

Rede Globo: Teledramaturgia e poder sob a ditadura

José Arbex Jr
PUC-SP

Resumo:

A história da criação, instalação e desenvolvimento da Rede Globo no Brasil já é bastante conhecida, apesar de todos os esforços feitos pela feita família Marinho e porta-vozes, com o objetivo de ocultá-la ou falsificar deliberadamente os fatos.¹ Por essa razão, não é nosso objetivo discutir em detalhe esse capítulo tenebroso da história, mas sim as formas assumidas pela colaboração entre a Rede Globo e a ditadura militar, especialmente no campo da manipulação do imaginário. É certo, também, que muito já se escreveu sobre o tema, mais especificamente tendo como foco o Jornal Nacional e as narrativas ufanistas e patrióticas, destinadas a criar um clima consensual de sustentação da ditadura militar. Mas, relativamente pouco se discute o papel da teledramaturgia (telenovelas e minisséries) e do entretenimento na sustentação ideológica do regime. A teledramaturgia global costuma ser festejada como uma das mais competentes e sofisticadas do mundo. A rede exportava (e exporta) telenovelas para o mundo inteiro (incluindo países do bloco socialista, como China e Cuba), e estabelece padrões internacionais, estéticos e industriais, de produção. Mas a construção do “Padrão Globo de Qualidade” tem uma história, também ela total e indissolúvelmente vinculada à história da própria ditadura militar.

Palavras-chave: Rede Globo; Poder e Ditadura; Teledramaturgia.

¹Basta lembrar, a esse respeito, o documentário “Muito Além do Cidadão Kane”, do cineasta britânico Simon Hartog, levado ao ar pelo Channel 4 da BBC, em março de 1993, e editado, na forma de livro, por Geraldo Anhaia Mello (São Paulo, Scritta, 1994). O título do documentário, obviamente, faz referência à personagem Charles Foster Kane, criada em 1941 por Orson Welles para o filme “Citizen Kane”, ficção baseada na vida de William Randolph Hearst, magnata da comunicação nos Estados Unidos, conhecido por sua falta de escrúpulos e uso da manipulação das notícias em benefício próprio. O documentário demonstra, cabalmente, que a Rede Globo manipulava as notícias, à semelhança de Hearst/Kane, para influenciar a opinião pública. Anhaia Mello tomou a iniciativa de publicar o livro após ter sido demitido da diretoria do Museu da Imagem e do Som (MIS) de São Paulo, justamente por ter cometido a ousadia de exibir o documentário, logo após a sua divulgação, em Londres. Apesar da censura, o documentário encontra-se disponível na Internet. Em agosto de 2009, no auge de sua guerra particular com o império dos Marinho, Edir Macedo, da TV Record, comprou os direitos de transmissão e espera a autorização da justiça. (Todas as informações aqui arroladas são de domínio público e foram divulgadas à época em que ocorreram)

A história da criação, instalação e desenvolvimento da Rede Globo no Brasil já é bastante conhecida, apesar de todos os esforços feitos pela feita família Marinho e porta-vozes, com o objetivo de ocultá-la ou falsificar deliberadamente os fatos.² Por essa razão, não é nosso objetivo discutir em detalhe esse capítulo tenebroso da história, mas sim as formas assumidas pela colaboração entre a Rede Globo e a ditadura militar, especialmente no campo da manipulação do imaginário. É certo, também, que muito já se escreveu sobre o tema, mais especificamente tendo como foco o Jornal Nacional e as narrativas ufanistas e patrióticas, destinadas a criar um clima consensual de sustentação da ditadura militar. A melhor caracterização do que representava o JN para o regime foi dada por ninguém menos do que o ditador Emílio Garrastazu Médici: “No noticiário da TV Globo o mundo está um caos, mas o Brasil está em paz. É como tomar um calmante após um dia de trabalho.”³

Mas, relativamente pouco se discute o papel da teledramaturgia (telenovelas e minisséries) e do entretenimento na sustentação ideológica do regime. A teledramaturgia global costuma ser festejada como uma das mais competentes e sofisticadas do mundo. A rede exportava (e exporta) telenovelas para o mundo inteiro (incluindo países do bloco socialista, como China e Cuba), e estabelece padrões internacionais, estéticos e industriais, de produção. Mas a construção do “Padrão Globo de Qualidade” tem uma história, também ela total e indissolúvelmente vinculada à história da própria ditadura militar.

A matriz que inspirou a família Marinho a criar o “Padrão Globo” é encontrada na cultura de comunicação de massa diretamente importada dos Estados Unidos, por meio dos

2Basta lembrar, a esse respeito, o documentário “Muito Além do Cidadão Kane”, do cineasta britânico Simon Hartog, levado ao ar pelo Channel 4 da BBC, em março de 1993, e editado, na forma de livro, por Geraldo Anhaia Mello (São Paulo, Scritta, 1994). O título do documentário, obviamente, faz referência à personagem Charles Foster Kane, criada em 1941 por Orson Welles para o filme “Citizen Kane”, ficção baseada na vida de William Randolph Hearst, magnata da comunicação nos Estados Unidos, conhecido por sua falta de escrúpulos e uso da manipulação das notícias em benefício próprio. O documentário demonstra, cabalmente, que a Rede Globo manipulava as notícias, à semelhança de Hearst/Kane, para influenciar a opinião pública. Anhaia Mello tomou a iniciativa de publicar o livro após ter sido demitido da diretoria do Museu da Imagem e do Som (MIS) de São Paulo, justamente por ter cometido a ousadia de exibir o documentário, logo após a sua divulgação, em Londres. Apesar da censura, o documentário encontra-se disponível na Internet. Em agosto de 2009, no auge de sua guerra particular com o império dos Marinho, Edir Macedo, da TV Record, comprou os direitos de transmissão e espera a autorização da justiça. (Todas as informações aqui arroladas são de domínio público e foram divulgadas à época em que ocorreram)

3 A declaração pode ser visto e ouvida no documentário “Muito Além do Cidadão Kane”.

acordos firmados entre os grupos Globo e *Time/Life*, em 24 de julho de 1962 (Contrato Principal) e 15 de janeiro de 1965 (Contrato de Arrendamento). O primeiro assegurava à empresa estadunidense 30% de participação no capital; em troca, o grupo se comprometia a dar todo tipo de assistência técnica à RG, incluindo montagem da emissora, treinamento do pessoal e ajuda na aquisição de compras de programas no exterior. O segundo, que substituiu o principal, aumentava a participação nos lucros do *Time/Life* para 45%. Os acordos eram completamente ilegais, pois afrontavam o artigo 160 da Constituição de 1946, que vetava a estrangeiros a participação na orientação intelectual e administrativa a empresas jornalísticas e de radiodifusão do Brasil.⁴

Os acordos tiveram um imenso impacto sobre a história da televisão brasileira. Quando a TV Tupi, de Chateaubriand, realizou no país a primeira transmissão, em 18 de setembro de 1950, numa área restrita a cerca de 130 km de alcance, a televisão comercial já existia nos Estados Unidos desde os anos 30, com programas de grande audiência, como o *I Love Lucy*, de Lucille Ball. Em contrapartida, o sistema era tão precário, no Brasil, que o próprio Chateaubriand teve que importar receptores dos Estados Unidos e mandar espalhar por São Paulo. Ao longo da década de 50, a programação era elitista, endereçada a uma audiência minúscula e constituída por programas de teatro, música clássica e dança. Em dez anos, entre 1950 e 1960, o país chegou à marca de apenas um milhão de receptores vendidos (número dobrado entre 1960 e 1965 e triplicado, no final de 1967). A produção era amadora, com pouquíssimos recursos técnicos e subordinada às exigências de empresas patrocinadoras, que tinham o poder de alterar os horários e até o conteúdo dos shows.⁵

4 Outros proprietários de meios de comunicação também tentaram firmar acordos com empresas estrangeiras, mas por uma série de razões não foram bem sucedidos. Os Diários Associados de Assis Chateaubriand, à época o principal grupo de mídia do Brasil, por exemplo, tentaram parceria com a rede ABC e com a CBS. Tanto os Diários quanto o jornal *O Estado de S. Paulo* receberam propostas de acordo com o *Times/Life*, antes de Roberto Marinho entrar em cena. (v. *Conspiração Patrocinada – a versão de Assis Chateaubriand sobre os acordos Time-Life*, dissertação de mestrado apresentada por Patrícia Ozores Polacow à Universidade Metodista de São Paulo, 2000, pág. 13)

5 Não é nosso objetivo, neste texto, apresentar uma história da TV brasileira, até porque existe um farto material produzido sobre esse período, relatando a história dos Diários Associados, das TVs Paulista, Excelsior, Rio e outras emissoras. Sobre o tema, recomendamos a leitura do clássico de *História da Imprensa no Brasil* (Nelson Werneck Sodré, São Paulo, Martins Fontes, 1983), além de *História secreta da Rede Globo* (Daniel Herz, São Paulo, Ortiz, 1991), *Chatô, o rei do Brasil* (Fernando Morais, São Paulo, Companhia das Letras, 1994), *A imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50* (Alzira Alvez de Abreu et al., São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, 1996) e *Mercado brasileiro de televisão* (Céar Bolaño, Aracaju, Universidade Federal de Sergipe, 1988)

É fácil perceber que os acordos *Time/Life* implicaram um salto súbito nos padrões, no modo de fazer televisão. Foi importada para o Brasil toda a carga e tradição de profissionalismo construídas ao longo de três décadas nos Estados Unidos, e não numa época qualquer, mas de pleno desenvolvimento das tecnologias e de uma próspera classe média, que extraía benefícios da posição alcançada pelo país ao final da Segunda Guerra (foram os “anos de ouro” do capital, quando houve o “baby boom”). Em outros termos, os acordos permitiram introduzir no Brasil um padrão de qualidade que atendia às demandas de um público consumidor exigente, ávido por novidades e confiante no futuro próspero do capitalismo.

Chateaubriand representava o passado. Era o *self made man* weberiano, aventureiro, intuitivo. Com Marinho, chegava a era dos *managers* (gerentes) e executivos, das equipes integradas por uma multidão de funcionários encarregados de fazer estudos minuciosos de tendências e mercado antes de lançar uma nova proposta, e de técnicos administrativos incumbidos de projetar, contratar e demitir de modo anônimo, impessoal e antenados às “exigências de mercado”. Coube à RG, desde a sua origem, a “missão” de irradiar esses valores para o Brasil. Já no final de 1965, meio ano após a sua fundação, a emissora passou a ser comandada por profissionais oriundos da publicidade e propaganda, tendo à sua frente Walter Clark e Joe Wallach, o representante do grupo *Time/Life*.

De certo modo, Marinho apenas traduziu para a TV aquilo que já era feito no cinema e na imprensa em geral, incluindo o sistema de rádio, desde os anos 30, em consonância com “acordos de cooperação cultural” estabelecidos entre Brasil e Estados Unidos. Franklyn Roosevelt queria, então, obter de Getúlio Vargas a garantia de que não se alinharia aos países do “eixo” nazi-fascista (Alemanha, Itália e Japão), ao passo que o estadista brasileiro não escondia suas simpatias pela ideologia nacionalista e pelo regime de força implantado na Alemanha de Adolf Hitler. Coube a Roosevelt iniciar “política de boa vizinhança”, com o objetivo de quebrar possíveis resistências à aproximação política entre os dois países, observa o historiador Antonio Pedro Tota⁶. O arquiteto da “aproximação cultural” foi Nelson Rockefeller, então um jovem herdeiro da *Standard Oil*, futuro

6 Antonio Pedro Tota, *O imperialismo Sedutor*, São Paulo, Companhia das Letras, 2000.

governador de Nova York e vice-presidente dos Estados Unidos.

Segundo Tota, os meios de comunicação “foram pedagogicamente usados para americanizar o Brasil”. E continua: “Nossa americanização não se deu, obviamente, de forma passiva. Houve uma interação entre a cultura americana e a brasileira.” Foi um processo contraditório e complexo, a começar do fato de que um governo nacionalista, como era o caso de Vargas, abriu as portas para a figura de Zé Carioca, uma criação de Walt Disney, autor também do desenho original da insígnia da Força Expedicionária Brasileira (uma cobra verde fumando um cachimbo vermelho sobre um fundo amarelo). Os padrões das emissões de rádio foram importados para o Brasil, mediante um acordo entre a rede estadunidense CBS e o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) do Estado Novo. Carmem Miranda, a “pequena notável” (apelido dado pelo então famoso radialista César Ladeira, em referência ao seu 1m53 de altura) foi um ícone desse processo. Era atriz de Hollywood, mas ao mesmo tempo impulsionou as carreiras de grandes autores da MPB, como Ari Barroso e Dorival Caymmi (um ilustre desconhecido, até Carmem Miranda gravar, em 1939, “O que é que a baiana tem”).

Em fevereiro de 1941, Henry Luce, proprietário do grupo *Time/Life*, escreveu um editorial na *Life* que teve o mérito de explicitar o sentido ideológico que ele imprimia ao seu próprio império – e aos acordos que seriam firmados com Marinho. O texto, arrogante e impositivo, conclamava os estadunidenses a aceitar “nosso dever e nossa oportunidade de, como a nação mais poderosa e vital do planeta, exercer sobre o mundo o impacto total de nossa influência, com os objetivos e meios que nós considerarmos adequados.”⁷

No Brasil, especificamente, o imperialismo estadunidense ampliava a sua influência sobre os rumos da política nacional, com a criação, em 1949, no Rio de Janeiro, da Escola Superior de Guerra (ESG), que funcionava à imagem e semelhança do *National War College* in Washington. A ESG, resultado das relações de cooperação entre os militares brasileiros e estadunidenses durante a Segunda Guerra, formou a elite militar que organizaria o golpe de 1964.⁸ A perspectiva ideológica adotada, obviamente, era a da

7 Henry Luce, revista *Life*, 07. fev. 1941, editorial “*The American Century*”, apud Marcelo Gonçalves de Carvalho, *Consumer culture imperialism*, dissertação de mestrado apresentada à Universidade da Califórnia em San Diego, 2010, pág. 7 (disponível em <<http://escholarship.org/uc/item/9qp6x692>> visitado pela última vez em 09.03.2015

8 Não vamos analisar os motivos e as circunstâncias do golpe de 1964, pois isso fugiria ao escopo deste texto. Partimos da premissa de que se tratou de uma operação arquitetada pela elite brasileira, incluindo os altos escalões

Guerra Fria: tratava-se de derrotar o demônio comunista, encarnado pela União Soviética. Nos anos 60, durante o governo Kennedy, essa concepção seria traduzida na forma da Doutrina de Segurança Nacional, orientada para o combate ao “inimigo interno”⁹, que mobilizou as Forças Armadas para perseguir, torturar, sequestrar e assassinar opositores à ditadura, considerados “subversivos”.

Os anos 50 ampliaram a capacidade ideológica de sedução do imperialismo. A indústria de consumo estadunidense, como já observamos, funcionava a pleno vapor, graças a uma classe média que conquistava um padrão de vida sem paralelo no mundo. O “modo de vida americano” (*american way of life*) virou sinônimo de prosperidade, tendo no automóvel um de seus grandes símbolos. No Brasil, os anos JK foram a tradução dessa atmosfera ideológica e cultural. A construção de Brasília, símbolo de uma modernidade que deveria tirar o país do “atraso”, era impulsionada por um governo que abriu o mercado brasileiro para a indústria transnacional, que apostava na cultura do automóvel e que aderiu sem pestanejar ao modelo consumista. Uma classe média urbana se formava nos maiores centros do país (em particular, Rio de Janeiro e São Paulo), antenada com as expressões culturais oriundas dos Estados Unidos e da Europa, num processo que resultou na eclosão da bossa-nova (por vários críticos considerada uma versão tupiniquim do jazz).

Os acordos entre Marinho e o grupo *Time/Life*, portanto, são herdeiros de todo um processo de influências políticas, culturais e ideológicas a partir da matriz imperialista estadunidense. Desde a sua origem, o “Padrão Globo de Qualidade” constituiu-se como elemento componente indispensável da disputa pela hegemonia, em que a sedução joga um papel fundamental (não por acaso, Tota utiliza o qualificativo “sedutor” para caracterizar a ação do imperialismo no campo da cultura). Trata-se, aqui, de uma discussão da maior importância.

A crítica, em geral, especialmente feita pela intelectualidade situada na esquerda do espectro ideológico, recai muito mais sobre o conteúdo do que sobre a forma da

das Forças Armadas, em consonância com os interesses do imperialismo estadunidense e contrária às aspirações do povo, que via no presidente deposto João Goulart uma possibilidade de, ao menos, conquistar algumas reivindicações, traduzidas pela plataforma sintetizada nas Reformas de Base.

9 V. René Armand Dreifuss, *1964: a conquista do Estado*. Petrópolis, Vozes, 1987.

programação. Claro, as operações de desinformação, construção de consensos sobre falsas bases, omissões e todas as outras de conteúdo ideológico a serviço da classe dominante devem mesmo ser desvendadas, expostas, denunciadas. Mas isso é só uma parte da questão, e talvez nem seja a mais relevante. São, sobretudo, a plasticidade das imagens, a qualidade do som e o impacto das formas que atraem e hipnotizam o telespectador, conduzindo a uma posição que Umberto Eco, corretamente, caracterizaria como de “passividade hipnótica”.

Basta ligar o aparelho (“fácil veículo de fáceis sugestões”), diz Eco, e a sala da casa, antes imersa na mais profunda solidão, será invadida por imagens, vozes e sons do mundo, criando a sensação de participação de uma comunidade ilusória. O telespectador mantém uma relação de natureza masturbatória com essas imagens, tanto no sentido de que projetará suas fantasias em ídolos (artistas, cantores, galãs de novela etc.) quanto no de que experimentará o gozo da participação nos eventos, sem contudo se expor ao acaso ou correr qualquer risco real.

Por outro lado, sobre a relação “hipnótica” com o vídeo, psicólogos e estudiosos de ciências sociais já de há muito discorreram, levantando exatamente o problema de uma comunicação que se propõe como “experiência cultural”, quando, na realidade, não tem as conotações fundamentais desta. Uma comunicação, para tomar-se experiência cultural, requer uma atitude crítica, a clara consciência da relação em que se está inserido, e o intuito de fruir de tal relação. Esse estado de ânimo pode verificar-se seja numa situação pública (num debate) seja numa situação privada, melhor ainda, de absoluta intimidade (a leitura de um livro). A maior parte das investigações psicológicas sobre a audiência televisiva tendem, ao contrário, a defini-la como um particular tipo

de recepção na intimidade, que se diferencia da intimidade crítica do leitor por assumir o aspecto de uma aceitação passiva, de uma forma de hipnose.

(...) Nesse tipo de recepção passiva, o espectador está *relaxed*: não se acha (...) no estado de espírito da disputa, mas aceita sem reservas o que lhe é oferecido (...). Nesse estado de ânimo de relaxamento, estabelece-se um tipo muito particular de transação, pelo qual se tende a atribuir à mensagem o significado que inconscientemente se deseja. Mais do que em hipnose, pode-se aqui falar em auto-hipnose, ou projeção.¹⁰

A televisão, lembra Eco, não é um gênero artístico, um fato artisticamente unitário como o cinema ou o teatro. É um “serviço”, um meio técnico de comunicação pelo qual se pode veicular uma série de gêneros, entre os quais o cinema e o teatro, além, é claro, dos shows, espetáculos, telejornais e comerciais. Embora não seja um gênero artístico, existe uma linguagem televisiva, que não apenas obedece a leis próprias, mas que, no ato de transmissão, também modifica o modo de recepção dos gêneros transmitidos. É completamente diferente, por exemplo, assistir a um filme acompanhado da família e amigos, dentro de casa, pela televisão, e numa sala tradicional de projeção, compartilhada por estranhos. Por ser um canal de serviço que oferece, indistintamente, uma multiplicidade de programas de todos gêneros - artísticos, jornalísticos, esportivos etc. -, sem definir uma fronteira rígida entre eles, a televisão permite a fácil transposição de fronteira entre ficção e realidade. A atraente e sedutora linguagem da telenovela

10 Umberto Eco, *Apocalípticos e Integrados*, São Paulo, Perspectiva, 1993, p. 341. Eco lembra, ainda, que os mecanismos de projeção de desejos inconscientes ficaram patentes em 1938, quando Orson Welles fez a famosa transmissão radiofônica que noticiava a invasão da terra por marcianos, baseando-se em conto de H. G. Wells. O programa causou pânico e episódios de fuga em massa em Nova York. “No seu estudo sobre os efeitos da famosa transmissão radiofônica da invasão dos marcianos, enviada ao ar nos Estados Unidos, em 1940, o próprio Cantril salientava que muitos daqueles que levaram o programa tragicamente a sério tinham-no escutado desde o início, e tendo ouvido o título, estavam aptos a perceber que se tratava de um artifício dramático: mas, num período de particular tensão internacional, escolheram a solução que inconscientemente esperavam.”

(articulada, por sua vez, como linguagem publicitária, com diálogos curtos e de baixa complexidade, sempre em cenários esteticamente atrativos) passa a ser utilizada na produção das reportagens jornalísticas.

A televisão - diz Jürgen Habermas - promoveu a diluição das fronteiras entre as diversas esferas, em especial da política, comércio, espetáculo.¹¹ O comportamento de um político candidato a um cargo eletivo (incluindo a aparência, a gesticulação, o estilo do discurso) deve espelhar-se no de celebridades e artistas, de tal forma que o candidato seja percebido pela opinião pública como parte de um mundo espetacular. Ou, como dirá Stefano Rodotà,

“O político aparece como um produto entre outros, é avaliado com critérios que se aproximam bastante dos vigentes no mundo do consumo. Assim, esta mudança dos parâmetros de referência vem do fato que a tecnopolítica é constituída cada vez mais amplamente pelos instrumentos que vêm diretamente do mundo da produção, do comércio, da publicidade”.¹²

Em síntese, não há como entender o alcance do poder da televisão como veículo na disputa pela hegemonia, sem desenvolver uma reflexão cuidadosa sobre seu poder de sedução, que, aliás, impôs-se como condição até mesmo para a imprensa escrita.¹³ Os

11 V. Jürgen Habermas, *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1984.

12 Stefano Rodotà, *Tecnopolítica (La Democrazia e le Nuove Tecnologie della Comunicazione)*, Roma, Laterza, 1997, p. 12, apud Octavio Ianni, *O príncipe eletrônico*, p. 16

13 Em 1984, a reforma modernizadora do jornal *Folha de S. Paulo* - com a adoção, entre outras medidas, de cadernos temáticos, fotos coloridas, e parágrafos cada vez mais curtos -, modelo adotado por grande parte dos jornais impressos, foi realizada sob o imperativo da sedução. Os fundamentos dessa estratégia foram explicitados pelo dono e diretor de redação Otavio Frias Filho, no artigo “Vampiro de papel”, que equipara o ato de comprar um jornal à disposição demonstrada pela vítima de, espontaneamente, abrir a porta de sua casa ao sedutor conde Drácula. Vender o jornal, portanto, é sinônimo de seduzir o leitor. (*Folha de S. Paulo*, caderno Folhetim nº 394, 5.ago.1984, p. 3-4). Para um estudo mais detalhado, v. José Arbex Jr, *Showrnlismo – a notícia como espetáculo*, São Paulo, Casa Amarela, 2001).

acordos de Marinho com o grupo *Time/Life*, nesse sentido, foram vitais, por terem introduzido no Brasil um patamar tecnicamente sofisticado e avançado de difusão de imagens, entretenimento e informação que seria a marca registrada da RG.

A ditadura compreendeu imediatamente a importância que teria um meio de comunicação capaz de projetar uma imagem consensual de Brasil em conformidade com os seus próprios interesses, valores e ideologia. Os generais, por isso, permitiram a conclusão dos acordos *Time/Life*, apesar da flagrante violação da Constituição e da “gritaria” que os acordos produziram.¹⁴ A “boa vontade” dos generais Castelo Branco e Costa e Silva não surpreende: Marinho, classificado como “nosso mais fiel e constante aliado” por Armando Falcão, execrável ministro da Justiça de Ernesto Geisel, mantinha relações íntimas com o mais alto escalão dos golpistas de 1964 – incluindo os generais e a embaixada estadunidense em Brasília.¹⁵ Marinho não era “apenas” um “simpatizante” ou propagandista do regime. Era um articulador, um conspirador ativo, fazia parte do “time”. Integrava uma linhagem que agregava outros “capos” latino-americanos da indústria midiática articulada com o imperialismo, como Agustín Edwards Eastman, proprietário do diário chileno *El Mercurio*, articulador do golpe que depôs Salvador Allende, em 11 de setembro de 1973 e instaurou o regime de terror de Augusto Pinochet,¹⁶ e os proprietários

14 Não é o caso, aqui, de reproduzir a história detalhada da batalha levada dentro do Congresso Nacional por aqueles que quiseram impugnar o acordo, a partir de denúncias feitas, no final de 1964, pelo então governador da Guanabara Carlos Lacerda, em cartas endereçadas ao general presidente Humberto de Alencar Castelo Branco. Embora uma CPI instalada na Câmara tenha concluído um parecer desfavorável à RG, em setembro de 1966, os generais fizeram vistas grossas. Em outubro de 1967, contrariando as conclusões da CPI, o consultor-geral da república Adroaldo Mesquita da Costa, obviamente agindo sob as ordens do ditador Castelo Branco, emitiu um parecer considerando que não havia uma sociedade entre as duas empresas e que os acordos eram legais. Um ano depois, o general Arthur da Costa Silva referendou a decisão de Castelo.

15 Não se trata de uma afirmação resultante de meras inferências e conclusões produzidas por análises, mas de provas documentais. Em 5 de abril de 2014, a jornalista Helena Sthephanowitz, da Rede Brasil Atual, divulgou um documento confidencial do Departamento de Estado dos Estados Unidos, datado de 14 de agosto de 1965, e liberado para consulta pública após 50 anos, em que o embaixador Lincoln Gordon relata a seus superiores suas conversas com o então presidente da RG. Ambos discutiam a sucessão de Castelo Branco e o endurecimento do regime. V. Helena Sthephanowitz, em < <http://www.redebrasilatual.com.br/blogs/helena/2014/04/eua-confirmaacao-de-roberto-marinho-nos-bastidores-da-ditadura-3931.html>>, consultado pela última vez em 08.03.2015

16 Em novembro de 2013, durante um julgamento que investigava as possíveis atividades ilegais cometidas pelos meios de comunicação que contribuíram para o golpe de Estado de 1973, Agustín Edwards Eastman admitiu ter mantido, em 1970, contato telefônico com o então presidente Richard Nixon e se reunido com o diretor da CIA Richard Helms e o assessor de Segurança Nacional Henry Kissinger, após Salvador Allende ter sido eleito presidente do Chile. (v. Travis Knoll, “Dono do jornal chileno El Mercurio admite ter feito contato com a CIA antes do golpe contra Allende”, blog Jornalismo nas Américas, disponível em <<https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-14578-dono-do-jornal-chileno-el->

dos meios de comunicação da Venezuela que tentaram depor Hugo Chávez, em 11 de abril de 2002.¹⁷

Em julho de 1971, Marinho, movido por interesses próprios, decidiu encerrar os acordos com o *Time/Life*.¹⁸ Ficaram, como precioso legado, a excelência técnica, a cultura gerencial e a ideologia. Em janeiro de 1966, o então jovem e recém-nomeado diretor geral da emissora Walter Clark, 29 anos, teve um *insight* que catapultou os índices de audiência da emissora. O Rio de Janeiro sofria uma das suas piores inundações, causando a morte de mais de 100 pessoas e 20 mil desabrigados. Clark ordenou que a emissora (Canal 4), além de fazer a cobertura da tragédia ao vivo, também liderasse sua primeira campanha comunitária, centralizando a arrecadação de doações em dois de seus estúdios. Foi uma brilhante jogada de marketing. Para a percepção do telespectador brasileiro, em 2015, pode parecer algo banal e até mesmo esperado. Mas, para a época, era uma revolução no modo de fazer televisão. Clark fez com que a RG fosse identificada como porta-voz dos aflitos, dos atingidos pela catástrofe e também daqueles que queriam recuperar a cidade após a tragédia. Conquistou, assim, uma grande parcela dos telespectadores que, até então, dividiam o seu tempo entre a Tupi, a Rio e a Excelsior. E apontou um caminho que a RG nunca mais abandonaria.

Ainda naquele ano, a RG chegou ao estado de São Paulo com a aquisição do canal 5 que, desde 1952, funcionava como a TV Paulista, de propriedade das Organizações Victor Costa.¹⁹ Em 5 de fevereiro de 1968, foi inaugurada a terceira emissora, em Belo Horizonte, e as retransmissoras de Juiz de Fora e de Conselheiro Lafaiete, além de um

mercurio-admite-ter-feito-contato-com-cia-antes-do-golpe-con>

17 V. o documentário “A revolução não será televisionada”, disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=FppdfwqmlmE>>, visitado pela última vez em 09.03.2015

18 Há várias interpretações sobre o motivo da ruptura. Na versão proposta pela própria RG, Marinho simplesmente decidiu assumir controle total da empresa. Outras versões indicam que o grupo *Time/Life* se sentiu exposto pelo escândalo, além de insatisfeito com o retorno financeiro obtido pelo empreendimento, forçando o seu encerramento.

19 O processo de aquisição da emissora está repleto de denúncias de fraude e lances obscuros. Os herdeiros dos antigos donos da emissora entraram na justiça, com uma Ação Declaratória de Inexistência de Ato Jurídico, sob a alegação de que a família Marinho não dispõe de nenhum documento que comprove ter adquirido a televisão. Em 2002, o então deputado Afanasio Jazadji (da antiga sigla PFL) denunciou, no plenário da Assembleia Legislativa de São Paulo, uma suposta fraude praticada por Marinho contra os 673 acionistas minoritários da antiga TV Paulista, em 1975. As acusações suscitaram uma interminável batalha jurídica, compondo uma ação de 4 mil páginas que chegou até ao Superior Tribunal de Justiça. Informações mais detalhadas sobre o processo podem ser facilmente encontradas na Internet, em vários portais, sites e blogs. V., por exemplo, o Tribuna da Internet <<http://tribunadainternet.com.br/>> e o Portal da Metrópole: <<http://www.portalmetrople.com/>>

link de micro-ondas que ligava o Rio de Janeiro a São Paulo. Foi nessa época que Costa e Silva deu prioridade ao desenvolvimento da Embratel, um moderno sistema de telecomunicações, criando o Ministério das Comunicações e concedendo à população uma linha de crédito para a compra de televisores. Trata-se de um momento extraordinário na história das telecomunicações, não apenas no Brasil, mas no mundo: um estado utilizava verbas públicas para construir um complexo sistema de antenas e torres de retransmissão de sinais radiofônicos, além de subsidiar o mercado de consumo de receptores, obviamente tendo em mente o seu uso por uma rede privada que, portadora de uma ideologia claramente associada ao capital, surgia e se expandia com força no necessário nacional. A principal missão da emissora seria a de fornecer uma imagem unificada do Brasil, promover a integração virtual do território nacional, mas sempre segundo uma versão capaz de deixar encantado um sujeito como o general Médici.

A RG, obviamente, não deixou por menos: em 1º de setembro de 1969 entrou no ar o Jornal Nacional (JN), primeiro programa noticioso – se é que possa ser descrito dessa forma - em rede nacional, apresentado por Hilton Gomes e Cid Moreira. Naquele mesmo ano, a RG realizou sua primeira transmissão via satélite, ao exibir, de Roma, entrevista de Gomes com o Papa Paulo VI (claro: a Igreja Católica não poderia faltar ao banquete). No ano seguinte, durante a Copa do Mundo de 1970, no México, a emissora recebeu sinais experimentais em cores da Embratel. Se algum evento pode ser singularizado como o mais significativo para demonstrar o lugar da RG à época da ditadura, a transmissão da Copa de 1970 é, sem dúvida, um forte candidato. Naquele ano, o Brasil vivia a pior fase da ditadura, sob Médici. Milhares de brasileiros eram perseguidos, presos, torturados e assassinados pelos generais. Mas a transmissão da Copa, pela RG, produziu um extraordinário clima de euforia. A música “90 milhões em ação”, transformada em hino informal, ajudou a abafar os gritos dos torturados e os protestos contra o regime. A Copa assegurou um clima artificial de coesão nacional e deu para a ditadura um fôlego precioso.

Dois anos depois, durante a exibição da Festa da Uva de Caxias do Sul, ocorreu a primeira transmissão oficial em cores da televisão brasileira. Em 28 de abril de 1974, o JN

passou a ser transmitido em cores, três dias após ter iniciado suas coberturas internacionais pela Revolução dos Cravos, em Portugal. Em 1975, a RG começou a exibir boa parte de sua programação simultaneamente, para todo o país. A programação foi moldada por um padrão fixo que combinava novelas, noticiário, filmes (a maioria “enlatados”) e minisséries, tendo como indiscutível carro-chefe o JN. As novelas eram pensadas para públicos específicos e distribuídas segundo horários adequados, com temáticas mais “leve” para a juventude, nos finais de tarde e mais “pesadas” para o horário nobre, após o JN. Marinho fez grandes investimentos no setor de teledramaturgia, que atingiu níveis de excelência planetária: a RG tornou-se exportadora de telenovelas. Mais uma vez, a importância das telenovelas e minisséries na disputa pela hegemonia não deve ser subestimada. No ato de participar intensamente da trama da telenovela, os telespectadores perdem a consciência de que tudo não passa de fantasia. Depositam nas personagens expectativas que transcendem o mundo do faz-de-conta. O drama da personagem é fantasioso, mas a lágrima que o telespectador derrama ou a palpitação de seu coração é real. As pessoas projetam os problemas, as frustrações, as expectativas e as emoções sentidos em sua vida diária. Esse mecanismo de projeção torna-se parte constitutiva da economia psíquica dos telespectadores, inscreve-se no seu corpo como memória de emoções efetivamente vividas. Fredric Jameson nota que...

“Os filmes são uma experiência física e como tal são lembrados, armazenados em sinapses corpóreas que escapam à mente racional. Baudelaire e Proust mostraram-nos como as memórias são na verdade parte do corpo, mais próximas do odor ou do paladar que da combinação das categorias de Kant; ou talvez fosse melhor dizer que memórias são, acima de tudo, recordações dos sentidos, pois são os sentidos que lembram, e não a ‘pessoa’ ou a identidade pessoal. Isso pode acontecer com livros, se as palavras forem

suficientemente sensoriais (...).”²⁰

Processo semelhante se dá, também, com as imagens captadas por meio da televisão, desde que elas sejam suficientemente carregadas de dramaticidade e/ou sedução estética. A telenovela adquiriu a densidade de um fato do mundo. Noite após noite, pelo menos 30 milhões de brasileiros assistiram, ao longo dos anos 70 e 80, a telenovelas e minisséries. Em alguns casos, as personagens adquiriram visibilidade muito maior do que, em geral, aquela conquistada por políticos. Como esquecer, por exemplo, o clima de sensacionalismo que tomou conta do país quando se colocou a questão sobre a identidade do assassino de Odete Roitman, personagem interpretada pela atriz Beatriz Segall na novela “Vale tudo” (maio de 1988 a fevereiro de 1989)?

A força da ficção seria plenamente revelada, em 28 de dezembro de 1992, quando as notícias sobre a morte da jovem atriz global Daniela Perez, que interpretava a personagem Iasmin na novela “De corpo e alma”, assassinada pelo ator Guilherme de Pádua, atraíram mais atenção do que a renúncia de Fernando Collor de Mello. No momento em que o JN mostrou a reportagem sobre a morte da atriz, o Ibope atingiu 66 pontos, para uma média, à época, de 55 pontos. É ilustrativa a seguinte reportagem, intitulada “Crime passionai bate renúncia de Collor” e com subtítulo “Nas ruas de São Paulo, assassinato da atriz Daniela Perez é mais comentado que a mudança do presidente”:

O assassinato da atriz Daniela Perez tirou o brilho ontem do acontecimento político mais esperado em 1992, a renúncia de Fernando Collor de Mello. “Que Collor que nada. O papo do dia é a morte da menina”, disse o jornalista da praça Vilaboim (Higienópolis, região central de São Paulo) Feliciano Oliveira, 29. “Só umas duas pessoas perguntaram da renúncia. O resto queria saber

20 Fredric Jameson, *As Marcas do Visível*, Rio de Janeiro, Graal, 1995, p. 1

detalhes do assassinato”, acrescentou.²¹

No começo, as telenovelas da RG ainda seguiam o padrão do “dramalhão” mexicano. A primeira levada ao ar, em 1966, foi "Eu compro esta mulher", dirigida por Walter Clark, seguida de "O sheik de Agadir" (1967), "A Rainha Louca", "O homem Proibido", "Anastácia", "A mulher sem destino" e "Sangue e Areia" (1968). Com o tempo, a RG passou a introduzir grandes temas da conjuntura nos seus enredos, que eram apresentados, claro, dentro dos limites tolerados pela ditadura: status social, relações entre ricos e pobres, desigualdade de renda, transformação cultural das relações amorosas e conjugais, corrupção. O núcleo temático era, invariavelmente, protagonizado por famílias e personagens de cor branca, de classe média / alta, residentes em bairros nobres do Rio de Janeiro e São Paulo. Os negros, em contrapartida, sempre ocupavam posições subalternas. Nos anos 70, fizeram grande sucesso "Véu de Noiva", "Irmãos Coragem", "Selva de Pedra", "Pecado Capital", "O Astro", "Pai Herói", "Assim na Terra como no Céu", "Bandeira Dois", "O Bem Amado", "O Espigão", "Saramandaia", "O Cafona e o Rebú".

A partir de 1975, o final das tardes passou a ser reservado para adaptações das obras de literatura nacional, incluindo "Senhora", "A Moreninha", "Escrava Isaura", "Maria Maria", "A Sucessora", "Cabocla". No mesmo ano, a emissora lançou, em horário nobre, "Roque Santeiro", de Dias Gomes e Aguinaldo Silva, num primeiro momento censurada pelo regime. Com a “abertura”, e sendo obrigada a enfrentar a concorrência das outras emissoras, que também investiam em teledramaturgia, a RG passou a explorar enredos cada vez mais ousados, incluindo, nos anos 90, temas considerados tabu, como homossexualidade e a existência da Aids, chegando até a novelas que “debatiam” a questão da terra (com “O Rei do Gado”, de Benedito Ruy Barbosa, em 1996).

Não raro, a discussão sobre eventos da vida política nacional e internacional era feita de modo muito mais vívido por meio das telenovelas do que do noticiário propriamente dito,

21 *Folha de S. Paulo*, 30.12.1992, p. 3-5. Também as revistas semanais *Veja* e *IstoÉ* deram várias páginas à cobertura do crime (edições de 6.01.1993). *Veja* dedicou uma capa sensacionalista ao assunto (edição de 13.jan.1993), com os seguintes título e subtítulos: “O pacto de sangue - Guilherme: peças gays, histeria e sucesso a qualquer preço; Paula: ciúme doentio e contato com a noite barra-pesada”, chamando para uma reportagem de seis páginas. A Paula a quem *Veja* se refere era a mulher de Guilherme e sua cúmplice no assassinato de Daniela.

graças à já mencionada abolição entre os gêneros ficção, jornalismo e publicidade e propaganda. Obviamente, na ficção o “debate” ocorre de forma controlada pelo autor.²² Não por acaso, por exemplo, a telenovela “O Rei do Gado” foi levada ao ar em 17 de junho de 1996, escassos três meses após o massacre, pela Polícia Militar, de 21 militantes do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), em Eldorado dos Carajás, no sul do Pará, ocorrido em 17 de abril. Na telenovela, vencem os trabalhadores sem terra que adotam uma perspectiva dócil, domesticada e respeitosa para com as autoridades. O casamento – isto é, a conciliação – é o caminho finalmente encontrado para a paz entre os sem terra e o latifúndio.

As telenovelas também oferecem às emissoras em geral, e à RG em particular, um meio precioso de coleta de dados comportamentais. A emissora faz pesquisas de opinião sobre o desenvolvimento de determinado enredo, com as respostas dos telespectadores devidamente organizadas por faixa etária, nível de escolaridade, renda, sexo, local de moradia e outros dados socioeconômicos. Por exemplo: fulano deveria ou não confessar ou revelar um crime? Seria justo ao rapaz, que é arrimo de família, ficar com a maleta de dinheiro esquecida no banco do táxi? É aceitável o casamento homoafetivo?²³ Esses dados, devidamente tabulados e analisados, valem ouro para a própria emissora e para empresas de marketing e propaganda, que endereçam a suas mensagens a faixas de público bem definidas. Ao lançar determinado produto – de sabão em pó a candidatos a cargos eletivos -, os marqueteiros já conhecem de antemão as tendências que norteiam o comportamento do “público-alvo”. Tudo funciona como um imenso laboratório.

Outra vertente complementar e vital à ação da RG nos campos do jornalismo e

22 Certa vez, ao participar de um simpósio nacional sobre mídia e o combate a Aids, promovido pela Unesco no âmbito do programa Educaids, critiquei o modo pelo qual autores de telenovelas usavam a referência à epidemia em busca de situações dramáticas. Citei, especificamente, a RG. Fui duramente criticado por um dos participantes do simpósio, que observou que as telenovelas da RG mereciam aplauso e não crítica, por terem um conteúdo não homofóbico, mas simpático às vítimas. Não ocorreu ao questionador, como então observei, que, sim, por acaso, o diretor da telenovela e da RG tinham posições “progressistas” a esse respeito. Mas poderia ocorrer o contrário, com a vítima da AIDS sendo responsabilizada por sua própria doença e por sua disseminação. Como ficaríamos, então? O problema, obviamente, não estava na posição defendida por este ou aquele diretor, autor ou dramaturgo, mas sim no fato de que uma emissora privada, fora de qualquer controle público, apresenta um debate, na forma de ficção, sobre temas reais e assim interfere na vida das pessoas e na sua forma de perceber o mundo. E se é criticada por apresentar posições indefensáveis (racistas, segregacionistas, preconceituosas), sempre tem a opção de contestar que tudo não passa de simples ficção.

23 O mesmo procedimento, claro, é adotado por programas “interativos” que, supostamente, levam em conta a opinião dos telespectadores, como o extinto “Você Decide” (exibido entre 1992 e 2000) e os “reality shows”, como o BBB.

dramaturgia são as “ações pela cidadania”. A Fundação Roberto Marinho, criada em dezembro de 1977, com uma campanha de preservação da memória nacional, passou a cumprir um papel fundamental como impulsionador de festas cívicas, telecursos e programas educativos, museus, projetos endereçados ao meio-ambiente, integração racial, desenvolvimento dos esportes, ajuda às crianças carentes etc. “Cidadania: a gente vê por aqui!” – é o lema consagrado pela emissora, cujas ações associam grandes corporações, incluindo bancos, empreiteiras e indústrias. O “discurso da cidadania” é extremamente sedutor, por apontar um caminho aparentemente indolor, mesmo se difícil, para a integração de todos os setores da sociedade, num clima benéfico de conciliação nacional, bastando para isso um pouquinho de boa-vontade. Não há luta de classes, racismo, preconceito. A desigualdade social é só um estado passageiro que pode ser resolvido por bons patrões e empregados dóceis. Todos estão irmanados para um único fim: o bem dos brasileiros e do país. Durante meses, anos e décadas essa foi e ainda é a mensagem passada pela rede que realizou a unificação virtual do Brasil, muito antes de sua integração real.

Por sua história de total simbiose com a ditadura militar; pela dimensão que atingiu nos anos 80, tornando-se uma das maiores redes de televisão do mundo; pela excelência técnica de seu telejornalismo e setor de dramaturgia, por seu poder como agente político, ideológico e articulador do discurso hegemônico a RG constitui um fenômeno se não único, certamente raro no planeta. Nos estertores do regime instalado em 1964, a imagem que o Brasil tinha do Brasil era, em grande parte, a imagem construída pela RG.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- MELLO**, G.A. (1994). *Muito Além do Cidadão Kane*. São Paulo: Scritta Editorial.
- POLACOW**, P.O. (2000). *Conspiração Patrocinada – a versão de Assis Chateaubriand sobre os acordos Time-Life*, Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP, 2000.
- SODRÉ**, N.W. (1983). *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Martins Fontes.
- HERZ**, D. (1991). *História Secreta da Rede Globo*. São Paulo: Ortiz.
- MORAIS**, F. (1994). *Chatô, o rei do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras.
- ABREU**, A.A. (1996). *A imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50*. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas.
- BOLAÑO**, C. (1988). *Mercado brasileiro de televisão*. Aracaju: Editora da Universidade Federal de Sergipe.
- TOTA**, A.P. (2000). *O imperialismo Sedutor*. São Paulo: Companhia das Letras.
- HIRSCH**, R. A. D. (1987). *1964: a conquista do Estado*. Petrópolis, Vozes.
- ECO**, U. (1993). *Apocalípticos e Integrados*, São Paulo, Perspectiva.
- HABERMAS**, J. (1984) *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro.
- RODOTÁ**, S. (1997). *Tecnopolítica (La Democrazia e le Nuove Tecnologia della Comunicazione)*, Roma, Laterza, p. 12, apud Octavio Ianni, *O príncipe eletrônico*.
- Arbex Jr**, J. (2001). *Showrnlismo – a notícia como espetáculo*. São Paulo: Casa Amarela.
- Jameson**, F. (1995). *As Marcas do Visível*, Rio de Janeiro: Graal.
- Luce**, H.; Revista *Life*, 07. fev. 1941, editorial “*The American Century*”, apud Marcelo Gonçalves de Carvalho, *Consumer culture imperialism*, dissertação de mestrado apresentada à Universidade da Califórnia em San Diego, 2010, pág. 7 (disponível em <<http://escholarship.org/uc/item/9qp6x692>> visitado pela última vez em 09.03.2015).

SHEPHANOWITZ, H. em < <http://www.redebrasilatual.com.br/blogs/helena/2014/04/eua-confirma-acao-de-roberto-marinho-nos-bastidores-da-ditadura-3931.html>>, consultado pela última vez em 08.03.2015.

Blog Jornalismo nas Américas, disponível em <<https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-14578-dono-do-jornal-chileno-el-mercurio-admite-ter-feito-contato-com-cia-antes-do-golpe-con>>.

A revolução não será televisionada, disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=FppdfwqmlmE>>, visitado pela última vez em 09.03.2015.

Tribuna da Internet, disponível em < <http://tribunadainternet.com.br/>>

Portal da Metrópole, disponível em < <http://www.portalmetropole.com/>>

Folha de S. Paulo, 30.12.1992, p. 3-5.

Revista Veja, 06.01.1993.

Revista Isto é, 06.01.1993.

Revista Veja, 13.01.1993.