



# JORNALISMO, INDÚSTRIAS CULTURAIS E A DITADURA MILITAR NO BRASIL <sup>1</sup>

## JOURNALISM, CULTURAL INDUSTRIES AND THE MILITARY DICTATORSHIP IN BRASIL

Fernanda Nalon Sanglard <sup>2</sup>

**Resumo:** O artigo discorre sobre o desenvolvimento das indústrias culturais no Brasil no período da ditadura militar (1964-1985). Abordando como o regime vigente atuou no controle da informação, da nacionalização e da modernização do setor de mídia, busca-se demonstrar o ambiente propício à formação dos conglomerados. Aproveitando-se das oportunidades concedidas pelo Estado, muitas empresas de comunicações estreitaram laços com o modelo político, formando verdadeiros impérios. Com o intuito de compreender o que está nos extremos da produção jornalística, este trabalho busca refletir sobre as relações entre mídia e política a partir de bibliografia que enfoque o conceito de “indústrias culturais” e de “paralelismo político”.

**Palavras-Chave:** Jornalismo. Política. Ditadura. Indústrias culturais. Paralelismo político

**Abstract:** The article discusses the development of cultural industries in Brazil during the military dictatorship (1964-1985). Watching how the regime acted in control of information, nationalization and modernization of the media industry, we seek to demonstrate the suitable environment for the formation of conglomerates. Taking advantage of the opportunities provided by the State, many communications companies approached the political model, forming real empires. In order to understand what is at the extremes of journalistic production, this paper aims to reflect about the relationship between media and politics with bibliography support that focuses on the concept of "cultural industries" and "political parallelism".

**Keywords:** Journalism. Politics. Dictatorship. Cultural industries. Political parallelism.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Jornalismo Político do VI Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VI COMPOLÍTICA), na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), de 22 a 24 de abril de 2015.

<sup>2</sup> Jornalista, mestre em comunicação e doutoranda em comunicação pelo PPGCom Uerj, nandanalon@yahoo.com.br.

## 1. Introdução

Faz tempo que pesquisadores das áreas de comunicação, ciências sociais e políticas se debruçam nos estudos que visam entender a relação entre o desenvolvimento da “indústria midiática” e os sistemas políticos vigentes (como ADORNO & HORKHEIMER, 1985; MIÈGE, 1989; MOREIRA, 1998; SODRÉ, 1999; HALLIN & MANCINI, 2004; AZEVEDO, 2003; ALBUQUERQUE, 2012; HESMONDHALGH, 2013). Por acreditar que não é possível compreender o complexo sistema que envolve o jornalismo limitando as análises apenas a questões de conteúdo das mensagens ou da recepção, defendemos ser preciso entender as rotinas de produção bem como aquilo que vai além do trabalho do jornalista e é pautado por questões empresariais e pela configuração política e econômica vigente.

Com vistas a melhor entender este último elemento (configuração política e econômica), propõe-se aqui a revisão bibliográfica de estudos que tratam dos conceitos de “indústrias culturais” e “paralelismo político”, como também a demarcação de momentos importantes para o desenvolvimento do jornalismo e da indústria de mídia em um período histórico específico. Usa-se aqui o termo “mídia” como referente a todo tipo de manifestação cultural disponível no espaço público e como lugar de mediação proporcionado pelos veículos de comunicação. O jornalismo, então, faz parte da mídia e é uma de suas manifestações.

Este artigo segue o pressuposto de que para compreender a estrutura dos grandes veículos jornalísticos hoje em funcionamento no país, bem como o desenvolvimento da imprensa nesta era de convergência, é preciso rememorar a história do jornalismo, mas também os vínculos com os sistemas políticos e econômicos até então vigentes.

Diante da complexa e delicada relação entre Estado e grupos midiáticos, defende-se aqui que a maneira como o Estado brasileiro conduziu as relações com a “grande imprensa” durante os 21 anos da ditadura militar pode representar o cerne de questões ainda hoje difíceis de serem vencidas, como a distribuição e o controle de concessões de rádio e TV, a formação de verdadeiros impérios midiáticos e o

“temor” da interferência estatal ou de qualquer forma de regulação. Por isso, torna-se fundamental compreender algumas especificidades do sistema midiático brasileiro.

Embasado nos modelos propostos por Hallin e Mancini (2004) com a finalidade de compreender a relação entre sistemas políticos e sistemas de mídia, Azevedo (2006) pontua quatro características para contextualizar o mercado de mídia brasileiro. Segundo ele, essas características são: surgimento tardio da imprensa, baixa circulação dos jornais, orientação para as elites e centralidade da televisão no sistema de mídia.

O autor demonstra as relações intrínsecas entre o desenvolvimento do mercado midiático e a atuação política, que começa com as restrições coloniais de Portugal – fechamento dos portos para comércio internacional, proibição de fábricas, escolas superiores, universidades, impressão de livros e jornais em solo brasileiro. Assim, o primeiro jornal, o Correio Braziliense, surgiu apenas em 1808, quando a Corte portuguesa se transferiu para o Brasil. Mas o impresso era editado e distribuído a partir de Londres. Portanto, o primeiro jornal efetivamente impresso no Brasil foi a Gazeta do Rio de Janeiro, também lançado em 1808. Enquanto as edições do Correio Braziliense aportavam no país como contrabando, a Gazeta recebia recursos da Coroa.

Nelson Werneck Sodré (1999), na obra “História da Imprensa no Brasil”, diz que a partir de 1821 surgem outros jornais no país, ainda que apenas no fim do século XIX e início do XX a imprensa brasileira tenha iniciado o desenvolvimento de estrutura empresarial, que corroboraria para estabelecer outras rela es entre jornais, política, anunciantes e público, e originaria a chamada “grande imprensa”.

A vivência de Nelson Werneck Sodré e a publica o da obra “História da Imprensa no Brasil” demonstram, aliás, como funciona a engrenagem política-Estado-jornalismo-empresas de m dia. Werneck Sodré, a partir de referência à teoria marxista, retratou o crescimento do capitalismo no Brasil e a ótima vincula o do sistema econ mico com o desenvolvimento da imprensa. O autor, que era general reformado do Exército e chegou a ter publica es proibidas e a ser preso durante a ditadura,   exemplo vivo daquilo que narra em sua obra. Mas antes de

aprofundar no desenvolvimento da imprensa no Brasil nesse período, é preciso fazer referência à base teórica que sustenta o conceito de indústrias midiáticas inseridas no ambiente das indústrias culturais.

## 2. Indústrias culturais

Conceituado pela primeira vez em 1947, na obra “Dialética do Esclarecimento”, pelos filósofos alemães Adorno e Horkheimer (1975), o termo Indústria Cultural pode representar a tentativa inicial de compreender grupos de mídia como indústria e como instrumento para se angariar lucro e reforçar ideologias. Judeus, os professores vinculados ao Instituto de Pesquisas Sociais da Universidade de Frankfurt – que mais tarde ficaria conhecido como Escola de Frankfurt – fugiram do regime nazista em 1933 rumo aos Estados Unidos, onde viveram até o final da 2ª Guerra Mundial. E foi nesse contexto de experiência advinda do modelo autoritário do nazismo e da sociedade capitalista norte-americana que a temática da indústria cultural foi embalada, ainda que a indústria midiática do Estado alemão fosse bem diferente da desenvolvida por empresários nos Estados Unidos.

É preciso, portanto, interpretar o conceito de Indústria Cultural a partir do seu contexto histórico. De um lado, o nazismo; de outro, a sociedade americana vista pelos filósofos judeus emigrados como o sintoma da decadência cultural do Ocidente. (...) tentou-se definir uma indústria muito especial, que produz não uma mercadoria qualquer, mas sim uma mercadoria que possui um valor simbólico muito grande (...). (FADUL, 1994, p.55).

Produção em grande escala, de baixo custo e padronizada eram características da indústria conceituada por Adorno e Horkheimer, que acreditavam em uma verdadeira manipulação dos receptores a partir daquilo que a Indústria Cultural passava a disseminar “em massa”. Contudo, no fim dos anos 1960, o próprio Adorno reconheceu que as pesquisas continham alguns equívocos e admitiu que, apesar da grande cobertura que alguns temas recebiam dos meios de comunicação de massa, nem sempre despertavam a atenção da população e, por isso, tal influência não se comprovaria.

Na obra “Indústria Cultural reconsiderada” (ADORNO; SOURCE, 1975), texto de Adorno volta a se referir a tópicos tratados juntamente com Horkheimer em “Dialética do Esclarecimento”, apontando justificativas e ponderações. Conforme o autor, a substituição da expressão “cultura de massa” – que era usada nos rascunhos dos trabalhos – por “indústria cultural” nas publicações se deve à necessidade de destacar o aspecto negativo do fenômeno estudado e de não acatar a ideia de que seria uma cultura advinda das próprias massas, espontaneamente, como forma de arte popular. “Indústria Cultural era um conceito destinado a chocar”, como bem define Hesmoldhalgh (2013, p.24, tradução nossa). O que os autores abordaram foi a cultura que se funde à indústria, e como os produtos são adaptados para o consumo de massas, considerando que essas massas não constituíam o lugar de origem dessas manifestações, mas um objeto de cálculo, um apêndice da máquina. “O cliente não é rei, como a indústria cultural gostaria de fazer crer, não seu sujeito, mas seu objeto”, define Adorno (in: ADORNO; SOURCE, 1975, p.12, tradução nossa). Assim, “a expressão ‘indústria’ não é para ser tomada literalmente. Refere-se à padronização da coisa em si (...) e à racionalização das técnicas de distribuição, mas não estritamente ao processo de produção” (ADORNO In: ADORNO, SOURCE, 1975, p.13, tradução nossa).

Ainda que a Teoria Crítica tenha sido superada em muitos de seus aspectos, é a partir dessas ponderações e do entendimento de que as produções de Adorno e Horkheimer estavam inseridas em contexto de descoberta dos meios de comunicação como instrumentos dos sistemas políticos nazistas e fascistas, que o trabalho desses pesquisadores ganha relevância ainda na atualidade.

Em sua leitura crítica da obra de Adorno e Horkheimer, o francês Bernard Miège (1989) sugere a utilização do termo “indústrias culturais”. Tratando aspectos da comunicação com foco na sociologia e na economia, Miège destaca que falar de indústrias culturais e conglomerados envolve abordar a circulação do dinheiro e a questão política. Miège (2007) defende que as indústrias culturais e midiáticas comportam grande diversidade. O que haveria de comum entre edição de livros, imprensa cotidiana comercial de massa, oferta de música gravada, salas de cinema

ou rádio para o público? Para o autor, é a multiplicação dessas ofertas e a diversidade que se amplia ainda mais a partir do final do século XX.

A “teoria das indústrias culturais” serviria para responder em parte a esse questionamento, mas, conforme Miège (2007), é importante considerar que tal teoria vem sendo submetida, há mais de 25 anos, a modificações, acréscimos e retificações, não podendo ser considerada como terminada.

Seguindo outros críticos da Escola de Frankfurt, incluindo o amigo de Adorno e contemporâneo Walter Benjamin, Miège argumentou que apesar de a introdução da industrialização e das novas tecnologias para a produção cultural, de fato, levarem ao aumento da mercantilização (comoditização), também induzem novos rumos e inovações interessantes. A mercantilização da cultura, então, era um processo muito mais ambivalente do que foi admitido pelo pessimismo cultural de Adorno e Horkheimer. (HESMONDHALGH, 2013, p.25, tradução nossa).

David Hesmondhalgh (2013) diz que cultura e indústria eram consideradas em oposição, mas que na democracia capitalista moderna elas não apenas convivem como entram em colapso em conjunto. De acordo com o autor, os sociólogos franceses (como Miège) e outros pesquisadores contemporâneos optaram por usar “indústrias culturais” no plural por compreenderem que no singular o termo poderia admitir que as diferentes formas de produção cultural que coexistem obedeceriam à mesma lógica, quando, em vez disso, o objetivo desses teóricos era mostrar como são complexas as indústrias culturais e identificar as diferentes lógicas de trabalho em diversos tipos de produção cultural.

Para Hesmondhalgh (2013) é preciso valorizar as pesquisas originárias, mas também enxergar suas limitações. Por isso, ele acredita que abandonar o extremo pessimismo de Adorno e Horkheimer não implica em celebrar as indústrias culturais como elas são. Assim, sugere que usar o termo “indústrias culturais” no plural e compreender a razão disso é válido no sentido de admitir os problemas da industrialização da cultura, mas também de recusar avaliações e explicações simplistas.

Anamaria Fadul (1994, p.56), pondera que as experiências do nazismo e da sociedade americana do pós-Guerra, que são pano de fundo da obra de Adorno e Horkheimer, não podem ser transportadas para a sociedade brasileira. Daí a

necessidade de se adotar todos os conceitos aqui apresentados a partir de análise crítica, para evitar a dependência teórica. Segundo Fadul, incorporar qualquer conceito de forma acrítica pode conduzir a análises equivocadas. Portanto, é preciso avaliar essas perspectivas teóricas pensando na realidade do Brasil.

Sabe-se que foi no século XIX o início de uma das primeiras indústrias culturais – a do jornal diário –, e que no século seguinte a televisão se transformou em indústria efetiva e poderosa, abrindo caminho para o futuro desenvolvimento de novas tecnologias e mídias eletrônicas, como a internet. Mas como essa indústria midiática se desenvolveu no Brasil até chegarmos ao modelo contemporâneo?

Defendendo a ideia de que para entender a maneira como as empresas de comunicação se articulam na atualidade é preciso compreender como elas se formaram e se estabeleceram, propomos o resgate histórico de como a estrutura das indústrias culturais e dos conglomerados de informação jornalística se desenvolveu no período da ditadura militar brasileira, compreendido entre 1964 e 1985.

### **3. As indústrias culturais e a ditadura no Brasil**

No texto “Indústrias culturais e capitalismo no Brasil”, Virginia Fonseca atribui o desenvolvimento das indústrias culturais no país a dois fatores: o ingresso do Brasil na etapa do capitalismo monopolista e a instauração do regime militar em 1964. Segundo a autora, o desenvolvimento dessa fase capitalista ocorreu nas décadas de 1960 e 1970, quando o país passou por um “projeto de desenvolvimento burocrático-autoritário fundamentado na Ideologia da Segurança Nacional (ISN)” (FONSECA, 2003, p.314), mas diante de um cenário internacional em que a economia capitalista já estava plenamente constituída. Daí a ideia de que esse processo ocorre de forma tardia no Brasil.

Ainda que antes de 1960 a economia brasileira contasse com empreendimentos vinculados ao setor cultural e das comunicações (por exemplo, jornais, emissoras de rádio, editoras e gravadoras) voltados a um mercado incipiente, Fonseca considera que eles não tinham as características próprias do



que Adorno e Horkheimer denominaram “indústria cultural”. Conforme esses teóricos, “indústria cultural” se refere ao “conjunto de organizações empresariais, altamente concentradas tecnicamente e de capital centralizado, que produzem e distribuem objetos culturais em grande escala”, marcadamente a partir da divisão do trabalho em alto grau e com finalidade de rentabilidade econômica. (FONSECA, 2003, p.315).

Enquanto a década de 1950 foi palco das importantes reestruturações gráficas, capitaneadas pelo Diário Carioca e pelo Jornal do Brasil, ficando marcada pelo processo de modernização na produção dos jornais diários, alguns autores pontuam que na década de 1960 a temática política teria sido apartada das publicações, em função do apoio de alguns setores ao governo, mas principalmente da censura – acirrada após o recrudescimento da ditadura, a partir da publicação do Ato institucional nº 5, em dezembro de 1968. (LAGE, 2005; BARBOSA, 2013).

Se as décadas de 1940 e 1950 são descritas como período de incipiência do consumo de massa no Brasil, as duas décadas seguintes são interpretadas como a era da consolidação do mercado de bens culturais. O período de desenvolvimento industrial conhecido como “industrialização pesada” ocorreu entre 1956 e 1961, durante o governo Juscelino Kubitschek, compondo o modelo de capitalismo monopolista, alterando radicalmente a estrutura do sistema produtivo e garantindo um salto tecnológico. Mas Fonseca (2003) ressalta que a industrialização pesada tem apoio na intervenção estatal articulada ao capital estrangeiro.

O papel do Estado na fase de “industrialização pesada”, conforme Mello (1991), foi decisivo, e por duas razões: 1º) porque foi capaz de investir maciçamente em infraestrutura e nas indústrias de base sob sua responsabilidade; e 2º) porque estabeleceu as bases para a associação com a grande empresa oligopólica estrangeira, definindo claramente um esquema de acumulação e de favorecimentos. Assim, o Estado e grandes empresas oligopolistas internacionais comandaram o processo de “industrialização pesada”, período essencial para se compreender o contexto em que começam a se estruturar as indústrias culturais no Brasil. (FONSECA, 2003, p.317).

Mas, além da questão econômica, talvez a maior contribuição do texto de Virginia Fonseca esteja na contextualização do momento político. Segundo ela, o papel dos governos militares que sucederam o golpe de 1964 foi o de aprofundar o processo de “integração do Brasil à ordem capitalista internacional” (FONSECA,



2003, p.318). A aliança entre setores da classe média e da burguesia com os militares é algo a ser considerado na transformação de alguns grupos em grandes indústrias das comunicações. Estudo desenvolvido por Taschner (1992 apud FONSECA, 2003) sobre a transformação do grupo editorial Folha da Manhã em grande indústria jornalística permitiu a observação de que o Estado beneficiou, principalmente, os “grupos modernos” da burguesia e da classe média.

[...] foi nos marcos do capitalismo monopolista tardio e sob a égide de um regime político burocrático-autoritário de controle militar, no qual boa parte dos direitos de cidadania foram restringidos ou inexistentes, que a indústria cultural viveu um período de grande desenvolvimento [...]. (TASCHNER, 1992, p.105 apud FONSECA, 2003, p.318).

Mas a observação de que a ditadura militar tinha um duplo significado: de projeto político e econômico é fundamental para a compreensão do certo paradoxo que coexistiu nesse período (1964-1985), mesclando objetivos de nacionalismo e internacionalização. Em termos de projeto político, a Ideologia de Segurança Nacional, que “concebe o Estado como uma entidade política que detém o monopólio da coerção, a faculdade de impor – inclusive pela força – as normas de conduta a serem obedecidas por todos”. (FONSECA, 2003, p.319). Daí a perseguição, as mortes, a censura e a tortura que marcaram esse período.

Segundo Marialva Barbosa (2013, p.288), falar desse período a partir do ponto de vista de uma história da comunicação é referir-se aos processos em que as relações de poder atravessaram mais intensamente os meios de comunicação e de uma época em que “a censura política se abateu violentamente sobre a imprensa”.

O antropólogo Renato Ortiz (1991 apud FONSECA, 2003) explica que, mesmo existindo a necessidade de vigiar e conter qualquer oposição, havia a percepção (pelos governos militares) de que o incentivo da indústria cultural é essencial para a manutenção do projeto de poder. Tal prática, contudo, não foi inventada pela ditadura, mas é advinda de experiências anteriores:

Quando retirou sua candidatura para presidente da República em 1950, para abrir espaço à candidatura de Getúlio, Ademar de Barros pagou CR\$ 300 mil (cerca de R\$233 mil) para os [Diários] Associados por uma entrevista dele, Ademar, realizada pela estrela da casa, o repórter Samuel Wainer. [...] Em 1949, Lacerda pede ao dono do Correio [da Manhã], Paulo



Bittencourt, o título da sua coluna (“Tribuna da Imprensa”) para lançar um jornal e o apoio do governador de Minas, Milton Campos, um dos fundadores da União Democrática Nacional (UDN) para cobrir as despesas. (LAURENZA in MARTINS, LUCA, 2013).

E é sob esse tipo de conchavo que contraditoriamente mescla acordo, destinação de verbas, anúncios publicitários e uma dose de censura que as relações entre os donos de alguns dos principais veículos noticiosos e os políticos vão se estabelecendo. E é por isso também que, em 1964, a ocupação das redações e o impedimento da veiculação de algumas notícias não soariam tão estranhos aos jornalistas já acostumados com certas práticas de controle.

Ainda que a ideia de “integração nacional” fosse interpretada de uma forma pelos militares e de outra pelos empresários, existia alguma convergência de interesses. O Estado militar tratava de implantar a infraestrutura de comunicação e parte dos benefícios era colhida pelas empresas do setor. Um exemplo foi o das iniciativas para a televisão, a partir da Embratel e do sistema internacional de satélites, em 1965, e a inclusão do sistema de micro-ondas, iniciado em 1968 e concluído em 1970. Esses sistemas de redes foram cruciais para as indústrias culturais, a exemplo do desenvolvimento da Rede Globo.

A partir da década de 1970 o mercado das indústrias culturais registra crescimento na produção, distribuição e consumo, possibilitando fortalecimento dos grupos publicitários, editoriais, da indústria gráfica, cinematográfica, jornalística e de entretenimento, o que ocasionou também a formação de grandes conglomerados. Por isso, Fonseca alerta para a relevância da não dissociação entre fenômenos econômicos e motivações políticas.

Marialva Barbosa (2013, p.302-303) lembra que nesse período os jornais diários passaram por vertiginoso processo de concentração, com o desaparecimento de muitos títulos. Esse processo envolvia principalmente empresas jornalísticas dos grandes centros urbanos. “No início dos anos de 1970, o maior número de jornais estava em São Paulo: 229 jornais e 210 revistas. O Rio de Janeiro ocupava a quarta posição, atrás do Rio Grande do Sul e de Minas Gerais, tendo editado naquele ano 39 jornais (...)” Em 1978, os institutos Marplan e Verificador de Circulação (IVC) divulgaram que a tiragem média dos 31 jornais do

país era de 5.932.648 exemplares. Se na década de 1950 havia 22 jornais diários no Rio de Janeiro, dez anos depois eram 16 e no fim da década de 1970 havia somente sete. (BARBOSA, 2003). Apenas a título de comparação com números mais recentes, dos 133 jornais auditados pelo IVC, atualmente a cidade do Rio sedia seis publicações (IVC, 2015).

A explicação para o desaparecimento de numerosos títulos em todo o Brasil é de múltiplas ordens: desde a elevação dos custos de produção até razões de natureza política, em função do processo de cerceamento da liberdade de expressão. Há que se levar em conta ainda os desmandos administrativos de muitas empresas, resultantes da adoção de um modelo que ainda fazia do clientelismo e do favorecimento prática diária para o sucesso de diversas publicações. Tudo isso somado à mudança de cenário político, econômico e midiático. A política sai de cena como discurso simbólico dominante perante o universo cultural do público, o que fez com que a polêmica política fosse expulsa no noticiário. (BARBOSA, 2003, p.303).

A concentração dos impressos se espelhava na ação que ficou conhecida como um marco da supressão de títulos, quando, em 1º de janeiro de 1960, o Grupo Folha anunciava a reunião dos três jornais (Folha da Manhã, da Tarde e da Noite) em um, a Folha de São Paulo. O espaço para edições matutinas e vespertinas, até então recorrentes nos grandes jornais, reduzia-se.

Paralelamente, houve proliferação das revistas. O Grupo Abril, por exemplo, iniciou o processo de ampliação ainda na década de 1960, assim como outras revistas destinadas principalmente à classe média. Duas das revistas mais populares do grupo na época, Realidade e Veja, foram lançadas em 1966 e 1968, respectivamente. A revista Quatro Rodas havia começado a circular em 1960.

Mas além da redução de títulos de jornais diários e o crescimento de impressos com periodicidade mais espaçada, o período pós-64 foi marcado pela atuação da imprensa alternativa (ou nanica). Conforme Marialva Barbosa (2003), esses nomes eram usados para designar mais de uma centena de publicações que surgiram entre 1964 e 1980, muitas vezes com periodicidade incerta e certo grau de informalidade, sem relação com o “jornalismo dominante” das grandes empresas e dos conglomerados já existentes.

Foi a partir de meados dos anos 1970 que a imprensa alternativa (que literalmente se colocava como uma alternativa à “grande imprensa”), mesmo em

condição de “semi-legalidade” ou “ilegalidade”, teve papel mais relevante. Os jornais Movimento, Versos, Em Tempo e Opinião, além da revista Pasquim, foram apenas alguns dos veículos alternativos que se desenvolveram na época. Ainda que bem diferentes entre si (devido à formatação e aos ideais políticos nem sempre convergentes – o que também justifica a ideia de “esquerdas”) um ponto de semelhança era a luta contra a ditadura militar.

As alterações proporcionadas pela ampliação do número de aparelhos de TV nas residências também devem ser consideradas. Com base no Anuário Estatístico do Brasil, publicado em 1971, Marialva Barbosa (2013) ressalta que no final dos anos 1960 já existiam mais de três milhões de aparelhos pelo país, sendo que a principal emissora de TV era a Rede Tupi de Televisão, que tinha como carro-chefe dos programas jornalísticos o Repórter Esso, em um momento que os noticiários ganhavam menos espaço que os filmes, os programas de auditórios, as novelas, o esporte e a publicidade. A autora destaca como marco das ações televisivas a transmissão, ao vivo, via satélite, da chegada do homem à lua e da Copa do Mundo de 1970, que registrou índices de audiência surpreendentes. A década de 1970 representa na história dos processos comunicacionais brasileiros a emergência da TV como meio massivo. Nesse período, existiam quatro emissoras de TV no Rio (Globo, TV Tupi, TV Rio e TV Excelsior) e sete em São Paulo (Cultura, Tupi, Globo, Record, Excelsior, Gazeta e Bandeirantes). (BARBOSA, 2013, p.322).

Se anteriormente não havia preocupação como a formação de carteis – nem mesmo o Código Brasileiro de Telecomunicações promulgado em 1962 estipulava normas para evitar a concentração midiática –, já que na prática havia concorrência entre os canais existentes, a partir do golpe de 1964 e da operação da TV Globo, em 1965, a situação começa a mudar.

Conforme Rodrigo Duarte (2010, p.114), a estação pertencente à família Marinho – também proprietária de estações de rádio e jornais – em pouco tempo abriu filiais em São Paulo, Recife, Belo Horizonte e Brasília e se associou a canais independentes, o que permitiu ser a primeira emissora a transmitir parte de sua programação em rede para todo o país, “beneficiando-se da legislação vigente, que

determinava a responsabilidade estatal na oferta de infraestrutura completa de telecomunicações”.

Duarte considera que a partir desse período começa o declínio do império de telecomunicações erguido nos anos 1950 por Assis Chateaubriand, iniciando a ascensão do conglomerado da Globo, que atingiu seu apogeu em 1980.

Tendo como acionista, nos primeiros anos de funcionamento, o grupo norte-americano Time-Life (atualmente TimeWarner), a TV Globo introduziu no Brasil muitas inovações tecnológicas, baseando sua grade de programação principalmente em jornalismo e telenovelas. (DUARTE, 2010, p.115).

Após uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) para apurar o caso Time-Life, a Globo rompeu o contrato com a empresa que firmaria sociedade. Ainda assim, a TV Globo introduziu inovações tecnológicas, como a utilização de câmeras portáteis e unidades móveis de transmissão, permitindo mobilidade e nova dinâmica à cobertura jornalística. Ana Paula Goulart Ribeiro et al. (2010) também destacam que a Globo passou a investir em profissionalização e ações de mercado, criando departamentos de pesquisa e investindo em marketing.

Barbosa (2013) lembra que a televisão teve papel importante na construção de um ideal de modernidade, baseado no capitalismo monopolista e na exclusão da participação política, utilizando a unificação cultural como justificativa para a integração nacional. Na esteira desses processos, o Jornal Nacional, que estreou em 1969, foi escolhido para inaugurar a emissão em rede da TV Globo. E as novidades não paravam de surpreender. Com a introdução do *teleprompter* (1971) e da produção de todas as reportagens em cores (a partir de 1973 pelo Jornal Nacional), o ideal de modernidade se fortalecia.

Nesse mesmo período, o governo iniciou uma série de medidas que alteravam as políticas públicas de comunicação. A lei 6.301 de 1975 instituiu a política de exploração de serviço de radiodifusão de emissoras oficiais e autorizou o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasileira de Radiodifusão (Radiobrás).

#### **4. O início da abertura e a farra das concessões**

O período da ditadura, marcado por todo tipo de controle de manifestação e pela censura à imprensa, justificaria a “escassez” de atividade política por parte dos meios de comunicação de massa. Conforme Azevedo (2006), o paralelismo político<sup>3</sup>, quando ocorria, era em oposição ao regime militar, e não em torno de interesses partidários ou conflitos ideológicos.

Sobre este aspecto, é preciso fazer uma ponderação. De fato, boa parte da imprensa brasileira sofreu algum tipo de retaliação e interferência, no entanto, é necessário dimensionar que os atos de censura e às imposições à liberdade de informação não foram equânimes em todo o período autoritário. Também merece destaque o fato de parcela significativa dos meios de comunicação comerciais ter apoiado o golpe de 1964 (o que também justifica a revisão do termo e adoção de “golpe civil-militar”) e em seguida a ditadura instaurada. Há uma mudança no posicionamento da imprensa em geral durante o regime ditatorial, e cada veículo adotou postura diferenciada a cada novo episódio histórico-político, mas em nenhum momento o paralelismo político deixou de existir. Neste ponto, tendemos a discordar de Azevedo quanto à afirmação de que só haveria paralelismo com os grupos políticos de oposição à ditadura. Pelo contrário, o que percebemos com a revisão bibliográfica e as análises realizadas é que em vários momentos a grande mídia se submeteu (ou foi levada a se submeter) a porta-voz dos ideais golpistas e, posteriormente, da ditadura militar.

Fernando Azevedo (2006) diz que o surgimento do rádio na década de 1920 e sua popularização na década seguinte propiciam o começo da era da comunicação de massa. Contudo, o autor esclarece que o processo de formação de um “mercado de massa” foi demorado e só se completaria a partir das transmissões televisivas, na década de 1950, e a criação e expansão das redes nacionais de rádio e televisão por volta dos anos 1970. Portanto, somente após 1980 é que o

---

<sup>3</sup> Afonso de Albuquerque (2012) pondera que o conceito “paralelismo político” usado para analisar as relações entre mídia e política se popularizou após o estudo da dupla Hallin e Mancini (2004), que fez dele um dos quatro critérios fundamentais do seu projeto comparativo. Mas, as origens do termo remetem à obra *The Political Impact of Mass Media*, publicada três décadas antes por Seymour-Ure. Conforme Albuquerque (2012, p.8), Seymour-Ure “busca estabelecer as bases de uma investigação sistemática sobre a conexão entre jornais e partidos políticos”, propondo análise comparativa dos fatores que influenciam essa relação. “Em linhas gerais, o conceito de paralelismo político se refere à percepção de uma convergência de objetivos, meios, enfoques e públicos entre determinados jornais e determinados partidos políticos”, refletindo um caso específico sobre a realidade política e midiática da Europa Ocidental e, em especial, do Reino Unido.



sistema de mídia brasileiro ganharia uma feição inequívoca de indústria de massa, com a televisão ocupando lugar central no mercado nacional de entretenimento e informação.

Historicamente algumas das características mais notáveis do nosso sistema de mídia permanecem imutáveis: o monopólio familiar e a propriedade cruzada nos meios de comunicação de massa, a pequena diversidade externa do ponto de vista político e o viés conservador, a baixa circulação dos jornais associada ao baixo número de leitores e, como consequência, no campo da grande imprensa, um jornalismo orientado prioritariamente para as elites e permeável à influência dos públicos fortes. Some-se a tudo isto, no campo político, os ciclos autoritários, o retorno relativamente recente da democracia e da liberdade de imprensa e a atual presença de um pluralismo polarizado (moderado) e teremos um quadro que em características mais gerais se encaixam perfeitamente, tanto no que diz respeito ao sistema de mídia quanto ao sistema político, no modelo mediterrâneo. (AZEVEDO, 2006, p.89).

Esse modelo mediterrâneo, o qual Fernando Azevedo se refere, é baseado na descrição de Daniel Hallin e Paolo Mancini (2004), que também o nomeia como modelo “pluralista polarizado”. O termo mediterrâneo deve-se ao fato de ter sido exemplificado pelos casos de França, Grécia, Itália, Portugal e Espanha. Algumas das principais características são a baixa circulação dos jornais, que são orientados predominantemente para a elite política, e a centralidade da mídia eletrônica (rádio e TV) no mercado de informação. O processo tardio da profissionalização no campo jornalístico, da liberdade de imprensa e do desenvolvimento da mídia comercial, sendo que a fragilidade econômica dos jornais os faz depender de subsídios e ajuda governamental (principalmente via publicidade oficial) também são características.

Nesse modelo o paralelismo político é relativamente alto, com predominância do jornalismo opinativo (grande importância aos comentários) para a defesa de interesses ideológicos, políticos e econômicos. Os jornais representam tendências políticas distintas, podendo desempenhar algum tipo de ativismo em causas e momentos específicos. O sistema público de televisão, quando existente, tende a apoiar as políticas de governo, e não há prevalência de regras legal-rationais na regulação do setor da comunicação.

No que rege o sistema político, o modelo mediterrâneo tem como características básicas períodos de autoritarismo e democratização recente e/ou



pluralismo polarizado, forte presença dos partidos políticos na vida pública, predomínio da representação coletiva sobre a individual (não é o caso do Brasil), forte envolvimento do Estado e dos partidos na economia (dirigismo) e, em alguns lugares (França e Itália), a presença de um *welfare state*.

Além desse modelo que poderia incorporar as características brasileiras na visão de Azevedo, há um quadro geral descrito por Hallin e Mancini (2004) que ainda envolve o modelo corporativista-democrático (ou norte-centro europeu: Dinamarca, Suécia, Noruega, Finlândia, Alemanha e Suíça) e o liberal (ou Atlântico Norte: Estados Unidos, Canadá e Inglaterra). Segundo esses autores, os três modelos (pluralista polarizado, corporativista-democrático e liberal) foram elaborados na tentativa de tipificar padrões recorrentes das relações entre sistemas de mídia e políticos. Contudo, eles ponderam que são modelos ideais do tipo weberiano e, por isso, não devem ser compreendidos radicalmente como modelos finais, ou fechados.

Como os sistemas de mídia e políticos não apresentam o mesmo “grau de pureza” dos modelos propostos, a classificação leva em conta a proximidade com algum dos modelos ideais, permitindo, ainda, que atributos de um sejam mesclados com os dos outros em casos específicos de sistemas mais complexos. Além disso, deve-se considerar que sistemas de mídia e sistemas políticos podem estar em processo de transição de um modelo para outro, já que não são estáticos. (Azevedo, 2006).

Para definir esses três modelos, Hallin e Mancini (2004) levaram em conta quatro dimensões analíticas referentes aos sistemas midiáticos, como mercado de mídia (desenvolvimento fraco ou forte da mídia de massa no mercado de informação), paralelismo político (relação entre imprensa, governos, ideologias e partidos), desenvolvimento do jornalismo profissional (grau de profissionalização) e natureza da intervenção estatal no campo da comunicação (capacidade de intervenção e regulamentação do Estado no setor das comunicações).

Em relação ao sistema político, eles também elencaram algumas dimensões, como história política (padrões de conflito e consenso), modelo democrático adotado (majoritário ou proporcional), valores políticos (pluralista ou individualista),

as funções do Estado e a presença de regras do tipo legal-racional nos processos de regulação e governança. A partir do cruzamento de aspectos dos sistemas midiáticos e políticos os autores propuseram os três modelos conforme as regiões em que mais têm incidência (AZEVEDO, 2006).

Tomando por base os trabalhos de Seymour-Ure ainda na década de 1970, Afonso de Albuquerque (2012) lembra que as origens do termo “paralelismo político” advém da tentativa de compreender as relações entre jornais e partidos políticos. Em 1975, a questão do paralelismo político foi retomada por Blumler e Gurevitch (apud ALBUQUERQUE, 2012) para comparar conceitualmente a relação entre organizações políticas e midiáticas em diferentes sociedades. A relação entre meios de comunicação e partidos políticos é considerada, mas os autores evitam descrever esta relação como “paralelismo”. A alternativa foi identificar cinco níveis de partidarismo da imprensa, que vão desde o controle direto de empresas midiáticas pelo partido até a existência de grupos midiáticos que definem regras rígidas para se comprometerem com a neutralidade. “A análise que Hallin e Mancini (2004) fazem do paralelismo político é fortemente tributária dessas duas contribuições.” (ALBUQUERQUE, 2012, p.10).

Soma-se ao estudo de Hallin e Mancini, o trabalho empírico que desenvolveram e o fato de retomarem o termo “paralelismo” com o intuito de descrever a relação entre os meios de comunicação e as forças políticas, sem se restringirem, como fez Seymour-Ure, à relação específica entre meios e partidos. Contudo, Albuquerque (2012) pondera as variáveis e modelos propostos por Hallin e Mancini servem de base a um sistema analítico consistente e compreensivo quando aplicado ao corpus original, composto pelos dezoito países por eles selecionados.

(...) embora os três modelos [liberal, corporativista democrático e pluralista polarizado] pareçam bastante sólidos quando julgados em relação ao corpus original da investigação, eles têm consequências diferentes quando considerados como parâmetros comparativos em uma escala mais ampla. Isto porque, ao contrário dos modelos Liberal e Corporativista Democrático, o modelo Pluralista Polarizado se caracteriza pela ausência de valores consensuais sólidos o bastante para fazer dele também um modelo normativo – o que permitiria a ele servir como referencial inspirador para outros países. As características do modelo Pluralista Polarizado se definiriam em boa medida negativamente em relação aos dois outros modelos: basicamente faltariam a ele qualidades que definiriam os outros dois. (ALBUQUERQUE, 2012, p.13).

Portanto, o que Fernando Azevedo (2006) faz é uma adaptação dos conceitos e modelos traçados por Hallin e Mancini à realidade brasileira. Guardadas as ressalvas necessárias a esse tipo de transposição, defende-se aqui ser importante compreender essas diferentes propostas analíticas, já que elas podem lançar novas luzes aos fenômenos políticos em interface com os meios de comunicação. Aliar aspectos dos estudos referentes às indústrias culturais à abordagem do paralelismo político – sem, necessariamente, deter-se aos três modelos de Hallin e Mancini – pode ser um caminho para futuras pesquisas sobre a relação entre mídia e sistema político, viabilizando inclusive variadas possibilidades de aplicação empírica.

#### **4. Considerações finais**

É preciso compreender que a imprensa é um ator político no processo da ditadura brasileira e que as empresas de mídia que cresceram durante o período, beneficiadas pelo Estado, sustentaram, mesmo que indiretamente, a manutenção do regime, o que justifica o tratamento do período em questão como “ditadura civil-militar”, o que vem sendo disseminado por alguns pesquisadores de história, política e áreas afins (ROLLEMBERG, QUADRAT, 2010; AARÃO REIS, 2014). Contudo, preferimos adotar neste artigo o termo “ditadura militar”, ainda que tenhamos destacado a importância de diversos setores civis no estabelecimento e manutenção da ditadura. Trataremos, portanto, o golpe como civil-militar e da ditadura como militar, seguindo a defesa de Carlos Fico (2014), que pondera não ser o apoio político o fator determinante da natureza dos eventos, mas a efetiva participação dos agentes históricos em sua configuração.

Este artigo não foi constituído com a pretensão de se analisar os produtos midiáticos, mas sim de oferecer revisão bibliográfica que permita melhor refletir as tramas que envolvem o jornalismo como instituição e “indústria midiática” e os atores políticos em um momento histórico determinado: a ditadura. Abordamos aqui comportamentos empresariais-midiáticos que não foram lineares ou homogêneos no



período em questão, mas que permitiram contradições, não sendo possível afirmar que todas as empresas jornalísticas tenham atuado durante os 21 anos de regime autoritário – e também após a redemocratização – de maneira equânime. Nem mesmo entre os jornais alternativos havia unanimidade ou comportamento político padronizado. Ainda que eles tivessem orientação política clara, fossem pouco institucionalizados e a maioria se portasse contra a ditadura, as diferenças internas e de posicionamento eram marcantes.

No caso da grande imprensa, as contradições também são perceptíveis, ainda que algumas semelhanças possam ser observadas. Os exemplos são a tendência à profissionalização, o fortalecimento de grupos que se adequaram aos ideais do regime e o estabelecimento do lucro como objetivo. No que compete ao jornalismo impresso diário, houve acelerado processo de modernização industrial e das rotinas produtivas, mas com forte concentração da propriedade e extinção de vários títulos tradicionais.

É inevitável relacionar o desenvolvimento das indústrias culturais no país à instauração da ditadura. Pode-se também afirmar que nos 21 anos do regime, algumas das características gerais foram a expansão do sistema de mídia, o fortalecimento da televisão como principal veículo “de massa”, a modernização da imprensa, a tendência à concentração dos jornais diários, a expansão e segmentação no mercado de revistas. Se a criação da Embratel, a implantação do sistema internacional de satélites e de micro-ondas, e a possibilidade de ampliação das estações repetidoras expandiram nacionalmente o serviço de radiodifusão, até então com alcance meramente local ou regional, alguns setores econômicos e políticos foram privilegiados com as distribuições das concessões.

Isso demonstra a percepção do Estado de que era importante financiar e incentivar as indústrias de mídia. Aproveitando-se das oportunidades, muitas empresas estreitaram os laços com o regime e se transformaram em conglomerados, parte deles ligada às elites políticas. Por outro lado, com o recrudescimento da ditadura e os fundamentos da Ideologia da Segurança Nacional, as liberdades e os direitos de cidadania eram restringidos. O resultado foi a



perseguição a jornalistas que se opunham ao governo, o fechamento de jornais, a supressão de títulos e a censura.

A censura, aliás, funcionou de várias maneiras, tendo momentos de maior ou menor rigor. Seja por meio da manutenção de censores dentro das redações, do envio de recados com os assuntos proibidos, da apreensão de material jornalístico, da escolha prévia daquilo que seria publicado, do arrolamento de repórteres como testemunhas e réus em processos da Justiça Militar, ou ainda da prisão e tortura de jornalistas, desde as vésperas do golpe de 1964 (e até mesmo antes disso) o objetivo de controlar a informação se tornou uma política de Estado. Para que isso fosse possível, a aproximação do governo com algumas indústrias de mídias era inevitável. Somente com o apoio de alguns formadores de opinião e de empresários do setor a “legitimidade” do regime poderia ser alcançada.

Nitidamente, alguns grupos só atingiram a posição de conglomerados porque o Estado ofereceu condições para que se desenvolvessem desproporcionalmente aos demais. Ainda que algumas iniciativas de regulação tenham sido implementadas no país, a concentração dos veículos de comunicação ainda é gigantesca, dificultando a almejada pluralidade. O sigilo das informações sobre propriedade e mercado envolvendo as empresas de mídia, a dificuldade de se rever o sistema de concessões de rádio e TV e de implantar uma política pública de regulação e fiscalização que seja eficaz (já que qualquer tentativa nesse sentido é apontada pelos conglomerados como censura), podem ser consideradas heranças desse período onde o culto ao sigilo e à falta de transparência era marcante.

## Referências

AARÃO REIS, Daniel. **Ditadura e democracia no Brasil**: do golpe de 1964 à Constituição de 1988. Rio de Janeiro: Zahar, 2014.

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

\_\_\_\_\_; SOURCE, Anson G. Rabinbach. Culture Industry reconsidered. **New German Critique**, n. 6, Autumn, 1975, p. 12-19.



ALBUQUERQUE, Afonso de. **O paralelismo político em questão**. Revista Compolítica, v.2, n. 1, jan-jun 2012.

AZEVEDO, Fernando Antônio. Mídia e democracia no Brasil: relações entre o sistema de mídia e o sistema político. In: **Opinião Pública**, Campinas, vol. 12, n.1, p. 88-113, Abril/Maio 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/op/v12n1/29399.pdf>>. Acesso em: 7 jul.2014.

BARBOSA, Marialva. **História da comunicação no Brasil**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

DECRETO 83.993. **Constitui a Empresa Brasileira de Notícias, aprova seu Estatuto e dá outras providências. 1979**. Disponível em: <[http://legis.senado.gov.br/legislacao/ListaNormas.action?numero=83993&tipo\\_norma=DEC&data=19790919&link=s](http://legis.senado.gov.br/legislacao/ListaNormas.action?numero=83993&tipo_norma=DEC&data=19790919&link=s)>. Acesso em: 1 jul.2014.

DUARTE, Rodrigo. **Indústria cultural: uma introdução**. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2010.

FADUL, Anamaria. Indústria Cultural e comunicação de massa. **Série Ideias n°17**. São Paulo: FDE, 1994, p.53-59.

FERNANDES, Carla Montuori; CORREIA, Genira Chagas. Mídia jornalística como instrumento de ação política no Golpe Militar de 1964. In: **Estudos de Jornalismo e Mídia**. Florianópolis, v.11, n.1, p.77-88, jan./jun. 2014. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2013v11n1p77/27177>>. Acesso em: 7 jul.2014.

FICO, Carlos. **O golpe de 1964: momentos decisivos**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2014.

FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira. Indústrias culturais e capitalismo no Brasil. In: **Em Questão**. Porto Alegre, v.9 n.2, p.308-326, jul./dez. 2003.

HALLIN, Daniel C. & MANCINI, Paolo. **Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics**. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

HESMONDHALGH, David. **The Cultural Industries**. 3rd. Ed. London: Sage, 2013.

IVC. Publicações auditadas: jornais, 2015. Disponível em: <<http://ivcbrasil.org.br/auditorias/aPublicacoesAuditadasJornal.asp>>. Acesso em 29 março 2015.

LAGE, Nilson. **Teoria e técnica do texto jornalístico**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.



MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2013.

MIÈGE, Bernard. **The capitalization of cultural production**. London: International General, 1989.

\_\_\_\_\_. As indústrias culturais e mediáticas: uma abordagem sócio-econômica. In: **Matrizes**, v.1, n.1, out. 2007.

MOREIRA, Sonia Virgínia. **Rádio palanque: fazendo política no ar**. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 1998.

PORTO, Mauro. **Televisão e política no Brasil: a Rede Globo e as interpretações da audiência**. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. **História da Televisão no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2010.

ROLLEMBERG, Denise; QUADRAT, Samantha Viz (org.). **A construção social dos regimes autoritários: Brasil e América Latina**, volume II. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

TSE. **Presidente Dilma Rousseff sanciona lei da Minirreforma Eleitoral**. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/noticias-tse/2013/Dezembro/presidente-dilma-rousseff-sanciona-lei-da-minirreforma-eleitoral>>. Acesso em: 15 dez. 2013.