelos compradores, também poderia fortalecer opiniões contrárias às privatizações. Porém, *O Globo* tratou das demissões de forma a torná-las legítimas, utilizando termos como “saneamento” e “reestruturação”. Daí manchetes como: “*Governo anuncia saneamento na RFFSA para futura privatização*”, “*Credireal, mais enxuto, vai ser privatizado*” e “*Bozano: reestruturação no Banerj está concluída*”. Na matéria “*Vale reduz pessoal para ser privatizada*”, afirmava-se que o objetivo era fazer com que a mineradora se mantivesse “**competitiva no mercado internacional**”. Outras reportagens justificavam as demissões de modo similar: na CEG e na Cerj, as medidas de “saneamento” ocorriam para fazê-las “**mais rentáveis**”; na Vale, o propósito era manter a empresa “**competitiva no mercado internacional**”; na Embraer, a meta era “*adaptar a fábrica às condições de mercado*”.<sup>16</sup>

Percebe-se que a ênfase da cobertura não era a situação dos trabalhadores que repentinamente viam-se desempregados, mas sim no fato das empresas estarem se tornando “competitivas”, em “condições de mercado” e “rentáveis”. Nesse sentido, o jornal procurava universalizar os interesses do capital, estender para toda a sociedade a racionalidade capitalista e sua busca por maximização dos lucros. Tal racionalidade era

---

<sup>15</sup> *O Globo*, 22/5/96.p.21, 30/07/98.p.32, 26/07/98.p.33, 16/05/98.p.25, 15/04/99.p.33 (grifos nossos)

<sup>16</sup> *O Globo*, 12/08/1990.p.11, 20/7/96.p.23, 26/12/96.p.1, 17/12/96.p.23, 30/12/94.p.23, 21/04/97.p.27, 14/5/95.p.1, 14/5/95.p.1, 30/11/95.p.27, 2/11/90.p.17 (grifos nossos).

vista como prioridade, sobrepondo-se ao fato de que milhares de pessoas perdiam seus empregos em virtude desta busca por “eficiência”.

O jornal fazia o oposto quando tratava das manifestações sindicais contrárias às medidas neoliberais, pois as colocava em contraposição aos interesses da sociedade. Dois casos podem exemplificar tal postura de *O Globo*: as greves da CSN (1990) e da Petrobrás (1995), em oposição, respectivamente, à privatização da siderúrgica e ao fim do monopólio estatal no setor petrolífero. Em ambas as coberturas, o periódico destacava os prejuízos ao país causados pelos movimentos paredistas: “*Greve na CSN força a Nestlé a importar*”, “*Cancelamento reduz venda da usina às montadoras*” e “*Greve causou prejuízo de US\$ 45 milhões à empresa [CSN]*”, “*Petroleiros, em greve, ameaçam cortar abastecimento*”, “*Corte de gás já atinge 50 indústrias em São Paulo*”, “*Combustível começa a ser racionado*”, “*Botijão de gás começa a faltar no Estado do Rio*” e “*Longas filas para comprar gás prometem se repetir*”.<sup>17</sup>

Nesse sentido, fica clara ação do “partido” *O Globo* de desqualificar as mobilizações das classes subalternas, contribuindo para sua criminalização, ao mesmo tempo em que procurava vulgarizar as ideias neoliberais e criar um consenso entorno das políticas privatistas. A cobertura do periódico demonstra que Fernando Henrique Cardoso, flagrado no “escândalo dos grampos”, não estava equivocado ao tratar do apoio da mídia às desestatizações: “*Está demais, não é? Estão até exagerando*”.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> *O Globo*, 7/08/1990.p.21, 9/08/90.p.32, 12/08/90.p.1, 3/5/1995.p.31, 19/5/95.p.1, 22/5/95.p.15, 24/5/95.p.1, 31/5/95.p.26

<sup>18</sup> Apud KUCINSKI, Bernardo. A mídia de FHC e o fim da razão IN LESBAUPIN, Ivo (org). O desmonte da nação: balanço do governo FHC. Petrópolis: Vozes, 1999.p.199. Neste diálogo, FHC se referia especificamente à privatização do Sistema Telebrás.