

No Brasil, rádio e televisão influenciam relações políticas nas instâncias de poder

*[Radio and television influence in political relations of Brazil power instances]*

**CORREIA**, Genira Chagas

Doutora em Ciência Política. Atua profissionalmente na Unesp e é pesquisadora associada do NEAMP/PUC-SP

*[PhD in Political Science. Unesp researcher and associate researcher at NEAMP/PUC-SP]*

[<genirachagas@uol.com.br>](mailto:genirachagas@uol.com.br)

#### RESUMO

Este texto busca apontar aspectos da radiodifusão brasileira - rádio e televisão - a partir de análise da legislação, visando reforçar o entendimento da influência desses meios sobre os acontecimentos políticos, reconhecidos posteriormente como parte da História. Problematisa-se a utilização desses instrumentos como instância de força em sucessivos governos - de Getúlio Vargas a João Goulart -, apontando como a visibilidade modifica as relações políticas nas instâncias do poder.

Palavras-chave: Radiodifusão, política, poder.

#### ABSTRACT

The intent of this article is to point out aspects of brazilian broadcasting - radio and television - by means of legislation, with the intent to reinforce the understanding about the influence of this means of casting on the political events, known afterwards as part of History. The use of broadcasting as force instance in different governments is problematized - from Getúlio Vargas until João Goulart governments. The article tries to show the political usage of broadcasting, pointing out how the visibility changes the politics relations in power instances.

Keywords: broadcasting, politics, power.

## No Brasil, rádio e televisão influenciam relações políticas nas instâncias de poder

CORREIA, Genira Chagas

No Brasil, o desenvolvimento dos meios eletrônicos de difusão a partir dos anos 1930 do século XX e a ampliação de suas utilizações – educativa, cultural, política, econômica – implicaram em mudanças significativas nas relações sociais e políticas e, em consequência, também no desenrolar da narrativa histórica contemporânea.

Este artigo busca evidenciar o uso da radiodifusão pelos governos, tanto em período de exceção – anterior ao Estado Novo (1930-1937) e no Estado Novo (1937-1945) – quanto em período democrático, compreendido entre 1945 e 1964. Nos momentos de inflexão política, por força da legislação, a radiodifusão foi posta a serviço do Estado, com o intuito de conquistar a adesão da audiência para as realizações dos governos. Sempre que pode, a oposição também fez uso da radiodifusão, neste caso buscando denunciar situações políticas nas quais a democracia corria perigo.

Para a Comunicação e a Ciência Política, estudos dessa ordem são importantes por trazerem à luz os interesses que movem o Estado Nacional quando este decide pela edição de algum ato jurídico – por si só um instrumento de poder. Ao desvendar a legislação em torno da radiodifusão, este artigo expõe a forma como as leis forçam os seus rumos, enquanto responsável pela promoção de informações diversas, com consequências sobre o comportamento social, sobretudo em situações de escolhas políticas.

## 1. Ato político

Com o Decreto nº. 20.047, de 27 de maio de 1931, que instituiu a radiodifusão no Brasil, Getúlio Vargas (1930-1945 e 1951-1954) introduziu elemento inédito no cenário político, uma outra instância de força: a audiência. Movido pela vontade de poder, em seus dois mandatos o rádio teve importância reconhecida, tornando-se instrumento para capitalizar a atenção do ouvinte para suas realizações, ao mesmo tempo em que o próprio Vargas ganhava visibilidade como chefe de Estado.

Este ato inaugurou uma nova forma de fazer política. A abertura de então novo campo econômico, sendo este no ramo das Comunicações, contribuiu para alargar os espaços de visibilidade, de produção e de trocas das formas simbólicas, entre outras manifestações cotidianas. Tais formas foram definidas por Thompson (1995, p.9) como expressões linguísticas, gestos, ações, textos, obras de arte, fotografias. Para o autor (THOMPSON, 1998, p.24), “os indivíduos (...) são continuamente envolvidos na comunicação uns com os outros e na troca de informações de conteúdos simbólicos.” Quando mediadas, produzidas e reproduzidas pelos meios de comunicação, essas trocas se revestem de características ideológicas. Buscando um enfoque menos negativo e menos ambíguo para o conceito de ideologia, Thompson faz uma releitura de maneira a relacioná-lo ao termo sentido (significado) e poder.

(...) O conceito de ideologia pode ser usado para se referir à maneira como o sentido (significado) serve, em circunstâncias particulares, para estabelecer e sustentar relações de poder que são sistematicamente

assimétricas – que eu chamarei de ‘relações de dominação’. Ideologia, falando de uma maneira mais ampla, é sentido a serviço do poder . (THOMPSON; 1995, p.16).

Ainda relatando sobre a importância de se repensar o emprego do conceito de ideologia, Thompson (idem) coloca a necessidade de se verificar os contextos sociais nos quais certas formas simbólicas são utilizadas com vistas à articulação de sentidos determinados. “Ele exige que perguntemos se o sentido, construído e usado pelas formas simbólicas, serve ou não para manter relação de poder sistematicamente assimétrica”. (THOMPSON, 1998, p.24).

Ao utilizar a legislação para disciplinar as técnicas de transmissão e difusão, Vargas também legitimou um instrumento de controle sobre a circulação das formas simbólicas. Assinado em 27 de maio de 1931, o Decreto 20.047, regulamentado pelo de número 21.111, de 1 de março de 1932, inscreve mecanismos próprios para moldá-las aos objetivos políticos. De acordo com seu artigo quinto, – “A exploração do serviço interior público constitui monopólio da União” –, por exemplo, transforma o serviço em um elemento de sustentação do poder. No início, a maneira discricionária de autorizar as concessões significou a própria materialização de tal poder.

Vitorioso na Revolução de 1930, Vargas – apoiado por setores das Forças Armadas – viu na institucionalização da radiodifusão a oportunidade para articular a audiência em torno de seu projeto de Estado compromissado com os interesses da classe média, em detrimento da velha oligarquia. Segundo Fausto, as classes populares, em maioria, estavam receptivas às novas orientações capazes de dar sentido a tal concepção de administração.

O novo governo tinha consciência de que existia uma área aberta à penetração política, nas camadas mais recentes de trabalhadores, vindas do campo ou de pequenas cidades do interior, ainda não 'contaminadas' pela ideologia do proletariado de origem estrangeira. Este, sob a influência das ideias socialistas e pela experiência de luta ao longo da República Velha, identificava no Estado 'a cristalização política do inimigo de classe. (FAUSTO, 1975, p.109)

Fausto (1975, p.110-111) comenta que em seus discursos, Vargas (ainda no governo do Rio Grande do Sul) já demonstrava admiração pelo fascismo italiano imposto por Benito Mussolini. Na mesma direção, o general Góes Monteiro, favorável à política de Vargas, afirmava a necessidade de um fascismo à moda brasileira, mas semelhante ao da Itália – um governo cujo Estado centralizasse a administração e os negócios públicos, com o apoio das classes trabalhadoras.

Movido por esses ideais, logo após a institucionalização da radiodifusão, com o Decreto nº. 20.138, de 22 de junho de 1931, Vargas criou o Departamento Oficial de Publicidade (DOP), vinculado ao Ministério da Justiça e Negócios Interiores. De acordo com o Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil da Fundação Getulio Vargas (FGV/CPDOC), o DOP deveria ser parte de um decreto para estruturar o serviço de Imprensa Nacional, mas pela demora em sua articulação, foi criado de forma autônoma e atuava basicamente no setor de radiodifusão. De resto, sua atividade limitava-se ao fornecimento de informações oficiais à imprensa.

Em estudo sobre propaganda política em Vargas e Perón, Capelato (2009, p.73) explicita o Varguismo não como um fenômeno essencialmente fascista. No entanto, a pesquisadora lembra:

Os organizadores das propagandas varguista e peronista, atentos observadores da política de propaganda nazifascista, procuraram adotar métodos de controle dos meios de comunicação e de persuasão usados na Alemanha e na Itália, adaptando-os às realidades brasileira e argentina. (CAPELATO, 2009, p.76).

## 2. Instrumento de poder

Apesar da incipiência do setor na época, Vargas já tinha em mente seus planos para a radiodifusão, expressos no interesse em manter o monopólio para a União e na promoção de sua unificação em torno de uma rede com finalidade político-educativa, conforme explicitado no artigo 12 e incisos, do Decreto 20.047.

**Art. 12.** O serviço de radiodifusão é considerado de interesse nacional e de finalidade educacional.

**§ 1º** O Governo da União promoverá a unificação dos serviços de radiodifusão, no sentido de constituir uma rede nacional que atenda aos objetivos de tais serviços.

**§ 2º** As estações da rede nacional de radiodifusão poderão ser instaladas e trafegadas, mediante concessão, por sociedades civis ou empresas brasileiras idôneas, ou pela própria União, obedecendo a todas as exigências educacionais e técnicas que forem estabelecidas pelo Governo Federal.

**§ 3º** A orientação educacional das estações da rede nacional de radiodifusão caberá ao Ministério da Educação e Saúde Pública e a sua fiscalização técnica competirá ao Ministério da Viação e Obras Públicas.

**§ 4º** As estações da rede nacional de radiodifusão irradiarão, simultaneamente, programas nacionais, e, isolada ou simultaneamente, programas regionais.

Tais objetivos, contudo, só poderiam ser atingidos mediante estímulos para que a radiodifusão pudesse ser viável comercialmente. Nesse sentido, o artigo 73 do Decreto 21.111

regulamentou a publicidade, mecanismo que possibilitou o desenvolvimento da radiodifusão enquanto negócio. Ortiz (1988, p.40) assinala que a partir daquele período “as emissoras podiam contar com uma fonte de financiamento constante e estruturar a programação em bases mais duradouras”.

**Art. 73.** Durante a execução dos programas é permitida a propaganda comercial, por meio de dissertações proferidas de maneira concisa, clara e conveniente à apreciação dos ouvintes, observadas as seguintes condições:

- a) o tempo destinado ao conjunto dessas dissertações não poderá ser superior a dez por cento (10%) do tempo total de irradiação de cada programa;
- b) cada dissertação durará, no máximo, trinta (30) segundos;
- c) as dissertações deverão ser intercaladas nos programas, de sorte a não se sucederem imediatamente;
- d) não será permitida, na execução dessas dissertações, a reiteração de palavras ou conceitos.

Em diversos decretos, Vargas moldou a radiodifusão de forma a garantir visibilidade a suas realizações. Com o Decreto nº. 1.915, de 27 de dezembro de 1939, foi instituído o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP). Plenamente afinado com as aspirações do Estado Novo, ele era responsável por manter rígido controle sobre a programação cultural e política das emissoras de rádio. Os responsáveis pelas articulações do DIP tinham consciência do potencial do rádio para difundir a doutrina do governo.

Thompson (1995, p.117) adverte que, com o advento da televisão, a possibilidade de combinação entre som e imagem favoreceu a publicidade de forma semelhante à tradicional co-presença. Ao

“ênfatizar a riqueza visual das trocas simbólicas”, a televisão restabeleceu a visibilidade, ainda que mediada pela técnica.

A publicidade de eventos, ações e pessoas foi religada à capacidade de serem vistas e ouvidas por outros. Na idade da televisão, a visibilidade no sentido estrito da visão – a capacidade de ser visto com os olhos – é elevada a um nível de significado histórico. (THOMPSON, 1995, p.117)

Com o fim do Estado Novo, em 1945, Getúlio Vargas deixou o governo. Em 1951, retorna ao poder pelo voto e logo percebe o potencial da televisão, um poderoso instrumento de difusão de formas simbólicas, trazido ao país por Assis Chateaubriand em 1950. Assim como o rádio, a instalação de um sistema de transmissão de televisão – som e imagem – também dependia de concessão e ainda não existia uma regulamentação para essa finalidade. Coube a Vargas regulamentá-la por meio do Decreto 29.783, de 19 de julho de 1951. Tal instrumento jurídico alterou alguns dispositivos do regulamento aprovado pelo Decreto número 21.111 e estabeleceu normas para a execução dos serviços de radiodifusão e radiocomunicação em território nacional. Vargas, então, colocou sob a égide do Poder Executivo o controle da outorga também para exploração de canais de televisão.

Diversos estudos centralizam em Vargas a crítica pela apropriação da radiodifusão para fins políticos, com o objetivo de conquistar visibilidade, poder e prestígio. O cerceamento da circulação das formas simbólicas seria parte de um esforço para a unificação do pensamento em torno de suas causas. A História aponta, contudo, diversos governos anteriores à promulgação da Lei 4.117, de 27 de agosto de 1962 – que institui o Código Brasileiro de Telecomunicações (de Getúlio Vargas, em dois mandatos, a João

Goulart) – igualmente fazendo uso dos meios eletrônicos de difusão de forma a garantir audiência para ações de diversas natureza. Merece consideração o emprego doutrinário da radiodifusão durante o Regime Militar, em prol da construção de uma imagem positiva de um governo, semelhante ao ocorrido na era Vargas.

Duas hipóteses podem explicar o foco dos estudos de radiodifusão no período de Getúlio Vargas. A primeira leva em consideração o fato de, no Brasil, Vargas ter sido pioneiro em capitalizar a força dos meios de massa para a política e fazer dela um instrumento de poder. Já a segunda diz respeito à abrangência desses estudos. A maioria dos pesquisadores prefere abordar a radiodifusão em fatos históricos ou por períodos determinados, como nos estudos focados no Varguismo, no Estado Novo, ou nos que enfatizam a influência do rádio ou da televisão em determinado contexto. Os trabalhos cujos períodos se estendem na linha do tempo fazem aflorar a centralidade dos meios eletrônicos de difusão também nos governos posteriores a Vargas.

### **3. A “Cláusula R” de Juscelino Kubitschek**

Juscelino Kubitschek e João Goulart, respectivamente candidatos a presidente e vice-presidente<sup>1</sup>, foram eleitos em outubro de 1955 pela coligação do Partido Social Democrata (PSD) com o Partido Trabalhista Brasileiro (PTB) para o mandato de 1956-1961, mas quase foram impedidos de tomar posse. Descontentes com a vitória da chapa PSD-PTB, os udenistas liderados pelo jornalista Carlos Lacerda, da *Tribuna da Imprensa*, e setores militares, tentaram impedir a posse marcada para janeiro de 1956. Então, os insatisfeitos promoveram o

---

<sup>1</sup> Na época, a população escolhia o presidente e o vice em eleições distintas (separadas), não sendo necessária composição de uma chapa fechada.

movimento denominado por eles mesmos “contragolpe preventivo”, deflagrado em 11 de novembro. Mas foram derrotados e aconteceu a posse dos eleitos.

Em meio a uma crise fomentada pela União Democrática Nacional (UDN) Juscelino Kubitschek tomou medidas para atenuar os ataques oposicionistas.

Juscelino tomou posse a 31 de janeiro de 1956. Um de seus primeiros atos foi nomear presidente da Comissão Técnica de Rádio o seu conterrâneo de Diamantina e amigo, General Olimpio Mourão Filho. A escolha de Mourão para tal função se revestiu de grande sensibilidade política, uma vez que o objetivo era colocar à frente da Comissão, órgão que controlava a radiodifusão no país, uma pessoa de sua absoluta confiança, capaz de não permitir que uma concessão outorgada pelo governo se transformasse em instrumento de agitação, como se transformaria, se as correntes radicais tivessem acesso ao rádio e à televisão – o passado assim indicava. Dentro desse objetivo, a missão síntese que Juscelino deu a Mourão foi não permitir que Lacerda falasse no rádio e na televisão (SILVA 1990, p.43).

Segundo Biroli (2004), a situação de questionamento da legalidade do governo empossado – sobretudo por parte da oposição liderada por Carlos Lacerda – motivou o Ministro da Viação e Obras Públicas, Lúcio Meira, a editar a Portaria 899, publicada no *Diário Oficial* em 8 outubro 1956. Suspensa por decisão do Tribunal Superior Eleitoral em 1958, a Portaria determinava em seu artigo 1º:

1º: “As estações radiodifusoras, inclusive as de televisão, excluirão dos seus programas as anedotas maliciosas, os gracejos picantes, bem como não irradiarão quaisquer manifestações, ainda que reprodução de artigos ou discursos, que importem ou possam importar na subversão da ordem pública, em incitamento a greves, que possam provocar a animosidade entre as classes armadas, ou delas contra

as instituições civis; a instigação à desobediência coletiva ao cumprimento da Lei; ou que contenham injúria ou desrespeito às autoridades constituídas”. O artigo 2º enfatizava que “a infração ao disposto no artigo 1º sujeitava a empresa à suspensão de sua estação por prazo não excedente de 30 dias e, em caso de reincidência, à rescisão da concessão”.

O documento que acrescentava nova cláusula aos contratos de concessão passou para a história da radiodifusão como “Cláusula R”.

Embora a intenção do presente artigo não seja discutir Teoria Política, cabe ressaltar a edição de uma legislação para cercear os conteúdos da radiodifusão, sobretudo relativos ao governo, em período dito democrático. Moreno (2004, p.37) lembra que as democracias se fundam pelo consentimento, que por sua vez resulta da uniformidade de crenças e disposições. “A democracia existe em comunidades culturalmente uniformes ou em comunidades onde um grupo culturalmente coeso monopoliza o controle do sistema político”.

#### **4. Jânio Quadros regulamenta comerciais de TV**

Após sua posse como presidente (em 31 de janeiro de 1961), Jânio Quadros começou a ter problemas com os setores conservadores do país ao demonstrar disposição para colocar em prática seus planos de moralização da administração, de reforma agrária, de disciplina de remessa de lucros para o exterior e de combate à corrupção.

No âmbito da radiodifusão – o setor mais tutelado pelos presidentes – e à semelhança dos governos anteriores, Jânio também procurou mostrar seu poder. Uma de suas medidas para este segmento de mídia foi a assinatura do Decreto 50.450, em 12 de abril de 1961,

regulando a projeção de longa-metragem e a propaganda comercial exibidas pelas emissoras de televisão.

De acordo com o artigo 1º do decreto, as emissoras de televisão deveriam exibir um filme nacional a cada dois de procedência estrangeira. Mas para os setores encarregados da programação, foram as determinações dos artigos 9º e 10º as mais incômodas. Não necessariamente ruins para efeito de uma programação mais atraente e menos recheada por comerciais; os próprios profissionais reconheceriam a importância do ato, embora arbitrário. O artigo 9º obrigava que os comerciais gravados não excedessem o tempo de três minutos entre um programa e outro. O 10º firmava em no máximo cinco minutos a duração da propaganda comercial ao vivo, através de mensagens, comunicações ou arranjos teatrais entre um e outro programa. Clark e Priolli dão a dimensão do que representou o decreto de Jânio para os profissionais de televisão:

Jânio encampou as aspirações dos brasileiros por uma programação comercial menos torturante. Baixou um decreto draconiano impedindo que os intervalos comerciais ultrapassassem três minutos de duração, com filmes ou slides. Poderia chegar a oito, apenas no caso de os cinco excedentes serem preenchidos com comerciais ao vivo, que estavam rareando com o surgimento do cinema publicitário e do videoteipe (...). (CLARK; PRIOLLI, 1991, p.105).

Ainda segundo esses autores:

Para as emissoras de televisão aquilo foi um inferno. Era o disciplinamento autoritário, baixado com a força da lei, de seu confortável caos de programação. Agora o tempo comercial de TV passava a ser rigidamente controlado. Um segundo de estouro nos limites estabelecidos pelo governo, e a emissora já estava na

contravenção, sujeita a uma série de penalidades que poderiam terminar na cassação do canal (ibidem).

A disciplina do horário comercial decretada por Jânio obrigou os profissionais a usarem a criatividade para se adequar às novas regras. Para Clark, contudo, resultou no conceito de grade de programação, tal qual se conhece atualmente. Na opinião de José Bonifácio Oliveira Sobrinho:

Jânio interferiu para o bem. A maior contribuição dada para a televisão brasileira foi dada por Jânio Quadros. Ele estabeleceu o tempo de publicidade no veículo. O veículo era aviltado. Se vendia a quantidade que quisesse. Se quisesse vender uma hora de comercial era permitido. (OLIVEIRA SOBRINHO, José Bonifácio)<sup>2</sup>.

### **5. “Rede da Legalidade” mobiliza opinião pública e garante a posse de João Goulart**

Em alguns períodos históricos, a radiodifusão foi utilizada como estratégia midiática para a divulgação das causas de grupos não vinculados ao Executivo, como por exemplo, a “Rede da Legalidade”, a “Cadeia da Democracia” e a “Rede do Esclarecimento”.

Após a renúncia de Jânio Quadros, durante aproximadamente nove dias o país foi governado provisoriamente pelo presidente da Câmara dos Deputados, Ranieri Mazzili. O poder efetivo, contudo, estava com os ministros militares. Pelos meios de comunicação de massa eles lançaram uma espécie de manifesto à nação, expondo as razões pelas quais não desejavam a posse de João Goulart.

---

<sup>2</sup> Empresário de televisão, em entrevista especial à autora, em 2009.

A renúncia do presidente, o impedimento da posse do vice e a iniciativa dos militares em lançar um manifesto à nação dividiram a opinião pública nacional. De um lado, estavam os que apoiavam os militares, a exemplo da imprensa liderada pela *Tribuna da Imprensa* de Carlos Lacerda, e pelos jornais *O Globo* e *O Estado de S. Paulo*. De outro, portuários e ferroviários da Central do Brasil e da Estrada de Ferro Leopoldina e alguns veículos de comunicação, como a emissora de rádio Mayrink Veiga que apoiavam Goulart. A reação mais forte em favor de Goulart partiu do Rio Grande do Sul – onde o governador Leonel Brizola, cunhado de João Goulart e filiado ao mesmo partido político, o PTB – reuniu 104 emissoras de rádio do Estado, encabeçada pela Mayrink Veiga, para formar a “Rede da Legalidade”, pela qual convocava a audiência a resistir contra a intervenção dos militares e pela posse de Jango.

Segundo Villa (2004, p.47), Brizola transmitia em cadeia<sup>3</sup> o noticiário político em defesa da manutenção da ordem. Em oposição aos militares, o governador gaúcho divulgou um contra-manifesto em defesa da Constituição e da posse do cunhado: “Se a atual Constituição não satisfaz em muitos dos seus aspectos, desejamos o seu aprimoramento e não a sua supressão, o que representaria uma regressão ao obscurantismo”.

Em uma atitude conciliadora para acalmar a nação, o Congresso decidiu reformar a Constituição e instituir o regime parlamentarista. Foi a saída para que João Goulart pudesse tomar posse, mas sem poderes para governar, até que fosse votado um plebiscito pelo qual a nação escolheria entre a permanência do parlamentarismo ou volta do presidencialismo.

---

<sup>3</sup> A transmissão era feita por meio da ocupação das rádios Guaíba e Farrroupilha, que eram retransmitidas por outras rádios. Disponível em: [http://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/Jango/biografias/leonel\\_brizola](http://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/Jango/biografias/leonel_brizola)

## 6. “Cadeia da Democracia” contra-ataca Brizola

A renúncia de Jânio em 1961 justificou a criação do Instituto de Pesquisas e Estudos Sociais (IPES). Preocupada com a manutenção de seus interesses, uma elite econômica de perfil antinacionalista financiou o IPES, cuja organização contava com militares, sendo o principal deles o general Golbery do Couto e Silva.

Com sede no Rio de Janeiro, o IPES tinha o apoio da Agência Central de Informações dos Estados Unidos (CIA, na sigla em inglês). Seus inimigos declarados eram o governo de João Goulart e o seu partido, o PTB, além dos comunistas. As ações políticas do IPES eram realizadas pelo Instituto Brasileiro de Ação Democrática (IBAD), fundado pelo integralista Ivan Hasslocher, dono de uma agência de publicidade. Dreifuss traça o perfil do IBAD:

A princípio o IBAD não teve um impacto muito visível. Ele operava de modo reservado procurando o apoio das mais diversas fontes para atingir seus objetivos, preparando a infraestrutura para ações futuras. Até outubro de 1961 ele havia estabelecido firmes contatos com João Mendes da Costa Filho, da Ação Democrática Parlamentar (ADP), que se tornou um canal do IBAD no Congresso. (...) O IBAD influenciou e penetrou no legislativo e nos governos estaduais, interveio em assuntos eleitorais nacionais e regionais e apoiou alguns sindicatos em particular. Ele ajudou a promover ainda alguns líderes camponeses e sindicais, movimentos estudantis e organizações de pressão dentro da classe média. (DREIFUSS; 1981, p.102-103).

Para mobilizar a opinião pública e alcançar seus objetivos, o IPES/IBAD distribuía material em todos os meios de imprensa nacional. Segundo Cunha (2010), a campanha anticomunista promovida pelo consórcio dos dois institutos era tão ostensiva que,

em 1962, o fundador do IBAD arrendou o jornal carioca *A Noite* para fazer propaganda direta aos leitores. Aos poucos, os objetivos de sensibilizar a população iam sendo alcançados. A partir de 1963, ainda segundo Cunha, grupos de profissionais organizados divulgavam manifestos em favor da causa “democrática”, distribuídos gratuitamente a 800 emissoras de rádio e jornais do país.

Chateaubriand havia sido procurado pelos generais Olympio Mourão Filho e Nelson de Melo (MG) para dar apoio ao empreendimento. De pronto, o dono dos *Diários e Emissoras Associados* colocou suas emissoras à disposição da “Cadeia da Democracia”. Carlos Lacerda era um dos locutores mais influentes.

O IPES gastou 10 milhões de cruzeiros para produzir 15 programas de TV para três canais diferentes. Eram entrevistas de questionários preparados pela entidade, com jornalistas de confiança e gente selecionada para responder sobre reforma agrária, custo de vida, democracia. Estavam escaladas neste time algumas personalidades gaúchas como o senador Mem de Sá, os deputados Daniel Faraco, Egydio Michaelsen e Raul Pilla, o prefeito Loureiro da Silva e o arcebispo dom Vicente Scherer. Em 1962, o IBAD operava diariamente mais de 300 programas de rádio no horário nobre das principais cidades do país. A rede de mais de 100 estações ligadas a ele formava a “Cadeia da Democracia”, sob o comando do senador João Calmon, dos Diários Associados, que tinha o cuidado de ir ao ar no mesmo horário das transmissões do líder trabalhista Leonel Brizola, que os derrotara um ano antes com a “Rede da Legalidade” (CUNHA, 2010).

## 7. “Rede do Esclarecimento”

No terreno das disputas políticas em curso no período 1960-1964, o então deputado Leonel Brizola – que já havia obtido sucesso com sua “Rede da Legalidade”, em 1963, quando o ambiente no Congresso

Nacional já era tenso – passou a comandar um programa semanal na mesma rádio Mayrink Veiga, com o qual procurava esclarecer o ouvinte sobre a necessidade de apoiar as Reformas de Base do cunhado. Dada a grande audiência conquistada pelo deputado, emissoras de diversos estados se juntaram à Mayrink Veiga, formando a “Rede do Esclarecimento”.

Desapontado com os descaminhos do cunhado, contudo, Brizola abandonou a aliança com o PTB e resolveu apostar em um projeto que lhe garantisse projeção nacional. Sua intenção era a Presidência da República. Em fins outubro de 1963, ao desistir do apoio a Jango, criou o “Grupo dos Onze”. Pela Mayrink Veiga, todas as sextas-feiras, a partir das 21h30, levava ao ar o programa *Comando Nacionalista ou Grupo dos Onze Companheiros*. Brizola objetivava convocar a população para lutar pelas reformas que não estavam sendo levadas por João Goulart. A ideia era articular pequenos grupos independentes e fazê-los aderir às organizações como sindicatos, movimentos estudantis, agrários e parlamentares nacionalistas.

A ideia logo obteve sucesso não só porque as falas de Brizola tinham uma grande audiência, como também em virtude dos propósitos dos comandos, que eram lutar pela melhoria das comunidades e das condições de vida de cada um de seus membros. O movimento, entretanto, assustou os conservadores, que aumentavam a carga contra Brizola, a quem agora denunciavam como terrorista, por tentar organizar “grupos paramilitares”, nos moldes dos soviéticos, da União Soviética, e dos comitês revolucionários de bairro, em Cuba, como alegam seus detratores. Seja como for, o fato é que até às vésperas do golpe, já haviam se formado cerca de 100 mil Grupos dos 11 em todo o Brasil (LEITE FILHO, 2008, p. 254-255).

Villa (2003, p.143) também explica a formação do “Grupo dos Onze”.

A reunião de 11 grupos formaria um distrito, e 22 distritos (...) formariam uma província, e 11 províncias, uma região. (...) De todo o Brasil chegavam cartas à Rádio Mayrink Veiga com atas formalizando a criação deles. Como [parte] da documentação acabou ficando na rádio, quando veio o golpe militar, as atas serviram de instrumento para a perseguição de brizolistas, facilitando o trabalho da repressão instituída pela ‘nova ordem’ (VILLA, 2003, p.143).

Venceu o mais forte. A intensidade das mensagens do IPES/IBAD (com o apoio de parte significativa da imprensa e das estruturas do poder) e a penetração delas entre todos os seguimentos da sociedade (profissionais liberais, religiosos, mulheres, sindicalistas, estudantes) sensibilizou a opinião pública em favor da articulação de empresários e militares contra João Goulart. Veio o Golpe de Militar de 1964. Com os militares, a história da radiodifusão mudaria de rumo.

## 8. Considerações finais

Este texto evidencia que a então jovem atividade econômica no setor de radiodifusão modificou a cena política na medida em que os meios eletrônicos de difusão amplificam a circulação de formas simbólicas. “Característica essencial da vida em sociedade (...) as ações simbólicas podem provocar reações, liderar respostas de determinado teor, sugerir caminhos e decisões, induzir a crer e a descrer, apoiar os negócios do estado ou sublevar as massas em revoltas coletivas” (THOMPSON, 1998, p.24).

A capacidade de intervir no curso dos acontecimentos inerente aos meios eletrônicos de difusão fez dele um instrumento cujo controle, desde sua institucionalização, vem sendo intensamente disputado

pelo Estado e pelos radiodifusores. Em seus primeiros anos, a radiodifusão foi um importante instrumento sob o controle de Getúlio Vargas, cujo apreço pelo poder e visibilidade encontrou na radiodifusão a força ideal para pôr em marcha a sua vocação, materializada pela instituição do Estado Novo.

A propensão varguista de manter o controle estatal sobre a circulação de informação era, aliás, tendência mundial. Vargas seguia o modelo político de Hitler, na Alemanha, para quem o rádio era o veículo mais importante na estratégia de manipulação das massas. Tal disposição, ressalte-se, foi seguida pelos sucessivos governos citados neste trabalho, cada qual no espírito de seu tempo.

Os meios eletrônicos de difusão configuram os principais canais por onde fluem as informações e as diferentes manifestações de ideias, das quais depende grande parte da comunidade para formar suas opiniões sobre diversos aspectos da vida cotidiana, inclusive o político. Sendo assim, sua legislação deve incentivar a pluralidade nos limites da estabilidade social.

## Referências

ADORNO, Theodor W. *Introdução à sociologia*. São Paulo: Ed. Unesp, 2008.

BIROLI, Flavia. *Liberdade de imprensa: margens e definições para a democracia durante o governo de Juscelino Kubitschek (1956-1960)*. São Paulo: Rev. Bras. Hist., v. 24, n. 47, 2004. Disponível em: <<http://www.scielo.br>>. Acesso em 1 fev. 2010.

CAPELATO, Maria Helena Rolim. *Multidões em cenas: propaganda política no varguismo e no peronismo*. 2ª ed. São Paulo: Ed. Unesp, 2009.

CLARK, Walter; PRIOLLI, Gabriel. *O campeão de audiência*. São Paulo: Ed. Best Seller, 1991.

CUNHA, Luiz Cláudio. *Do golpe à redemocratização: Ventos da mídia na tormenta de 1964*. Observatório da Imprensa. 26 jan. 2010. Armazém Literário. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=574AZL002>> Acesso em 13 fev. 2010.

DREIFUSS, René A. *1964: A conquista do Estado - Ação política, poder e golpe de classe*. Petrópolis (RJ): Ed. Vozes, 1981.

FAUSTO, Boris. *A revolução de 1930: historiografia e história*. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1975.

LEITE FILHO, Neiva Moreira. *El caudillo Leonel Brizola: um perfil biográfico*. São Paulo: Ed. Aquariana, 2008

MORENO, Francisco José. *Princípios básicos de política*. Miami (EUA): Cefatex Internacional, 2004.

ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1988.

SILVA, J. A. Alencastro. *Telecomunicações: histórias para a história*. São José dos Pinhais (PR): Editel, 1990.

THOMPSON, J. B. *Escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia*. Petrópolis: Vozes, 2002.

\_\_\_\_\_. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes, 1998.

\_\_\_\_\_. *Ideologia e cultura de moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petrópolis (RJ): Ed. Vozes, 1995.

VILLA, Marco Antonio. *Jango: um perfil (1945 - 1964)*. São Paulo: Ed. Globo, 2003.



**COMPOLÍTICA**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE PESQUISADORES EM  
COMUNICAÇÃO E POLÍTICA

*Diretoria da Associação | Director Board*

**Presidente | President**

Fernando Lattman-Weltman (UERJ)

**Vice-Presidente | Vice-President**

Arthur Ituassu (PUC-Rio)

**Secretária Executiva | Executive Secretary**

Kelly Prudêncio (UFPR)

*Corpo Editorial | Editorial Board*

**Coordenação Editorial | Editorial Coordination**

Alessandra Aldé (UERJ) & Maria Helena Weber (UFRGS)

**Editores Executivos | Executive Editors**

Camilo Aggio (UFBA), Diógenes Lycarião (UFC), Rafael Cardoso Sampaio (UFPR) & Viktor Chagas (UFF)

**Editoras Assistentes | Assistant Editors**

Ana Angélica Soares (FGV), Fernanda Sanglard (UERJ) & Isabele Mitozo (UFPR)

<<http://compolitica.org/revista>>

A Revista Compolítica é uma revista eletrônica da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política

*[Revista Compolítica is an electronic journal published by the Brazilian Association of Political Communication Scholars]*

Ao citar este artigo, utilize a seguinte referência bibliográfica

*[To cite this article, please use the following reference]*

CORREIA, G. C. *No Brasil, rádio e televisão influenciam relações políticas nas instâncias de poder*. In: *Revista Compolítica* 5 (2), 2015.

