

# Imprensa e poder no Brasil pós-1930

Marialva Carlos Barbosa

## RESUMO

O texto reflete sobre a centralidade do papel dos meios de comunicação no Brasil, sobretudo no pós-1930, enfatizando a configuração histórica da grande imprensa no Rio de Janeiro na segunda década do século XX. Num primeiro momento procurar-se-á mostrar a importância de se olhar historicamente para os meios de comunicação, para, num segundo momento, refletir sobre o papel da imprensa no Brasil pós-1930. Esse texto faz parte de uma reflexão mais ampla incluída em pesquisas financiadas pela FAPERJ e pelo CNPq.

**PALAVRAS-CHAVE:** Imprensa. Poder. Brasil pós-1930.

## 1 Considerações Iniciais

Articulamos este texto em torno de dois pressupostos que se colocam, ao mesmo tempo, como duas questões: Qual a importância de se olhar historicamente para os meios de comunicação? Ou seja, como o olhar histórico é central para a formulação de questões envolvendo a mídia; e qual o papel dos meios de comunicação no Brasil pós-1930? Falar em desenvolvimento dos meios de comunicação neste período significa também considerar a centralidade dos meios e as relações imprensa e poder, enfatizando nessa abordagem questões de natureza cultural.

Os estudos de comunicação historicamente se desenvolveram centrados em dois pilares básicos: ora a mídia era visualizada como opressora, responsável pela manipulação do público (abordagens que tiveram predominância até a década de 1980), ora era visualizada como passível de construir a “liberdade gazeteira” das práticas (CERTEAU, 1994) em abordagens que passaram a valorizar e a enxergar as invenções do público nas suas relações com os meios (abordagens que ganharam relevo sobretudo a partir da década de 1990).

Por outro lado, há que se acrescentar que os estudos de comunicação se valeram preferencialmente do referencial da sociologia, que forneceu uma espécie de legado teórico, base para a construção das reflexões em torno das múltiplas questões midiáticas. Essa base sociológica foi determinante para que se privilegiasse o viés cultural, quase sempre deshistoricizado, relegando-se a segundo plano, sobretudo nos últimos anos, as questões ideológicas. Essa aproximação resultou em abordagens cujo sujeito histórico muitas vezes não existe e, o mais grave, que primam pelas generalidades. As conclusões dessas análises apontam uma espécie de aspecto universal para questões, respondidas como se fossem válidas para qualquer formação social.

O que estamos propondo é que seja lançado sobre os estudos de comunicação um olhar histórico, o que evoca a questão da interpretação. Isso pode conduzir as pesquisas a descortinar as razões de um problema e não apenas

constatá-lo. Não se trata, por exemplo, apenas de dizer que a mídia pode determinar como pensar ou sobre o que pensar, mas interpretar por que isso acontece num espaço social considerado, com determinadas especificidades, que difere profundamente do que ocorre em outro espaço com historicidade diversa.

Considerar a história, portanto, não é necessariamente realizar estudos históricos, mas se valer da teoria da história para empreender a análise. E o principal postulado é exatamente a questão da interpretação: não se trata de recuperar o que de fato ocorre (até porque o que de fato ocorre jamais pode ser recuperado), mas interpretar – a partir da subjetividade do pesquisador – as razões de uma determinada ação social.

A história também fornece uma consciência crítica fundamental para a construção teórica. Quando o homem é capaz de questionar e criticar o seu presente, rejeitando-o e denunciando-o com sem sentido a partir de um ponto de vista que considera o passado e um futuro ideal imaginado, distingue então entre o presente histórico e a idade presente. Dar sentido a alguma coisa significa mover os fenômenos e as experiências para dentro do mundo, transformando o desconhecido em conhecido, o inexplicável em explicável, alterando o cotidiano a partir de ações significativas. Significa portanto ter consciência crítica. Mas isso não quer dizer tomar uma atitude concreta. Está aí exatamente a diferença entre conhecimento verdadeiro (*episthème*) e simples opinião (*doxa*). Queremos saber o que presumidamente ocorreu no século XIX não para punir ou reprovar o responsável. Também o que nos move não é curiosidade, nem diversão. O que faz o conhecimento verdadeiro não é a ação pragmática. Neste sentido, a história não serve de lição para o presente (BARBOSA, 2005).

É a visão crítica, através da construção de uma teoria, que produz o conhecimento verdadeiro. Aqui se coloca o aspecto da relevância. Da mesma forma que a historiografia não decide sozinha o que é passado - já que depen-

de fundamentalmente do grau de consciência histórica que vai opor o novo ao velho, construindo assim o passado histórico – qualquer outra teoria também não decide sozinha o que possui relevância no presente. O que será objeto de estudo, mesmo que a reflexão se refira ao nosso aqui agora, como enfatiza Heller (1993), está na dependência do grau de consciência que faz desse presente o presente histórico.

O que será decifrado, através da interpretação, está sempre localizado no presente. É neste sentido que a história trabalha com vestígios que chegam ao presente sob a forma de mensagens e sinais. Sem vestígios não há passado. Compreendendo o vestígio como mensagem, atribuindo um valor a esses vestígios no presente, produz-se a interpretação. Assim, para contar uma história há que haver vestígios, a predisposição para lê-los e a leitura, isto é, a interpretação crítica.

Por último, gostaria de enfatizar o fato de a história trabalhar com particularidades, o que pode ser extremamente importante para os estudos de comunicação. Ao se proceder a uma interpretação, não se podem generalizar as conclusões para todos os contextos, já que cada espaço social possui uma conformidade histórica e uma trajetória particular. Analisamos formações sociais encharcadas de história e de sujeitos humanos que vivem sua própria história.

A produção da interpretação pressupõe uma realidade específica de formação social. Pensar historicamente significa contextualizar os espaços sociais numa cadeia de fatos, eventos, ocorrências, costumes, instituições que se constituem como fluxo (antes e depois).

A explicação histórica obriga ao entendimento das questões sociais dentro das dimensões espaciais e temporais, ou seja, a percepção das mudanças espaço-temporais. Portanto, pensar a ação dos meios de comunicação na sociedade pressupõe reconstruir, interpretar e dar um sentido presumido a essas questões numa dimensão espaço-temporal.

## 2 Uma formação social específica: o Brasil pós-1930

Levando em conta essas premissas teóricas e metodológicas, caracterizamos historicamente os meios de comunicação numa formação social específica e numa dada temporalidade. O olhar foca o Brasil pós-1930, procurando responder a questão central: qual o papel dos meios de comunicação nesse espaço-tempo?

No Brasil pós-1930, os meios de comunicação assumiram em muitos momentos políticos decisivos, sobretudo no que diz respeito aos grandes centros (Rio e São Paulo), o papel de protagonista.

O primeiro movimento da centralidade e do novo papel que a imprensa ostenta ocorre exatamente no período que passou a história como Estado Novo, quando os meios de comunicação ganham relevo na difusão da ideologia estadonovista, fundamental para a formatação do pensamento conservador brasileiro e para a construção de uma “revolução passiva”, tal como conceitua Gramsci.

Este é o primeiro momento de inclusão do País numa nova ordem capitalista, quando os grupos dominantes respondem aos movimentos esporádicos das classes subalternas, acolhendo parcela das suas reivindicações. A chamada ideologia da outorga, quando as reivindicações dos operariados são aprisionadas sob o rótulo de leis trabalhistas, mas de forma abrandada, é um exemplo desse tipo de ação.

O período inaugurado em novembro de 1930 é marcado também no campo midiático por contradições. Lembrado sempre, nos depoimentos dos homens de imprensa, como o momento em que os jornais tiveram sua liberdade inteiramente cerceada pela ação da censura e do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), criado em 1939, não se pode considerar de forma unânime que toda a grande imprensa sofreu negativamente com a ação política do período ditatorial de Getúlio Vargas.

A complexidade das relações políticas, que se inicia com a coalizão de forças que assume o poder em 1930, se reflete na própria configuração do jornalismo na Capital da República, que funciona nas cercanias do poder. Ainda que tenha havido a clara utilização dos meios de comunicação – inclusive os mais modernos, como o rádio – para atingir um público agora identificado como massa, houve também o alinhamento dos dirigentes das principais publicações com o regime. Ainda que tenha havido encampação de alguns periódicos, perseguição de outros tantos, houve mais proximidades, acordos e relações conjuntas entre os homens de governo e os homens de imprensa do que divergências.

Falar, portanto, da imprensa durante os primeiros quinze anos em que Getúlio Vargas esteve à frente do Governo é se referir às complexas relações de poder que se estabelecem, à questão do Estado, entendido de maneira ampliada, tal como concebeu Gramsci e, finalmente, compreender a formação de um pensamento que se construía como dominante e que será fundamental para a formulação dos ideais estadonovistas. Havia a preocupação em incluir um novo personagem: o público agora visto como massa. Havia, ainda, a construção de um ideal de nação, no qual prevalecia a idéia de direcionamento político e intelectual dos que ocupavam posição dominante face ao restante da população.

Em 1938, estão oficialmente registrados no então Distrito Federal 23 jornais, entre vespertinos e matutinos. Desde o centenário *Jornal do Commercio*, até aqueles que aparecem no início da década como o *Diário de Notícias*. Dentre eles destacam-se pelo poder de difusão junto ao público, *O Jornal*, *Diário da Noite*, *A Noite*, *A Manhã* e o *Correio da Manhã*. Ao lado desses circulam outros periódicos sem muita expressão como *A Batalha*, *A Nação*, *O Radical*, *Voz de Portugal*, *Correio da Noite*, *A Nota*, *Vanguarda* e *Democracia*. Há ainda os tradicionais diários que tiveram importância nas décadas anteriores, mas que estão em franco declínio de público, como o *Jornal do Brasil*, *O*

*Imparcial* e *Gazeta de Notícias* (PORTO, 1941, p. 274-276). Há outros que só ganham relevo nas décadas seguintes, como o *Diário Carioca*, fundado em 1928, e *O Globo*, criado em 1925.

Os principais diários são editados em média em cadernos de 24 páginas, podendo atingir aos domingos até 60 páginas. As tiragens dos matutinos mais populares situam-se em torno de 40 mil exemplares, já vespertinos como *O Jornal* podem atingir 120 mil exemplares. *A Noite* publica até cinco edições diárias, que saem, em 1937, praticamente de duas em duas horas, modificando apenas a primeira e a última página.

O rádio surge na década como principal veículo para atingir um público urbano cada vez mais diversificado e é através desse meio que a sociedade política irá instaurar alguns mitos fundamentais da ideologia estadonovista: entre eles o mito Vargas, construindo-se a imagem do presidente como pai dos pobres, líder das massas urbanas e defensor dos grupos menos favorecidos.

As grandes festas nacionais – entre elas o aniversário de Vargas, construído como momento cívico ao lado de outras datas mais tradicionais como a comemoração da Independência – são transmitidas pelo rádio para uma multidão agora identificada como massa.

Multiplicando as estratégias da oralidade, o rádio apresenta-se para o público como extensão dos ambientes de sua sociabilidade cotidiana, no qual os diálogos, as histórias ficcionais e a música são mediadas pela nova tecnologia informacional. Mas a linguagem radiofônica no cenário dos anos 1940 reproduz uma ambiência que já existia no universo cultural do ouvinte. Radionovelas, programas de auditório, construção de ídolos artísticos e mitos políticos invadem o imaginário do público preparado pela extensão massiva dos meios impressos nas décadas anteriores (BARBOSA, 2000).

Nessas emissões aciona-se a memória do ouvinte através de estratégias narrativas. Torna-se presente pela fala, pelo som, pelas músicas que invadem os ambientes culturais: a ficção é colocada ao lado da informação. Os discurs-

so performáticos de Getúlio Vargas que apelam diretamente aos trabalhadores (através do epíteto “trabalhadores do Brasil”, com que inicia invariavelmente seus pronunciamentos), os programas de auditório e a entrada em cena dos ídolos construídos pela performance que desempenham nas rádios promovem a reinstauração da oralidade agora mediada por um novo meio tecnológico.

### 3 A mítica da modernização

O País chega aos anos 1950 preparado para construir uma outra mítica e mais uma vez a ação hegemônica dos meios de comunicação como partido, no sentido de Gramsci (1991), será fundamental para – interpelando o universo cultural do público – construir novo cenário nacional.

O *slogan* do Governo Juscelino Kubitschek (1956-1960), que pretendia modernizar o Brasil, fazendo o trabalho de construção do País que levaria cinquenta anos em apenas cinco, resume o processo que tomou conta das redações dos principais jornais do Rio de Janeiro na década de 1950. De acordo com o espírito do tempo, em que desenvolvimentismo e modernização são palavras de ordem, também os jornais diários mais importantes da cidade apressam-se em se transformar e, o mais importante, em construir aquele momento como marco fundador de transformações decisivas no campo jornalístico.

A década de 1950 passa à História pelas narrativas dos próprios homens de imprensa como o momento mais singular de sua trajetória, quando uma série de mudanças introduzidas no processo de produção dos jornais diários transforma inteiramente a face do jornalismo que se faz no País. Começa aí, no dizer desses atores sociais, a nova imprensa brasileira.

Mas, a rigor, essas transformações, fruto de um longo processo que começa no início do século, são muito mais construções discursivas e memoráveis dos homens de imprensa, do que de fato se deram naqueles 1950. O



discurso memorável dos homens de imprensa construído *a posteriori* é que instaura a mítica da modernização e esse momento como fundador de uma nova fase do jornalismo brasileiro.

Na verdade, todo o processo de modernização do jornalismo da década de 1950 sedimenta uma série de mudanças paulatinamente implementada desde a primeira década do século e que encontra na conjunta história dos anos 1950 eco favorável ao discurso da neutralidade. Na década seguinte, as condições políticas brasileiras – o golpe de 1964 e a censura à imprensa – consolidam de vez o processo de transformação do jornalismo carioca.

O que se procura construir naquele momento é a autonomização do campo jornalístico em relação ao literário, fundamental para a autoconstrução da legitimidade da profissão. Assim, as reformas dos jornais na década de 1950 devem ser lidas como momento de construção, pelos próprios profissionais, do marco-fundador de um jornalismo que se faz moderno e permeado por uma neutralidade fundamental para espelhar o mundo. A mítica da objetividade – imposta pelos padrões redacionais e editoriais – é fundamental para dar ao campo lugar autônomo e reconhecido, construindo o jornalismo como a única atividade capaz de decifrar o mundo para o leitor.

Como enfatiza Ana Paula Goulart Ribeiro (2000, p. 8), a modernização gráfica, editorial, lingüística e empresarial dos jornais diários do Rio de Janeiro representa para a imprensa a instauração de um lugar institucional que lhe permite, a partir de então, enunciar as verdades dos acontecimentos de forma oficializada e se constituir como registro factual por excelência. Para a pesquisadora, a partir desse momento, o jornalismo se afirma enquanto fala autorizada em relação à constituição do real. O discurso jornalístico se reveste da aura de fidelidade aos fatos, o que lhe dá considerável poder simbólico.

Portanto, analisar as transformações por que passa a imprensa no período é visualizar o discurso memorável dos que se autodenominam agentes dessas mudanças e promover uma discussão em torno das relações imprensa e poder.

Ao implementar – através da eleição de parâmetros que são construídos como sendo os da modernização da imprensa – a imagem peculiar de intérpretes isentos e objetivos do mundo social, os jornalistas idealizam a profissão e o papel que devem ter na sociedade. Essa imagem, divulgada ao extremo e disseminada através de múltiplos discursos, se constitui na memória do grupo forjada por ele mesmo: um jornalismo moderno que entra numa nova fase profundamente diversa de todos os momentos anteriores.

Os jornais, ao priorizarem, a partir daí, um conteúdo enfeixado pela idéia de imparcialidade contida nos parâmetros do lide e da edição, no qual o corpo de *copy-desk* ganha destaque, e ao promoverem a padronização da linguagem, constroem para a imprensa o espaço da neutralidade absoluta. Com isso, passam a ter o reconhecimento do público como lugares emblemáticos para a difusão da informação, ainda que a carga opinativa nunca tenha sido alijada das publicações. A campanha da imprensa, em 1954, quando do suicídio do presidente Getúlio Vargas, talvez seja o exemplo mais emblemático da vinculação da imprensa ao campo político e de seu reconhecimento como força dirigente superior mesmo aos partidos e às facções políticas.<sup>1</sup>

Os jornais atuam como força dirigente superior, mesmo que em função de objetivos específicos se liguem a um ou a outro grupo e, dessa forma, exerçam o papel de estado maior intelectual do partido orgânico. Daí também ser fundamental a construção da imagem de independência e neutralidade. Quem desenvolve essa idéia da imprensa atuando como “partido” e como um “estado maior” do partido orgânico é Gramsci. Em *Maquiavel, a política e o Estado Moderno*, o pensador italiano destaca a frequência com que esses veículos reafirmam a sua independência para serem reconhecidos pelo público como força superior dirigente. No mesmo texto, Gramsci afirma que um

■  
1 A campanha empreendida pelos jornais do Rio de Janeiro, que formaram um bloco no poder (GRAMSCI, 1991) para conseguir a deposição de Getúlio Vargas foi estudada por vários autores. Entre eles, Monique Rangel (2005).

jornal (ou um grupo de jornais) pode ser também “partido”, “frações de partido” ou “de um determinado partido” (GRAMSCI, 1991, p. 22-23).

Percebendo como fundamentais para a sua existência três elementos básicos – o público, a força coerciva, centralizadora e disciplinadora e o elemento de articulação que possibilita o contato moral e intelectual –, é possível ver, pois, as ações no sentido de construir uma imprensa moderna (cuja técnica a faz objetiva e neutra) como movimentos de um partido orgânico, cuja principal função é promover a articulação entre os grupos dominantes, que centralizam, disciplinam e organizam ideologicamente as idéias, e o público para o qual devem ser difundidas. O jornalista, como elemento responsável por esta articulação intelectual, ganha notoriedade não apenas em função do poder simbólico que desempenha, mas do poder de fato que detém.

O que os jornais pretendem é atuar no campo político, lugar onde se geram problemas, programas, análises, comentários, conceitos e acontecimentos, entre os quais os “consumidores” devem escolher, mas, sobretudo, conseguir mobilização cada vez maior do público. Quanto maior a sua audiência, maior o seu poder de divulgação e a lógica da conquista de poder. E, nada mais condizente com o momento social da década de 1950, do que se transformar mais do que em porta-vozes da modernização em seu próprio emblema, produzindo um jornalismo em padrões completamente diversos do que fora feito até então, pelo menos no discurso com que referendam esse processo. Nada melhor também para conseguir audiência do que divulgar ao extremo que produzem um discurso que apenas espelha o mundo. E conseguir audiência é sempre conseguir poder.

#### 4 A questão política dos anos 1960/1970

No Brasil, os jornais jamais exerceram o papel de *watchdogs*, que tiveram por exemplo no ideário americano, já que nunca mantiveram distância suficiente dos personagens políticos. A imprensa sempre teve relação simbiótica

com a política, ocupando lugar central em muitos episódios decisivos da história do país.

Isso se deve à própria configuração do campo político no país, marcado por constante tensão entre modernidade e arcaísmo, onde convivem lado a lado práticas decorrentes de um ideal de impessoalidade e racionalidade das instituições (baseado nos princípios da representatividade, da sociedade de direitos, da cidadania) e outras oligárquicas, clientelistas, familiares, patriarcais e patrimonialistas (RIBEIRO, 1999).

A década de 1960 é caracterizada também por vertiginoso processo de concentração dos periódicos, que alcançaria o seu auge nos anos seguintes. Paralelamente há a explosão do que poderia ser designado como a segunda fase de apogeu do jornalismo popular, representado pelo sucesso editorial do jornal *O Dia*.

Ao final da década publica-se no País a média de um exemplar de jornal diário para 22 pessoas e 90% dos periódicos do país são editados no eixo Rio - São Paulo. A tiragem dos jornais permanece praticamente estacionada e atribui-se à televisão a responsabilidade por este cenário, uma vez que dos 600 bilhões de cruzeiros investidos com propaganda no país, naquele momento, 35 por cento são destinados à televisão (REGO, 1969)<sup>2</sup>.

O período compreendido entre 1950 e 1960 também deve ser visto como de intensa oposição entre dois periódicos: *Tribuna da Imprensa* e *Última Hora*. A batalha discursiva entre eles se intensifica à medida que *Última Hora* se afirma no mercado jornalístico como jornal de grande circulação.

Assim, na crise de 1964, que culminaria com a deposição do Presidente João Goulart, tal como ocorrera na década anterior com a crise política que tem seu ponto de inflexão com o suicídio do presidente Vargas, também a imprensa exerce papel de personagem político central no desenrolar da trama. Nesse contexto, a divergência entre a *Tribuna da Imprensa*, de Carlos Lacerda, e a *Última Hora*, de Samuel Wainer, assume lugar central.

■  
<sup>2</sup> Documento eletrônico.

Esse embate deve ser entendido como ação de forças concorrentes pela formulação ou conservação de uma dada visão do mundo social. Esses periódicos lutam por hegemonia, no sentido de Gramsci, tentando conquistar o poder simbólico de fazer ver e fazer crer, predizer e prescrever, dar a conhecer e fazer reconhecer (BOURDIEU, 1990, p. 174). A lógica discursiva - envolvendo críticas, confrontos e campanhas entre os jornais - é determinada pela necessidade de os veículos afirmarem suas concepções e legitimarem a identidade construída, na qual se sobressai a imagem de formador de opiniões. Concorrem, pois, pelo papel de divulgador, estruturador e centralizador das visões de mundo da sociedade. O embate travado pelos periódicos é uma luta de e pelo poder. Dessa forma, mesmo em confronto, estão situados em campos idênticos. O que sobressai é o jogo retórico e teatral das diferenças e oposições, para exercer o monopólio da enunciação legítima, na qual está embutida a afirmação de um ponto de vista particular para o restante da sociedade, elaborando, dessa forma, representação igualmente tida como legítima (BOURDIEU, 1989, p. 175).

Como comunidade interpretativa (ZELIZER, 1992), os jornalistas se instituem como transmissores de conhecimentos, mas sobretudo como orientadores acerca de padrões de comportamento e padrões políticos. A imagem de porta-vozes legítimos da população é fundamental para que tenham direito, na sua argumentação, a apresentar interpretações legítimas do mundo.

Os anos 1960/1970, do ponto de vista da configuração do campo jornalístico no Brasil, colocam em cena, mais uma vez, as relações imprensa e sociedade política, através da ação da censura frente aos meios de comunicação. Entretanto, há que se considerar que o discurso construído *a posteriori* sobre a ingerência da censura sobre os meios de comunicação tem claro papel de construir um lugar representativo do ponto de vista político para esses atores e foram cunhados por personagens que se auto-atribuem papel central nesse processo.

A censura à imprensa, sobretudo após o Ato Institucional nº 5, AI-5 (1968) não atinge de maneira equânime toda a grande imprensa. Aliás, apenas uma pequena parcela dos meios de comunicação sofre diretamente com a ação da censura prévia. Há mais autocensura nesse período do que o efetivo controle dos meios de comunicação.

Apesar disso, no discurso posterior sobressai a mítica de um período em que os jornalistas são verdadeiros guardiões da liberdade. A ação da censura não é nem unilinear, nem aleatória, nem a imprensa é vítima de maneira indiscriminada do algos censor e assim procura brechas fundamentais para exercer sua “missão” de formar e informar, exercendo uma luta sem tréguas pela restauração da liberdade de imprensa.

Há, portanto, idealização na forma como se percebe a atuação da imprensa durante períodos de exceção. Há, também, idealização na divulgação recorrente do discurso de que a imprensa luta bravamente – de maneira indiscriminada e genérica – contra a ação da censura. Na prática, essa luta não é tão uníssona, como também se observam acomodações. Como uma empresa que procura aferir lucros e ganhos simbólicos, a imprensa se defronta entre a construção de um discurso que a coloca num lugar heróico e a sua própria sobrevivência no mercado jornalístico e de bens simbólicos.

No período imediatamente após o golpe e até 1968, a forma mais comum de controle da informação é o telefonema para as redações de jornais proibindo a divulgação de notícias. Mas é, principalmente a partir da edição do AI-5, que a ação da censura é mais contundente. Aquino (2002) atribui esse fato ao acirramento das tensões entre o governo e instituições da sociedade civil e às relações no interior da Forças Armadas.

Se, inicialmente, no momento de deflagração do golpe militar, a grande imprensa e as Forças Armadas formam um bloco hegemônico no sentido de conseguir a dissolução do governo constitucional (o que segundo os atores que participam desse processo é fundamental para o sucesso do movimento

de abril de 1964), no momento seguinte essa aliança se dissolve.

A censura age – segundo depoimentos dos personagens que vivem o cotidiano das redações neste período<sup>3</sup> – por meio de telefonemas ou bilhetes encaminhados às redações ou através da censura prévia, normalmente quando o jornal se recusa a aceitar as ordens ou por haver o entendimento de que seria necessário maior controle de determinado veículo. Neste caso, os censores instalam-se nas redações e são encarregados de vetar, integral ou parcialmente.

Assim, ainda que haja múltiplas formas censórias à imprensa, sobretudo no período pós-AI-5, há que se considerar também que a reação da imprensa é diversificada. Há aqueles que optam por aceitar as ordens que chegam à redação por meio de bilhetes e telefonemas; há aqueles que de fato sofrem censura prévia e há aqueles que promovem um discurso de inclusão no ato censório posteriormente a sua efetiva existência, como forma enfatizar a sua participação no movimento de defesa do interesse do público. Para muitos jornalistas e para muitos jornais é mais interessante construir uma história de destemor e de lutas – sendo identificados como portadores dos anseios do público – do que revelar as aproximações que, de fato, têm com o poder. A maioria dos jornais curva-se às ordens superiores, introjetando o discurso proibitivo antes mesmo que ele chegue às redações.

Para Kucinski, é a falta de regras claras para a aplicação de censura prévia que leva os jornais a adotarem cada vez mais a autocensura. Segundo ele, o exercício generalizado da autocensura, estimulado por atos isolados de censura, determina o padrão de controle da informação durante os dezessete anos do regime autoritário, sendo os demais métodos – censura prévia e expurgos de jornalistas – acessórios e, sobretudo, instrumentais para a implantação da autocensura. Isso também explicaria, na opinião de Kucinski, o fato de “[...] apenas quinze jornalistas terem sido processados por crime de imprensa, a



<sup>3</sup> Depoimentos como de Carlos Chagas, (1979); de Alberto Dines a Paolo Marconi (1980), entre outros.

maioria em casos ligados a denúncias de corrupção ou mandonismo” (KUCINSKI, 2002, p. 536).

Parece demasiadamente simplista explicar essa falta de envolvimento contra o cerceamento da liberdade de imprensa e a ampla inclusão e aderência ao regime autoritário por uma espécie de medo prévio da censura. Preferimos acreditar que, tal como estamos mostrando, historicamente o jornalismo e os jornalistas se imiscuem às cercanias do poder, procurando as benesses daí advindas. A construção de defensores do bem comum, dos interesses públicos, das liberdades democráticas é muito mais um efeito discursivo – no caso da imprensa brasileira – do que, de fato, se configura na prática. E esse discurso contribui para a ampliação do público, através da construção de um lugar simbólico no qual se destaca o papel de defensores do bem comum e dos anseios da população de maneira geral. Com isso, se autoconfiguram como intermediários entre o poder e o público, referendando o seu lugar de poder.

Clientelista e ligada ao poder, como forma de construir estratégias empresariais, a imprensa, também na década de 1960 e 1970, faria dessa aproximação não só tática de sobrevivência, mas forma para atingir o sucesso. A autocensura passa a ser uma espécie de palavra de ordem, fundamental para a aproximação com as cercanias do poder.

O movimento generalizado de autocensura na grande imprensa, do qual participam, no nosso entender, não apenas os proprietários dos jornais, mas também os jornalistas, mostra que há um altíssimo grau de adesão dos meios de comunicação, conforme, sobretudo, Aquino(1990) e Soares (1989). A imprensa é complacente ou ignora a sistemática ação repressora, que resulta na morte de milhares de pessoas nas dependências militares do regime. A imprensa constrói também em unísono um discurso que destaca os “milagres” econômicos do período e nega o empobrecimento da população. Amplifica também as glórias esportivas nacionais como se fossem de toda a população.



## 5 Jornalistas:

### intelectuais orgânicos ou intelectuais tradicionais?

Nos anos que se seguem ao período de exceção, no caso do jornalismo brasileiro, os meios de comunicação, sobretudo agora a televisão, passam a ocupar cada vez mais um lugar central no universo cultural do público.

O apartamento das questões políticas do universo da mídia, em parte decorrente da aderência dos jornais e jornalistas ao projeto de modernização pelo alto, implantado na sociedade brasileira, modela o conteúdo dessas publicações a partir de um discurso que apela cada vez mais a valores do imaginário.

Por outro lado, a cooptação histórica dos jornalistas pelo Estado para desempenhar o papel central de intelectuais orgânicos das classes dominantes, até mesmo de alguns que exerceram anteriormente a função de representantes de grupos dominados, faz com os jornalistas como comunidade interpretativa se aproximem ideologicamente das questões dominantes, seja das oligarquias agrárias num primeiro momento, seja do discurso da modernização compulsória num segundo instante, seja da inclusão do país num patamar de industrialização inovadora, possibilitada pelo amalgamento com os interesses do capital internacional.

Desempenhando desde o final do século XIX este papel de porta-voz dos grupos dominantes, os jornalistas são hoje – passados mais de cem anos desse processo – muito mais intelectuais tradicionais no sentido gramsciano do termo, do que intelectuais orgânicos.

Se o jornalista de fato se considera o verdadeiro intelectual, capaz de revelar o que ficaria sob zonas de sombra e encobrimento, capaz de decifrar o mundo para o restante da população, por outro lado historicamente, no caso brasileiro, a sua ligação aos ideários e aos projetos das classes hegemônicas, faz dele, como grupo, um tipo de intelectual tradicional.

Intelectual deve ser definido como categoria e sua formação está diretamente relacionada a determinantes históricos. Gramsci (1989), ao considerar que todo homem é um intelectual, despreza o sectarismo e as divisões entre alta e baixa cultura. Por outro lado, ao afirmar que cada grupo social cria para si uma ou mais camadas de intelectuais coloca em evidência a sua formação no interior dos grupos sociais (definidos por sua produção econômica), produzindo homogeneidade e consciência de si. Os intelectuais criados e elaborados no interior dos grupos sociais, seriam os orgânicos. Já os velhos intelectuais, intelectuais orgânicos de classes que envelheceram, são os tradicionais.

No século passado foi fundamental a classe dominante elaborar novas categorias de intelectuais – portanto, orgânicos – e neste papel os jornalistas desempenharam função primordial, como vimos ao longo desse texto. Passados cem anos de um processo contínuo, os jornalistas continuam sendo cooptados pelo discurso hegemônico no sentido de produzir e reproduzir visões de mundo.

No caso brasileiro, os jornalistas são historicamente ou cooptados pelo Estado para serem intelectuais orgânicos dos grupos dirigentes ou porta-vozes das classes hegemônicas, ligadas historicamente ao grande capital. Nesse sentido, são porta-vozes de grupos que, com nuances distintivas próprias aos períodos históricos mais contemporâneos, permanecem no poder desde da República Velha, sendo portanto intelectuais orgânicos de classes que envelheceram e, neste sentido, intelectuais tradicionais.

## Press and power in Brazil after 1930

### ABSTRACT

The text reflects on the central role of the media in Brazil, over all, after 1930, emphasizing the historical configuration of the major press in Rio de Janeiro in the second decade of the 20<sup>th</sup> century. At a first moment, it will try to show the importance of looking at the media from a historical perspective, in order to, at a second moment, reflect on the role of the press in Brazil after 1930. This text is part of an ampler reflection included in researches financed by FAPERJ and CNPq.

**KEYWORDS:** Press. Power. Brazil after 1930.

## Prensa y poder en el Brasil después de 1930

### RESUMEN

El texto reflexiona sobre la centralidad del papel de los media en Brasil, dando destaque a la configuración histórica de la grande prensa de la ciudad de Rio de Janeiro en la segunda década del siglo XX. En un primer momento demostramos la importancia de mirarse históricamente los media. En un momento posterior, reflexionaremos sobre el papel de la prensa en Brasil después de 1930. Este texto es parte de una reflexión más amplia incluida en la investigación financiada por FAPERJ y CNPq.

**PALABRAS CLAVE:** Prensa. Poder. Brasil después de 1930.

### Referências

AQUINO, Maria Aparecida de. Mortos sem sepultura. In: CARNEIRO, Maria Luiza Tucci (Org.). **Minorias silenciadas**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, Imprensa Oficial do Estado, FAPESP, 2002.

\_\_\_\_\_. **Censura, imprensa, estado autoritário e o exercício cotidiano da dominação, 1968-78: O Estado de São Paulo e Movimento**. 1990. Dissertação (mestrado) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, 1990.

BARBOSA, Marialva. O que a história pode legar aos estudos de jornalismo?. **Contracampo**: revista do Mestrado em Comunicação, Imagem e Informação, Niterói, v. 12, p.51-61, 1. sem. 2005.

\_\_\_\_\_. **Os donos do Rio: imprensa, poder e público**. Rio de Janeiro: Vício de Leitura, 2000.

BOURDIEU, P. **Coisas ditas**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

\_\_\_\_\_. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.

CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano**. Petrópolis: Vozes, 1994.

CHAGAS, Carlos. **113 dias de angústia: impedimento e morte de um presidente.** Porto Alegre: L&PM, 1979.

GRAMSCI, Antonio. **Os intelectuais e a organização da cultura.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

\_\_\_\_\_. **Maquiavel, a política e o estado moderno.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1991.

HELLER, Agnes. **Uma teoria da história.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1993.

KUCINSKI, Bernardo. A primeira vítima: a autocensura durante o regime militar. In: CARNEIRO, Maria Luíza Tucci (Org). **Minorias silenciadas.** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, Imprensa Oficial do Estado, FAPESP, 2002.

MARCONI, Paolo. **A censura política na imprensa brasileira, 1968-1978.** São Paulo: Global, 1980.

PORTO, Rubens. **A técnica na imprensa nacional.** Rio de Janeiro: Imprensa Nacional, 1941.

RANGEL, Monique B. **Suicídio e golpe: os jornais como palco para escândalos políticos.** 2005. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Estadual do Rio de Janeiro, 2005.

REGO, Gaudêncio T. do. Imprensa Brasileira contemporânea. **TV Pesquisa,** Rio de Janeiro: PUC-Rio, 1969. Disponível em: <<http://www.tv-pesquisa.com.puc-rio.br/>>

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. Clientelismo, corrupção e publicidade: como sobreviviam as empresas jornalísticas no Rio de Janeiro dos anos 50. **Contracampo:** revista do Mestrado em Comunicação, Imagem e Informação, Niterói, v. 4, 1999.

\_\_\_\_\_. **Imprensa e história no Rio de Janeiro dos anos 50.** 2000. Tese (Doutorado em Comunicação) – Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2000.

SOARES, Gláucio Ary Dillon. A censura durante o regime autoritário. **Revista Brasileira de Ciências Sociais,** v. 4, n.10, jun.1989.

ZELIZER, Barbie. **Covering the body: The Kennedy assassination, the media and the shaping of collective memory.** Chicago: University of Chicago Press, 1992.

### **Marialva Carlos Barbosa**

*Doutora em História pela Universidade Federal Fluminense*

*Pós-Doutorado em Comunicação*

*pelo LAIOS-CNRS, Paris, França (1999)*

*Professora Titular do Departamento de Estudos Culturais e*

*Mídia e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da*

*Universidade Federal Fluminense (Niterói/RJ/Brasil)*

*E-mail: mcb1@terra.com.br*