

A função perversa da grande mídia na desestabilização das leis trabalhistas

Mauro Donato¹

195

Resumo

Com admirável competência para criar mitos, os meios de comunicação de massa têm grande responsabilidade no imaginário popular pela miragem de um mundo paradisíaco: o do empreendedorismo. Essas empresas difundem o mantra fraudulento “seja seu próprio chefe”, quando mais honesto seria dizer “escravize-se voluntariamente sem causar consequências, nem punições, nem encargos, nem processos ao empresariado”. A grande mídia, ou mídia corporativa, tem papel fundamental na glamourização do empreendedorismo. Afirmar que tal iniciativa esteja “no DNA do brasileiro”, “no espírito do nosso povo” é corriqueiro no jornalismo parceiro do patronato. “Cinquenta e dois milhões de brasileiros possuem negócio próprio”, é algo dito na TV com naturalidade e sorriso no rosto dos apresentadores, com a intenção de fazer tal dado parecer um avanço. Na prática, são milhões de desempregados, pessoas a quem não restou alternativa a não ser sair em busca de alguns tostões diariamente fazendo bicos. Das empresas em atividade no país, 70% são de microempreendedores individuais (MEI). Denominar um camelô como empreendedor é mais um eufemismo do mundo encantado descolado da vida real. Todo esse discurso atende ao empresariado robusto, ávido por enterrar as conquistas de direitos de trabalhadores. Retrata ainda a particularidade da grande mídia no Brasil que está nas mãos de meia dúzia de famílias, um retrato da concentração de poder e de renda. Uma mídia que atua em interesse próprio e das grandes empresas anunciantes, em detrimento dos interesses dos trabalhadores.

Palavras-chave: mídia, aplicativos, empreendedorismo, jornalismo, leis trabalhistas, desigualdade social, reformas.

Resumen

Con una capacidad admirable para crear mitos, los medios de comunicación tienen una gran responsabilidad en el imaginario

Abstract

With an admirable ability to create myths, the mass media have a great responsibility in the popular imagination for the mirage

¹ Escritor e Jornalista independente. | maurodonato@uol.com.br



popular por el espejismo de un mundo paradisiaco: el del emprendimiento. Estas empresas difunden el mantra fraudulento “sé tu propio jefe” cuando sería más honesto decir “esclavízate voluntariamente sin causar consecuencias, castigos, cargos o demandas a la comunidad empresarial”. Los principales medios de comunicación, o medios corporativos, desempeñan un papel clave en la exaltación del espíritu empresarial. Afirmar que tal iniciativa está “en el ADN de los brasileños” y “en el espíritu de nuestro pueblo” es un lugar común en el periodismo asociado con mecenazgo. “Cincuenta y dos millones de brasileños tienen sus propios negocios”, es algo que se dice en la televisión con naturalidad y una sonrisa en los rostros de los presentadores, con la intención de que esos datos parezcan un gran avance. En la práctica, hay millones de desempleados, personas que no tienen más remedio que salir a la calle en busca de unos centavos todos los días haciendo trabajos ocasionales. De las empresas que operan en el país, el 70% son microempresarios individuales (MEI). Llamar empresario a un vendedor ambulante es otro eufemismo más para el mundo encantado separado de la vida real. Todo este discurso sirve a la robusta comunidad empresarial, ávida de enterrar los logros de los derechos de los trabajadores. También retrata la particularidad de los grandes medios de comunicación en Brasil, que está en manos de media docena de familias, un retrato de la concentración de poder y renta. Un medio que actúa en interés propio y de las grandes empresas publicitarias, en detrimento de los intereses de los trabajadores.

Palabras clave: medios, aplicaciones, emprendimiento, periodismo, leyes laborales, desigualdad social, reformas.

of a paradisiacal world: that of entrepreneurship. These companies spread the fraudulent mantra “be your own boss” when it would be more honest to say “voluntarily enslave yourself without causing consequences, punishments, charges or lawsuits to the business community”. The mainstream media, or corporate media, plays a key role in glamorizing entrepreneurship. Claiming that such an initiative is “in the DNA of Brazilians”, and “in the spirit of our people” is commonplace in partner journalism with patronage. “Fifty-two million Brazilians have their own businesses”, is something said on TV with naturalness and a smile on the faces of the presenters, with the intention of making such data seem like a breakthrough. In practice, there are millions of unemployed, people who have no choice but to go out in search of a few pennies every day doing odd jobs. Of the companies operating in the country, 70% are individual microentrepreneurs (MEI). Calling a street vendor an entrepreneur is yet another euphemism for the enchanted world detached from real life. All this speech serves the robust business community, eager to bury the achievements of workers' rights. It also portrays the particularity of the mainstream media in Brazil, which is in the hands of half a dozen families, a portrait of the concentration of power and income. A media that acts in its own interest and that of large advertising companies, to the detriment of the interests of workers

Keywords: media, apps, entrepreneurship, journalism, labor laws, social inequality, reforms.



Introdução

Durante a pandemia de Covid-19, um célebre executivo do ramo da publicidade redigiu artigo em jornal de grande circulação, analisando as benesses que a tecnologia trouxera ao mundo do trabalho. Em seu texto, o publicitário mostrou-se maravilhado com o fato de a doença ter agido como um acelerador de tempo e trazido o futuro num piscar de olhos. Relatou a própria experiência de ter trabalhado durante mais de um mês em sua casa de veraneio sem prejuízo de produtividade. Ufanista com o país onde vive, enalteceu a nação de empreendedores chamada Brasil e citou números de novas microempresas individuais abertas durante a pandemia. “Diante de dificuldades, brasileiros criam empresas”, escreveu. Como bom publicitário, tinha dado nova embalagem ao surrado provérbio “Na crise há os que choram e os que vendem lenços”. Segundo sua observação, estava finalmente provado que a tecnologia permitia estar fora do escritório e das baias do ambiente de trabalho com ganhos mútuos para as empresas e para os trabalhadores.

Casa, trabalho, internet? Para quem aquele texto era dirigido? Nada menos que 86,6 milhões de pessoas não conseguem se conectar à internet todos os dias e outras 33,9 milhões simplesmente não têm acesso nunca à rede. Isso dá impressionantes 71% da população acima de 16 anos que não dispõe de internet diariamente (grupo esse formado majoritariamente por pessoas negras e das classes C, D e E)². Será que o nobre executivo pensaria igual se estivesse na rua pedalando debaixo de sol e chuva para entregar sanduíches por menos de um salário-mínimo ao mês?

O que o publicitário fez, foi colaborar com a hegemonia do discurso a ser difundido pelas classes dominantes, avaliar a linha editorial do jornal que o publicou. Afinal, é um “profissional da área, sabe o que está dizendo”. Para pessoas iguais ao ilustre publicitário, ficar repetindo clichês como “pensar fora da caixinha” ou “sair da zona de conforto” é banal. São expressões revestidas de conotações encorajadoras, mas que pouco ou nada querem dizer a quem não tem caixinha nem conforto. Obviamente tanto o indigitado executivo da publicidade quanto os donos das grandes empresas de comunicação sabem que uma parcela gigantesca da população não possui *office* nem *home*, já que informação não lhes falta. Desde 2004 o economista Thomas Piketty vinha alertando em estudos preliminares - que

² Estudo do Instituto Locomotiva e da consultoria PwC, divulgado em março de 2022



culminaram em seu livro "O Capital no Século XXI" - sobre o progresso tecnológico estar levando a um aprofundamento da desigualdade e não o contrário. A concentração de renda entre os mais ricos acentuou-se desde a entrada e fortalecimento das empresas de tecnologia no mercado de trabalho e a compressão das tais mudanças de comportamento só nos primeiros 7 meses de pandemia resultou num aumento de 27,5% na fortuna dos 2.189 bilionários enquanto os demais humanos ficaram mais pobres³, desmentindo o publicitário.

Na verdade, aquele executivo é um exemplo do que o geógrafo Milton Santos classificava como um "especialista do saber falar, do dizer, não do pensar". Para Milton Santos, que também foi jornalista, existe uma associação entre a mídia e pseudointelectuais danosa para a qualidade e confiabilidade da informação jornalística. E desde o dia 26 de abril de 1962, quando a manchete de O Globo foi "Considerado desastroso para o país um 13º mês de salário", é sabido de que lado a mídia corporativista está. Desastroso para quem?

Classificar as grandes empresas de mídia como corporativistas não é indevido, pois no Brasil a imprensa está basicamente concentrada nas mãos de meia dúzia de famílias. A imprensa por si só é um retrato da concentração de poder e renda no país. Cada um desses latifundiários da comunicação tem concomitantemente emissoras de televisão, jornais, revistas, rádios, agências de notícias, produtoras de filmes. Isso lhes dá um poder monumental quando 98% das casas têm TV⁴. Por isso seus interesses são exatamente os mesmos do empresariado e das elites econômico-sociais; por isso seus discursos homogêneos que preparam terreno para reformas nefastas que favorecem a si mesmos; por isso a insistência em doses homeopáticas e frases de efeito como "os tempos são outros". Mas quando não foram? Todo direito do trabalhador teve que ser conquistado na base de protestos, de greves.

Como grandes empregadoras, a essas corporações é conveniente desobrigarem-se de garantir férias, 13º salário, licença-maternidade, estabilidade, fundo de garantia. De forma vil, para criar uma justificativa da prática de baixos salários (benéfica para elas próprias e para gigantes empresas anunciantes), é comum noticiarem periodicamente que "há vagas,

³ Fonte: Billionaires Report 2020 do banco suíço UBS em conjunto com a consultoria PwC.

⁴ Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) Contínua 2016



mas a dificuldade reside em encontrar mão-de-obra qualificada”. Trata-se de meia verdade que nos leva a refletir que o desemprego no Brasil é uma marca estrutural e não um problema pontual, sob medida para acuar o cidadão, algo que Jessé Souza chama de “antropofagia neoliberal do capitalismo financeiro”. E, sobretudo, ao colocar a culpa numa deficiência do trabalhador, a grande mídia tira o corpo fora de um de seus compromissos como concessionárias: educação. As emissoras de rádio e TV são obrigadas a veicular 300 minutos semanais de programas educacionais. Há muito tempo não só isso não é respeitado como, pior, desde 2019, na esteira do “desregramento geral para passar a boiada”, foi aprovado na Câmara dos Deputados o Projeto de Lei 5479/19⁵ que autoriza as TVs a venderem seu tempo total de programação. Ganha-se a concessão e repassa-se a terceiros a produção. Oficializaram a sublocação, endossaram o interesse exclusivamente financeiro dos concessionários. Como esse descalabro é possível? Simples: está longe de ser raro no país que deputados e senadores (não coincidentemente mais afeiçoados à tríade Deus, Pátria e Família do que Trabalhador, Sindicatos e Direitos) sejam detentores de emissoras de rádio, TVs, jornais, em mais uma relação incestuosa escandalosa. A Justiça até tem cancelado a concessão de alguns, mas em ritmo vagaroso para algo que perdura há um século e que, diante do risco, tem sua sociedade alterada para o nome de algum laranja.

Fábrica de mitos

Talvez um dos melhores exemplos de mito criado pela mídia seja o agronegócio. Cuspido e escarrado como força motriz do país, é um segmento que, quando destrinchado em números e fora das imagens de grande beleza plástica das reportagens, não condiz com a fama. Nas bancadas de telejornais, o agronegócio seria o responsável por quase um terço do PIB nacional. Para ser mais exato, 27,4% de acordo com estudo do Cepea/Esalq⁶ em parceria com a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil. Para se chegar a esse número magnífico, leva-se em consideração a corrente pensante do agro é pop, o agro é tec, o agro é tudo, e ali embute-se tudo, até o arame farpado. Quando se isola apenas o que realmente diz

⁵ Fonte: Agência Câmara de Notícias

⁶ Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada da Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, da USP



respeito direto ao agronegócio em si, essa cifra não chega a 7%⁷. E para ficarmos no tema desta edição, mercado de trabalho, é importante desnudar outra jactância divulgada a torto e a direito: a geração de empregos. Graças a implementação de maquinários e mecanização das tarefas, só em 2019 mais de 185.000 trabalhadores perderam emprego⁸. Quando se mede o resultado dos últimos dez anos, houve uma redução de nada menos que 1,4 milhão de empregados no campo⁹. É um setor que mais desemprega do que emprega.

O sucesso do agronegócio é divulgado aos quatro ventos, mas os dados acima demonstram tratar-se de mais um segmento com alta concentração de poder e renda. Pelo Censo Agropecuário, são só 9% das propriedades que respondem por 85% do valor bruto do que se produz. O que essas imensas áreas com milhares de hectares e poucos funcionários estão gerando na verdade é um processo de favelização em seus entornos, algo absolutamente excluído das imagens dos noticiários.

Outro dado alarmante é que, além de empregar pouco, o setor escraviza. Só em 2021, foram resgatadas 1937 pessoas em condições análogas à escravidão no Brasil. E a imensa maioria (89%) foi resgatada em áreas rurais, trabalhando principalmente nas lavouras de café, cana-de-açúcar e na criação de gado para corte¹⁰. Curiosamente, isso não é associado aos números do agronegócio no jornalismo. Sem desviar muito tema, mas para trazer apenas mais um dado que comprova que o agro nada tem de bonito como veiculado, empresários do setor fizeram doações 21 vezes maiores ao partido de Jair Bolsonaro do que ao de Lula para as campanhas eleitorais deste ano. Enquanto o setor destinou R\$ 256,8 mil ao PT, R\$ 5,4 milhões foram para o PL (sendo Bolsonaro o maior beneficiado com R\$ 3,2 milhões ao passo que Lula recebeu menos de 2 mil reais, foram míseros R\$ 1.983,00¹¹). Ao doar 21 vezes mais, fica explícito que o setor dá total preferência a continuidade dos retrocessos da gestão atual, com desmatamentos recordes e desmonte de órgãos de fiscalização. Fica explícita a intenção de encorpar uma bancada ruralista que pretende, através de lei (PL 432/13) “relativizar” o que é trabalho escravo.

⁷ Dados do IBGE

⁸ Dados do Cepea/Esalq coletados pelo IBGE

⁹ Números do Caged (Cadastro Geral de Empregados e Desempregados)

¹⁰ Fonte: Secretaria de Inspeção do Trabalho - Ministério Público do Trabalho

¹¹ Fonte: Tribunal Superior Eleitoral e Receita Federal em 26/9/22



Essa mídia que exalta o agronegócio e sua participação no superávit da balança - sem se preocupar com a contradição de 33 milhões de brasileiros passando fome - tem poder para tirar do ostracismo personagens como Fernando Collor ou Jair Bolsonaro e projetá-los nacionalmente com intuito único e exclusivo de manter o status quo e seus privilégios. É com esse contínuismo disfarçado de reviravoltas, lideradas por presidentes fantoches, que muitas reformas são aprovadas. Reformas que sempre favorecem ao empresariado, defendidas no discurso pasteurizado do noticiário de demonização de impostos que, segundo narrativa maliciosa, oneram a cadeia produtiva. A reforma trabalhista, por exemplo.

Como em todas as reformas propostas pelo neoliberalismo, a Trabalhista seria não só uma necessidade urgente como uma alavanca criadora de empregos. Subsequente à choradeira de que “é difícil ser empresário no Brasil”, a promessa da Lei 13.467/2017 era que ela geraria 6 milhões de vagas em dez anos, sendo 2 milhões delas logo nos primeiros dois anos. Contudo, essa cilada parida na gestão Michel Temer provou-se mais um instrumento prejudicial ao trabalhador e sem resultar em contratações. Desde o fim da obrigatoriedade da contribuição sindical, o pagamento por horas trabalhadas sem jornada fixa, os contratos intermitentes, tudo ficou ainda melhor para o empregador contar com o trabalhador por mais horas, pagando menos, com menos encargos, e mais insegurança jurídica aos trabalhadores. Segundo a Confederação Sindical Internacional (CSI), todo o sistema de negociação coletiva entrou em colapso no país, com uma redução drástica de 45% no número de acordos coletivos celebrados. O resultado é que hoje o Brasil está entre os dez piores países para os trabalhadores. O ranking negativo feito com 148 países em 2022 apresenta Bangladesh, Belarus, Brasil, Colômbia, Egito, Essuatíni, Filipinas, Guatemala, Mianmar e Turquia¹². Mas para a grande mídia e seus pseudointelectuais, estamos no caminho certo.

Implantada a Reforma Trabalhista - e desmascarada - já se pode ouvir o novo malabarismo argumentativo que traz a reboque a próxima reforma: “Empresa não deixa de contratar só por causa de direitos. O que precisa, de fato, é uma reforma tributária”. Enquanto ela não vem, o esquadrão midiático persevera na venda do sonho encantado do empreendedor

¹² Levantamento da Confederação Sindical Internacional (CSI) sobre relatório do Índice Global dos Direitos



individual, algo visto com ressalva até na meca do individualismo, os EUA. Segundo a American Freelance Union, os trabalhadores freelancers, que já representam 36% da força de trabalho americana, devem superar os trabalhadores tradicionais até 2027. A análise é a de que isso não é bom. No Brasil a realidade já é esta, já temos um número de informais maior que os chamados CLTs. São 39,3 milhões, o maior número da série histórica, contra 36 milhões com carteira assinada¹³. Como no total de informais entram até mesmo aqueles que sequer têm CNPJ ou MEI, esse dado não é um avanço. Com esse mar de trabalhadores na informalidade, a arrecadação cai. Esse detalhe fundamental jamais é alertado pelo jornalismo corporativo, que tem certo apreço em demonizar impostos. Uma reforma tributária se faz necessária, obviamente, mas por motivos diferentes aos propagados noite e dia nas TVs. Não é por menos impostos que se deve fazê-la e sim para que ricos paguem mais e pobres paguem menos. Uma reforma tributária que permita taxar os ricos para o financiamento de mais políticas sociais, por exemplo.

“Quem pensa que é preciso esperar um país se tornar rico para então redistribuir, comete um enorme erro. O **Brasil** atualmente é um país, do ponto de vista da repartição da renda e do patrimônio, ainda mais desigual do que a **Europa** de antes da **1ª Guerra Mundial**”, adverte o economista francês Thomas Piketty em seu mais novo livro. A fotografia de um país em que os 10% mais ricos têm mais de 50% da riqueza total enquanto os 50% mais pobres detêm apenas 10% em termos de renda, assusta qualquer um. “Se olharmos propriedades, seria ainda mais extremo. Os 50% mais pobres teriam 2% ou 3%, enquanto os 10% mais ricos teriam 70% a 80% de tudo. São níveis de desigualdade que tínhamos no fim do século XIX”, escreve ele, afirmando que as elites brasileiras cometem um erro ao perpetuar o **abismo social no país**, comprometendo o futuro da nação.

Piketty, que divulga seus estudos sustentados em dados e não em opiniões, reforça em sua obra que os argumentos neoliberais para desenvolvimento e redução da desigualdade não se sustentam, os números os desmentem. São retóricas divulgadas à exaustão, com linguajar pretensamente culto, já que é a ideologia que faz as coisas serem como são. Portanto é o fator político, a tal “vontade política”, que é capaz de implementar ações que resultem em diminuição da desigualdade. A depender de inovações tecnológicas (entre elas a chamada uberização) e

¹³ Fonte: Informativo IBGE de 30 de setembro de 2022



receitas econômicas, nada muda. O escritor Douglas Rushkoff vai nessa mesma linha. Em seu livro “Sobrevivência dos mais ricos”, o autor pondera que a tecnologia muitas vezes traz soluções nem tão necessárias assim, que elas acentuam a concentração da fortuna e ainda confronta o culto à expansão da economia como um objetivo constante, sem que se analise o quanto esse crescimento implica em extrativismo, exploração da mão-de-obra e desigualdade social para ocorrer.

Entretanto, as matérias jornalísticas revestem o tema com glamour. Os avanços tecnológicos são expostos como fator preponderante para que nos adaptemos aos *novos tempos*, à *era digital*, à *nova economia*. É inegável que os trabalhadores devem acompanhar as evoluções da tecnologia, na medida do possível, mas o que isso tem a ver com retirar direitos conquistados?

A “gig economy” é a *nova economia* da vez. Também chamada de “economia freelancer”, é apresentada por seus defensores como um ambiente em sintonia com os tempos atuais, no qual empresas contratam trabalhadores para realizar tarefas pontuais, sem vínculos empregatícios. Segundo essas mentes “atentas”, as leis trabalhistas estão desatualizadas ante as novas tecnologias e anseios dos trabalhadores por uma melhor qualidade de vida. “É perfeitamente possível que um trabalhador execute tarefas desde sua casa, no horário que achar mais conveniente, sendo remunerado proporcionalmente por projetos e resultados”, afirmam. Esses aspectos, verdadeiros e factíveis, coadunam maravilhosamente bem com funções intelectuais ou hierarquicamente superiores, cujas remunerações permitem sejam feitas com conforto, segurança, bem-estar e equipamentos de ponta. Realidade que diz respeito ao topo da pirâmide somente. É inescrupuloso utilizar o argumento “novos tempos” e “novas tecnologias” para enquadrar toda a classe trabalhadora. A imensa maioria da população não exerce atividades de alta capacitação técnica, não pode prescindir da segurança do emprego, de um salário estável e de direitos trabalhistas. Aquele que executa a mesma e repetitiva tarefa todos os dias não pode ser caracterizado como trabalhador autônomo ou freelancer. Isso é de uma desonestidade atroz. Continuará trabalhando como um funcionário, porém sem as garantias de um emprego formal. Um engenheiro (ou o publicitário do início deste artigo), no interior de sua confortável casa, sentado de frente para a piscina, trabalhando em um computador top de linha conectado a uma internet ultrarrápida, não pode servir de base para estabelecer regras que afetarão o entregador que pedala 40 km por dia, calçando chinelos, exposto às variações do clima, sob alto nível de risco de acidente, em uma



bicicleta enferrujada. O primeiro irá ganhar, digamos, R\$ 25 mil pelo projeto específico, um trabalho pontual, ao passo que o outro ganhará R\$ 3,00 por entrega, numa demanda que é diária, não pontual nem esporádica. Mas nas reportagens, termos como “empreendedorismo” e “reinventar-se” são veiculados em tom persuasivo, sempre acompanhados de um ou dois exemplos de sucesso, como que entregando a fórmula mágica da liberdade. De liberdade, não tem nada. As atuais relações trabalhistas remetem a uma nova forma de escravidão.

Ainda antes da pandemia, iniciei uma série de entrevistas com trabalhadores de aplicativos dos mais diversos segmentos (motoristas, entregadores, eletricitistas/serviços gerais, faxineiras etc.) e o que observei foi um desamparo completo. Pessoas que caíram ingenuamente na lãbia do “seja um empreendedor”, uma cantilena incutida sub-repticiamente, que vende a ideia de que é possível ter uma remuneração ilimitada, dentro de um sistema meritocrático cuja renda aumentaria de acordo com a produtividade, estavam realizando jornadas de 12 a 14 horas de trabalho - muitas vezes 7 dias por semana - tendo que primeiramente comprar os equipamentos e utensílios para realização do trabalho, sem direitos básicos de assistência nem em caso de acidente ou pior, de morte. A média das remunerações giravam sempre em torno do equivalente a um salário-mínimo, muitas vezes abaixo disso. Ali encontrei a resposta para o dilema colocado sete anos antes por Thomas Piketty ainda nas primeiras páginas de seu “O capital no século XXI”: o progresso tecnológico levaria a uma redução da desigualdade ou a uma concentração de poder e riqueza ainda mais acentuadas?

Hoje é visível que essas empresas de app que fazem a gestão do cruzamento de informações entre oferta e demanda ficam ricas ao espoliar os recursos humanos disponíveis a baixo custo, sendo que a força humana - aquela que realmente faz com que o pedido chegue às mãos do comprador, aquela cuja falta inviabilizaria tudo - é a que recebe as migalhas remanescentes do processo.

Fornecendo sustentação à narrativa neoliberal de estímulo ao empreendedorismo individual, a grande mídia reverbera a linguagem corporativa que trata o funcionário por “colaborador”, “parceiro”, incutindo-lhe a crença de só haver vantagens na renúncia de toda a segurança que o emprego formal lhe dava. Em qualquer dicionário que se consulte, colaborador é “aquele que colabora”. Ainda que colaborar signifique também “trabalhar na mesma obra”, “cooperar”, “contribuir”, nunca teve a



conotação de uma atitude compulsória. Seria uma aberração similar a classificar uma extorsão financeira como “empréstimo compulsório” (e antes que o leitor acredite ser mera chacota deste autor, saiba que o governo Fernando Collor utilizou de tal malabarismo vocabular ao tungar as economias da população brasileira nos anos 1990). Um funcionário de empresa, e mesmo um “aplicativo” é uma empresa, jamais poderia ser chamado de colaborador. Essa definição é uma forma de suavizar e normalizar uma relação desigual, na qual apenas uma das partes detém o poder pleno. Se uma - e apenas uma - das partes pode demitir, dar ordens, tomar decisão, não há colaboração. Há subordinação. Simples.

Antes que se inicie uma caçada a qualquer jornalista visto nas ruas, antes de pedir a cabeça de quem esteve lhe fazendo crer que direitos eram privilégios, não se deve perder de vista que todo esse instrumental de recursos beneficia somente os donos das grandes empresas de mídia, mergulhadas no capitalismo especulativo. Só os donos ficam ricos. Os jornalistas funcionários são tão vítimas quanto qualquer trabalhador. O setor das comunicações, aliás, foi um dos primeiros a pressionar seus empregados a se tornarem pessoas jurídicas ainda lá nos anos 1990, criando uma aberração chamada “freela-fixo”. “Freela vem de free lance, e free lance é o ‘não fixo’. Se um free lance é fixo, é uma burla para ele ser fixo e receber como freela, sem direitos”, como observado pelo sociólogo Ricardo Antunes, numa situação que evoluiu para o que ele descreve como “escravidão digital”. Em minhas entrevistas, conversei com jornalistas sofrendo de burnout e outros levados a trabalharem como entregadores ou motoristas de aplicativo, tamanho o desgaste pela intensa exploração associada a um declínio vertiginoso dos salários. Afinal, o concorrente trabalha de graça. Não, você não leu errado. Darei um único exemplo que resume bem todo o cenário: o Huffington Post. O site americano era um “agregador de blogs”, que nasceu e cresceu com todas as pessoas/colaboradores trabalhando/contribuindo gratuitamente. Quando ultrapassou o New York Times em número de acessos, sua proprietária, Arianna Huffington, vendeu-o por US\$ 315 milhões para a AOL. Diante da notícia, alguns blogueiros do site de notícias criaram um grupo chamado “Hey Arianna, Can You Spare a Dime?” (“Ei, Ariana, você pode dividir uns trocados?”), alertando para o fato de os colaboradores não serem remunerados. “Esse negócio de US\$ 315 milhões com a AOL, junto com o salário anual de US\$ 4 milhões para Arianna, foi construído com a ajuda de escritores que nunca viram um centavo por seu trabalho. Nós pedimos que a senhora Huffington viva de



acordo com os ideais que professa e rateie os lucros com as pessoas responsáveis pelo sucesso do Huffington Post”, reclamaram. Nunca receberam nada.

O exposto acima é mais um exemplo de que o socialismo faria bem nesse segmento também. Fossem os jornais dos jornalistas e não de uns poucos donos, tudo poderia ser bem diferente. Em suas pesquisas e estudos para o livro *Capital e Ideologia*, o economista Thomas Piketty concluiu o que nos parece óbvio: que é a redução das desigualdades que possibilita mais prosperidade econômica, mais crescimento. Verificou isso em todos os países que analisou: “Todos os países que ficaram ricos chegaram a isso reduzindo suas desigualdades durante o século 20. Ao mesmo tempo, insisto que não é um processo determinista, depende de mobilização política, ideológica, das sociedades”, escreveu.

As escolhas econômicas que uma sociedade faz estão mais intimamente associadas à sua visão ideológica do que a medidas técnicas. O perigo dos oligopólios de comunicação, cujos proprietários detêm diversos meios à disposição (TVs, sites, revistas, rádio e por aí vai), é que estes direcionam a opinião pública com imensa facilidade e passam a ter uma influência gigante nas direções tomadas pelo país. Deixam de noticiar o rumo tomado para serem agentes ativos da decisão. Daí a gerarem um fantoche que amplifique e traduza com todas as letras para a população aquilo que a mídia comunica nas entrelinhas, é um pulo pequeno. Assim surge, por exemplo, um presidente da república que pressione o povo a escolher entre direitos ou mais empregos. Para o gazeteiro de aluguel, essas coisas são excludentes. Doutrinado pela mensagem jornalística diária, o povo concordará com a existência de tal “dilema” e fará a escolha suicida.

Conclusão

A triste constatação é que as novas práticas trabalhistas do livre mercado aprofundarão ainda mais a desigualdade. Há uma relação estrutural entre essas práticas liberais e o aumento da pobreza que não pode ser ignorada. Com a informalidade de uns e o empreendedorismo mambembe de outros, a arrecadação de impostos torna-se cada vez menor, obrigando o Estado a investir cada vez menos. Isso leva a um desmonte do sistema de saúde, ao corte de gastos públicos com educação, ao corte das fontes de financiamento para moradia. Seria imprescindível que a mídia trouxesse isso para as manchetes e não que varresse para debaixo do tapete. Mas se



explicasse de maneira honesta o “não existe almoço grátis”, essas empresas e seus proprietários não acumulariam tanta fortuna.

A redução do papel de proteção social do Estado torna o fardo ainda mais pesado para os mais pobres. Sem dispor de um ensino público de qualidade, a deficiência na formação os impede de “competir de igual para igual”. Esse ambiente *cada um por si* não favorece a formulação de políticas públicas de assistência social. É um ciclo vicioso perverso, pois são os mais pobres os que mais dependem dos serviços públicos. A pandemia, ao contrário do que imagina o publicitário do início deste artigo, escancarou isso. O país que, antes mesmo de 2020, já estava entre os sete mais desiguais do mundo (depois de seis países africanos: África do Sul, Namíbia, Zâmbia, República Centro-Africana, Lesoto e Moçambique) e como concentração de renda era o segundo pior (atrás apenas do Catar)¹⁴, não teve como ocultar a disparidade. Em São Paulo, local onde mais se praticou o home-office, das pessoas que puderam realizar seus ofícios remotamente, a imensa maioria era branca (79%), com ensino superior (74%), com renda salarial mais alta e com casa própria. Das que ganham até 1 salário-mínimo, somente 7% conseguiram trabalhar em casa¹⁵.

O neoliberalismo quer fazer crer que suas regras – ou a falta delas – reduzem a desigualdade quando, na verdade, é cruel e injusto com as classes historicamente desfavorecidas, que partem em desvantagem. O predomínio dos interesses das classes dominantes, das quais as grandes corporações de mídia fazem parte, resultou na extinção do Ministério do Trabalho, na morte por inanição de sindicatos e associações trabalhistas, levando a uma situação em que o trabalhador, sem saber a quem recorrer, submete-se a espoliação. “Assim nasce um novo proletariado de serviços, dentro da hegemonia neoliberal, a do ‘cada um por si’. Para isso, criou-se o discurso de que a ‘empresa digital’ pode trabalhar em horários flexíveis, em sistemas flexíveis, com produção flexível, sob uma regulamentação do trabalho flexível que levou, na prática, a uma desregulamentação do trabalho”, escreve Ricardo Antunes.

De fato, a grande mídia e os correligionários da uberização geral do mercado de trabalho apelam para uma narrativa presunçosa quanto às “novas dinâmicas econômicas”, “novas relações sociais”, “novas relações

¹⁴ Segundo relatório Pnud (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento) em 2019

¹⁵ Fonte <https://www.dieese.org.br/outraspublicacoes/.../homeOfficeBrasilRegioes.pdf>



horizontalizadas com liberdade e flexibilidade”. Para essa turma, as novidades são incompatíveis com o emprego formal e a Consolidação das Leis Trabalhistas. As plataformas, segundo eles, não apresentam a hierarquia entre empregador e empregado (chamado de “colaborador”), e essa ausência de chefes e subordinados, por si só, justificaria o não enquadramento dessas “novas dinâmicas” dentro das leis trabalhistas. Ora, o correto a se fazer é exatamente o contrário. Se a tecnologia avança – e ela nunca vai estacionar – são as leis e o Direito do Trabalho que devem se atualizar e não criar uma “relação social nova” desvinculada da lei a cada novo degrau tecnológico. “Nova relação social” só existirá depois de redistribuir tudo e reconfigurar o formato piramidal. A urgência no debate se faz quando vemos que decisões de tribunais de Justiça estão favorecendo essas empresas e não reconhecendo o vínculo trabalhista entre as partes.

No já distante ano de 1997, o sociólogo Domenico De Masi conjecturava sobre um futuro próximo no qual as máquinas iriam substituir o trabalho físico, restando a homens e mulheres muito tempo livre e a oportunidade de desempenharem trabalhos fascinantemente intelectuais, criativos. A despeito de seu otimismo em relação ao que as tecnologias do século XXI trariam, De Masi reconheceu o perigo do “caráter onívoro” das empresas. Cauteloso, o sociólogo acertadamente já alertava há mais de 20 anos que o modelo de trabalho industrial e o pós-industrial eram incompatíveis, mas que empresas, portadoras de “um desprezo quase total pela vida pessoal, afetiva e familiar dos empregados”¹⁶, ainda permaneceriam aplicando regras do ambiente industrial no futuro “por imposição, ou com alienação, ou com chantagem psicológica”.

Ou com tudo isso e mais jargão, linguagem e técnicas jornalísticas, eu diria.

Referências

- DE MASI, Domenico. **O ócio criativo**. Editora Sextante, 2000.
- PIKETTY, Thomas. **O Capital no Século XXI**. Editora Intrínseca, 2014.
- PIKETTY, Thomas. **Capital e Ideologia**. Editora Intrínseca, 2020.
- SOUZA, Jessé. **A classe média no espelho**. Estação Brasil, 2018.
- GANDOUR, Ricardo. **Jornalismo em Retração, Poder em Expansão**. Summus Editorial, 2020.
- GOMES, Marcos Emílio. **O agro é top?** Revista Piauí nº 192, 2022.

¹⁶ De Masi, Domenico – O ócio criativo. Editora Sextante, 2000 – p. 228



ANTUNES, Ricardo. **Uberização, trabalho digital e indústria 4.0**. Boitempo, 2020.

RUSHKOFF, Douglas. **Survival of the richest: Escape fantasies of the Tech Billionaires**. W.W Norton & Company, 2022.

Recebido em 10 out. 2022 | aceite em 06 dez. 2022

209

