

# Um empresário conservador, do tipo que não existe mais

## Homenagem: Espaços de Comunicação

Escrever sobre Francisco Cunha Pereira Filho em 2020 é uma oportunidade para rever o conceito de conservadorismo e um excelente momento para usar o termo no plural: “conservadorismos”. Dito de outra forma, rever a trajetória do ex-diretor da Gazeta do Povo é uma possibilidade de diferenciar conservadorismo de radicalismo. É uma diferença que pode ser datada entre o século XX e o século XXI e localizada entre os empresários conservadores e os conservadores que se tornam empresários. Entre os meios de comunicação conservadores como forma de defender demandas em favor de um tipo de sociedade (a conservadora) e os meios de comunicação conservadores como fim em si mesmos (os radicais).

Francisco Cunha Pereira Filho dá nome aos laboratórios da área de Comunicação do UniBrasil por ter sido um dos principais empresários do jornalismo paranaense no século XX. Sócio e diretor-presidente da Gazeta do Povo por mais de quatro décadas, foi responsável pelo principal jornal regional do Paraná e uma referência do jornalismo regional no Brasil. A Gazeta do Povo se equiparou a seu tempo ao Zero Hora, no Rio Grande do Sul; ao O Estado de Minas, de Minas Gerais; Correio Brasiliense, no Distrito Federal; e ao tradicional Diário de Pernambuco, do estado de mesmo nome, entre outros representantes de um período em que a imprensa regional importava e seus leitores se identificavam, antes de tudo, com a comunidade local.

Se é verdade que o principal combustível para o desenvolvimento desse tipo de imprensa foi a defesa de interesses regionais em um período de transformações sociais no Brasil, como se deu na segunda metade do século XX, também é verdade que as campanhas em defesa das unidades subnacionais e suas particularidades criaram uma estirpe de empresários – inclusive na comunicação – que não mais existe. Cunha Pereira Filho é um exemplo dela. São empresários de um tempo em que o conservadorismo tinha um objetivo que ia além da visão abstrata de mundo. Um tempo que já é passado e não mais será retomado. O tempo das grandes campanhas de mobilização em favor do Paraná, encabeçadas pela Gazeta do Povo e encarnadas na figura de seu diretor-presidente agora são objeto apenas de análise retrospectiva - seja de suas qualidades, seja de seus defeitos. Não existem mais condições objetivas para que aquele tipo de ação ou tipo de empresário da comunicação. São duas condições suficientes e necessárias.

A primeira delas é a estrutura do sistema de comunicação. Cunha Pereira Filho dirigiu um jornal na época em que os meios físicos importavam. Havia um valor simbólico inerente naquilo que era publicado nas páginas dos impressos, portanto, aquele que decidia o que era ou não publicado tinha distinção social. As sedes dos jornais regionais (a Gazeta do Povo não foi diferente) localizavam-se nas regiões centrais das cidades, atribuindo-lhes importância equiparada a de outros “poderes”, como o poder político ou religioso. Esse modelo de jornalismo regionalmente localizado, que se confunde com a imagem de Francisco Cunha Pereira Filho, não existe mais. No caso da Gazeta do Povo, ele não resistiu a uma década após a morte do diretor-geral, em 2009. Para ser justo, não é algo específico da Gazeta do Povo. A crise daquele jornalismo do tempo de Francisco Cunha Pereira Filho não é conjuntural. É estrutural e não tem volta. As catedrais das sedes dos jornais não existem mais (exceto um ou outro caso, que serve para confirmar a regra). A Gazeta do Povo, fundada em 1919, embora tenha completado mais de um século de existência, não pode ser considerado o mesmo jornal em todo esse período. Existem pelo menos três jornais ali: um

### AUTOR

#### **Emerson Urizzi Cervi**

Doutor em Ciência Política; professor, do departamento de Ciência Política da Universidade Federal do Paraná.

antes, um durante e outro depois de Cunha Pereira Filho – cada um com suas características específicas.

A segunda condição diz respeito à personalidade de Cunha Pereira Filho. Ele foi um empresário conservador. Um conservador de seu tempo. Provavelmente, se reconheceria em poucos elementos constituintes do movimento conservador atual, inclusive manifestados nos conteúdos do portal digital da Gazeta do Povo hoje. Para entender a diferença, podemos falar em conservadorismos ou distinguir conservador de radical. O conservadorismo pode ser entendido como uma disposição em favor da manutenção da ordem social, política e religiosa a partir da valorização de instituições já consagradas para manter e avançar um modo de vida naturalizado. Entre os modos de vida naturalizados, podemos entender a defesa de valores e o desenvolvimento regional um dos mais comuns no Brasil do século XX. Diferente disso, radicalismo é um fenômeno em si mesmo, que dá visibilidade a forças reacionárias, fundamentalismo religioso, apelo à ordem e controle social como contraponto às forças inovadoras. O radicalismo é um fim em si mesmo, ao contrário do conservadorismo, que é um meio para alcançar determinado objetivo. O conservadorismo é um traço inerente da cultura brasileira. Radicalismo, não. Para quem conhece um pouco da história do empresário Cunha Pereira Filho não



tem dúvidas sobre a qual grupo ele pertencia.

A diferença entre possuir uma visão de mundo conservadora para direcionar suas ações e radicalismo fundamentalista que serve como bloqueio de energia não é banal.

O regionalismo conservador representado por Cunha Pereira Filho no Paraná permitiu a materialização de várias “campanhas” em defesa dos interesses do Estado. Três delas, em diferentes momentos, apenas para lembrar: em meados do século XX houve uma campanha para implantação no Paraná de uma usina de exploração de xisto, pela Petrobras, no município de São Mateus do Sul.



Cunha Pereira Filho foi um dos principais defensores do investimento da, na época estatal, em território paranaense. Nos anos 1980, em outra campanha, defendeu o pagamento de royalties da Usina Hidrelétrica Binacional de Itaipu como forma de compensação pelas áreas paranaenses inundadas pelo lago da usina. Uma das últimas grandes campanhas de Cunha Pereira Filho foi pela instalação de um sistema de aterrissagem por instrumento (ILS) no aeroporto de São José dos Pinhais, o que permitiu ampliação do uso do aeroporto em períodos de impossibilidade de operação visual – o que é comum no caso do principal aeroporto do Paraná.

Este breve comentário, com alguns exemplos sobre a atuação do empresário Cunha Pereira Filho teve por objetivo mostrar as diferenças entre o sistema de comunicação de dois períodos, além de um dos principais representantes do momento em que conservadorismo se sobrepunha ao radicalismo. Cunha Pereira Filho foi um empresário de seu tempo, defendeu ideias e usou os instrumentos que possuía em defesa da construção e manutenção de um Estado que ele considerava ideal. É um tipo de empresário que não existe mais, seja pela transformação de conservadores em radicais, seja porque os empresá-



rios da geração seguinte demonstram pouco interesse no desenvolvimento regional por si. Hoje é mais importante defender ideias abstratas e radicais, sem relação direta com a comunidade local.

É provável que a próxima geração de diretores do Uni-Brasil, ao definir os nomes dos laboratórios no futuro, não pensem em homenagear pessoas locais, mas sim plataformas ou empresas globais que passaram a “dirigir” o sistema de comunicação. É possível que ao invés de laboratório Francisco Cunha Pereira Filho tenhamos, no futuro, laboratório Youtube, Twitter ou Snapchat. Isso, não porque as plataformas ganharam relevância, mas porque os dirigentes locais do sistema de comunicação se deixaram anular por elas.

