



PODER E DISCURSO DA IMPRENSA NA DÉCADA DE 1960

A objetividade jornalística a serviço da ditadura militar

Monique Benati Rangel

Aluna do Mestrado de Comunicação Social
da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ)

Ao contrário do que acontece hoje, quando os periódicos mascaram sob a forma de texto informativo e objetivo suas convicções e interesses, os diários dos anos 1950 tinham como característica intrínseca um jornalismo francamente político e panfletário, espelho das posições de seus respectivos proprietários.

“(…) O Estadão, por exemplo, reflete os humores, idiossincrasias, valores e preconceitos dos Mesquita. A Folha de São Paulo é a família Frias, O Globo é o Roberto Marinho, o Jornal do Brasil é a família Nascimento Brito. No começo dos anos 1950, essa distorção era ainda mais acentuada. Trata-se, por sinal, de uma distorção que ocorre com mais frequência e nitidez nos países sem tradição de partidos fortes.(…) Por trás da aparente independência que ostentam, já que não são ligados a partidos, os jornais são o que seus donos querem que sejam.” (Wainer, 1987:136)

Donos de uma linguagem extremamente agressiva, tanto nos jornais de oposição quanto nos governistas, o jornalismo da época era marcado pela paixão dos debates e das polêmicas. Buscando a adesão do leitor às suas posições político-ideológicas, construíam imagens e alusões, criavam personagens, cunhavam expressões fáceis de serem identificadas e repetidas, tais como “governo do mar de lama” e “país de corruptos governado por ladrões.”¹

Nesse contexto, os jornais criavam e interpretavam fatos de acordo com o que lhes fosse mais interessante política e economicamente, pois “tais jornais acabaram por reproduzir no campo jornalístico os debates presentes no campo político, confrontando-se mutuamente no plano discursivo, imiscuindo-se divergências pessoais, posições políticas distintas, às rivalidades profissionais.” (Campos: 1996)

¹ Essas expressões foram cunhadas pelo jornal Tribuna da Imprensa quando da crise do último Governo Vargas.



Neste trabalho, nossa preocupação é ressaltar as transformações e crises ocorridas na imprensa relacionando-a a um fato marcante na história do Brasil: a instauração da ditadura militar dez anos depois do suicídio de Getúlio Vargas em 1954. Pretendemos mostrar como a construção do ideal da objetividade do jornalismo brasileiro – naturalizado durante décadas através de estratégias de neutralidade do texto jornalístico, importando padrões estrangeiros - foram a rigor uma estratégia política no sentido de apartar da imprensa o seu papel de instaurar polêmicas.

A objetividade passa a construir, ainda que pretensamente, a verdade objetiva dos fatos e com isso, a discussão política é retirada dos jornais. O país poderia viver sob o signo da ditadura e não causaria mais espanto que a imprensa não se ocupasse da questão. O jornalismo agora “se atinha aos fatos” e construía um discurso hegemônico: o discurso da neutralidade, da objetividade e da imparcialidade.

Segundo compreendemos, 1954 é a gênese do discurso do autoritarismo de 1964, através do movimento do bloco de poder anti-Vargas formado principalmente pela imprensa carioca e cuja principal arena política era o discurso das páginas dos periódicos do Rio de Janeiro.

O movimento da imprensa enquanto bloco de poder, em 1954, gestava o movimento de autoritarismo que culminaria no golpe de 64, conforme poderemos perceber através de algumas construções realizadas pelos jornais da época.

É importante dizer que a imprensa não foi a responsável pela crise nem pela adesão da classe média e de uma parcela dos trabalhadores urbanos na verdadeira campanha instalada contra o último governo Vargas. O papel desempenhado por ela foi espelhar, divulgar e reforçar o que esses grupos estavam propensos a seguir, estimulando e acirrando ânimos, ao mesmo tempo em que reforçava a pressão exercida por outras instituições da sociedade civil e da sociedade política.

Os jornalistas, assim, desempenhavam dentro das empresas, o seu papel de intelectuais orgânicos, já que tinham como tarefa produzir – através do discurso veiculado nos jornais – um consenso na sociedade, atingindo-se a hegemonia.

Por outro lado, é preciso ter em mente que o jornalismo é uma importante força da sociedade civil na reprodução dessa hegemonia:

“O jornalismo não se limita a satisfazer as necessidades de seu público, mas procura criar essas mesmas expectativas, com dois objetivos básicos: expandir sua área de atuação e tornar-se em conseqüência, mais lucrativo e ao mesmo tempo com o objetivo de doutrinar. Os leitores não são apenas elementos econômicos capazes de adquirir as publicações, mas elementos “transformáveis” filosoficamente, maleáveis a essa transformação.” (Gramsci, 1979)

Transformar filosoficamente o leitor foi o que a imprensa buscou fazer nesse período. Graças às técnicas vindas do jornalismo norte-americano, o discurso jornalístico passou a se revestir de “objetividade”, “substituindo” o que até então eram duas características muito marcantes: o comentário e a panfletagem.

Tomando para si uma aura de fidelidade aos fatos, o jornalismo adquiriu considerável poder social principalmente por meio das suas novas operações discursivas.

Com a “objetividade nas mãos”, o jornalista criara o efeito de neutralidade do discurso jornalístico – produzido a partir das novas técnicas redacionais. Sem precisar tomar como seu o discurso panfletário de um ou de outro jornal, o leitor passou a acolher o jornalismo de forma diferenciada: se, com o caráter panfletário, o jornalismo era entendido como essencialmente político, já com a objetividade – ou a presunção dela – o leitor se tornara mais “passivo”, pois a pretensa objetividade do jornalismo implicava em uma certa garantia de não-distorção dos fatos e na não-necessidade de buscar outras fontes de notícia.

Além disso, a ancoragem factual do novo jornalismo, baseando-se em nomes, endereços e fatos reais, dava a idéia de “ser o real”, proporcionando ao leitor a confiança de que o jornalismo precisava para operar com legitimidade.

Vale lembrar, entretanto, que essa aura de legitimidade do discurso jornalístico é extremamente frágil, pois tem como base apenas a confiança do leitor, pois este raramente pode verificar *in loco* a veracidade dos acontecimentos relatados. Isto significa que acontece entre o leitor e a imprensa um verdadeiro pacto de confiança: o leitor acredita na veracidade daquele veículo e o veículo, por sua vez, realiza todo um processo de investimento de sentido na realidade, através de operações discursivas, mas essas operações não ficam mais evidentes para o leitor, pois revestem-se de “objetividade” e “imparcialidade”. Portanto, mais do que eficácia real, a objetividade e a ancoragem factual conferiram ao texto jornalístico eficácia simbólica.

Nas universidades, o modelo norte-americano passou a ser ensinado como instrumento necessário para o exercício da profissão, deixando de ser visto como arbitrário, e sendo entendido não mais como “um entre outros possíveis”, mas como o único: os conceitos mais comuns (*lead*, objetividade, imparcialidade), então, começaram a ser percebidos, não como os valores de um grupo particular no interior da instituição jornalística, mas como os valores da própria instituição. A técnica era entendida como neutra e se tornava condição indispensável para operar no campo jornalístico.

Mas a modernização da imprensa não se restringiu à adaptação do modelo norte americano de se fazer e pensar o jornalismo. Atingiu também aspectos gráficos, editoriais e empresariais e representou para a imprensa um novo referencial: a construção de um lugar institucional que lhe permitiu, a partir de então, enunciar “oficialmente” as verdades dos acontecimentos e se constituir como o registro factual por excelência.

Até a década de 1940, a opinião predominou na imprensa carioca. Os jornais eram acima de tudo porta-vozes do Estado ou de grupos políticos, que os financiavam no todo ou em parte. Depois da guerra, como mostrou André Hons (1982) o aspecto empresarial começou a prevalecer. Dados econômicos – taxas cambiais, inflação, desenvolvimento ou recessão, preço das matérias primas, etc. – que antes repercutiam apenas indiretamente, passaram a influir diretamente nos jornais.

Os jornais, até então acostumados somente a lidar com seus problemas internos, tinham agora que gerenciar suas empresas da melhor forma possível para minimizar os efeitos de dificuldades que escapavam ao seu controle: a crise da escassez de papel, a diminuição do poder aquisitivo da população, a inflação, a recessão, etc.

As pequenas tiragens dos jornais, até mesmo devido à enorme quantidade de periódicos na época, não geravam recursos suficientes para a manutenção da empresa, principalmente em um cenário adverso. Se, antes, as empresas jornalísticas já precisavam, para sobreviver, de verba oficial ou de apoio de algum grupo privado, mais ainda isso se torna fato quando acontecem crises externas ao ambiente jornalístico propriamente dito.

Isto significa que, apesar de terem se transformado em empresas capitalistas, os jornais precisavam continuar servindo a poderes tradicionais. Adotaram uma estrutura industrial, mas mantiveram-se presos aos interesses da sociedade política, que moldavam o conteúdo das suas publicações.

O aspecto político, portanto, jamais desapareceu totalmente, exercendo um papel estrutural na dinâmica das empresas jornalísticas. Apesar de terem se afirmado imperativos de gestão e de administração, estes ainda não eram suficientes para garantir a autonomia das empresas. Por isso, jamais deixaram de cumprir um papel nitidamente político. Apoio a determinados grupos que estavam no poder ou na oposição (dependendo da conjuntura) era essencial para garantir a sobrevivência de algumas empresas, fosse através de créditos, empréstimos, incentivos ou mesmo publicidade governamental.

Isso significa que relações arcaicas (políticas, baseadas em laços pessoais, interesses imediatos, compadrios, etc) em certa medida, financiaram a modernização da imprensa, fato que aponta para uma lógica bastante diferente da dos países capitalistas avançados, como os Estados Unidos. Lá, a publicidade possibilitou o surgimento de jornais de grande tiragem e baixo preço (*penny press*) e o desaparecimento dos jornais de opinião.

No Brasil, a maior parte dos jornais possuía um equilíbrio econômico precário e, por isso, dependia de favores, subsídios e subvenções para assegurar a sua existência. Ao longo dos anos 1950 e 1960, com o desenvolvimento industrial do país, a publicidade vai ganhando força, assim como o sistema financeiro (privado). Mas apenas no final dos anos 1960 e no início dos anos 1970, eles permitiriam uma maior autonomização do campo jornalístico.

Apesar de ser entendido hoje como contraditório, não acreditamos que na conjuntura específica dos anos 1950, houvesse realmente uma contradição entre a lógica da empresa jornalística e a lógica da política. Elas coexistiam e se adaptavam uma a outra, às vezes de uma maneira perfeita, às vezes de forma precária.

Entendemos que a coexistência desses dois modelos de se fazer jornalismo, a princípio antagônicos, fazem parte de um momento de transição. Mais do que isso, esses modelos se complementam, pois nos momentos de crise que enfrentou, a imprensa não poderia dispensar nenhum suporte econômico. Então, trabalhou com a modernização para se manter à mira das agências de publicidade e com o arcaísmo para continuar usufruindo as benesses governamentais, fossem elas dadas através de empréstimos, publicidade governamental ou até mesmo por favorecimento ilícito.

Outro fator a ser considerado na década de 1950 é o início de um processo de concentração empresarial que começou a se processar tanto no nível quantitativo (redução do



número de periódicos em circulação) quanto do qualitativo (diferenciação entre grandes e pequenos jornais) e financeiro (expansão dos grupos de imprensa).

Entre 1959 e 1963, o número de jornais diários no Brasil caiu de 252 para 187. Dos 65 que fecharam, 30 eram editados em capitais. Em 1954, na Guanabara eram editados 26 jornais, onze deles com tiragens entre 40 e 110 mil exemplares. Em 1977, o número de diários tinha sido reduzido a metade e apenas 3 deles (O Dia, O Globo e o JB) monopolizavam mais de 70% da circulação (Hons, 1982:161)

O declínio de cada um desses jornais remete a circunstâncias e conjunturas próprias a cada uma das instituições. No entanto, o desaparecimento desses órgãos traduz aspectos estruturais, que apontam para uma nova configuração do mercado jornalístico e para uma outra correlação de força no seu interior.

Certamente, as empresas que se projetaram nesse período – como O Globo e o JB – foram aquelas que melhor souberam se ajustar não apenas à ordem política imposta pelo regime militar, mas também às novas exigências técnicas e empresariais do mercado jornalístico. Mas até que ponto esses próprios veículos, ao construir seus jornais e seus discursos não teriam já colaborado previamente para a instauração da ditadura militar? E também até que ponto os atores que mais tarde participariam da ditadura militar, mas que já estavam construindo a idéia do golpe, ao longo dos anos 1950 e 1960 não estariam auxiliando na modernização dessas empresas?

Outro fator questionável é se o processo de concentração empresarial que vinha ocorrendo nos anos 1950 e efetivou-se nos anos 1960 teria também favorecido a ditadura militar, uma vez que seria muito mais fácil controlar um número reduzido de jornais pertencentes a alguns conglomerados.

Nos anos 1960, a imprensa brasileira continuou e até fortaleceu seu processo de concentração empresarial. A efetivação desse projeto pode ter sido favorecida pela diminuição das benesses governamentais e com a reconfiguração de forças internas e externas ao jornalismo num momento político de extrema tensão. Vale lembrar que o conglomerado Globo, por exemplo, foi um dos que mais cresceu durante a ditadura militar, justamente ele que desde 1953 vinha apoiando uma possível intervenção militar com a “candidatura” do Brigadeiro Eduardo Gomes, então presidente do Clube da Aeronáutica, conforme podemos

perceber no editorial “O feixe das varas e a união das classes armadas”, publicado em 12 de agosto de 1954:

“A nação está longe de convalescer do choque emocional que a tragédia da Rua Toneleros provocou em todas as classes sociais (...) Mas a verdade é que a autoria material já se pode levar a débito da tristemente famosa guarda pessoal do Sr. Getúlio Vargas (...) A tentativa de jogar a agitação das ruas e dos quartéis para os ombros da oposição já fálhou. (...) Chegou a vez de concitarmos as forças militares do país a uma indestrutível e generosa união, desde os seus chefes mais graduados até os mais modestos servidores das últimas fileiras. A esta hora, os destinos da Pátria repousam, como nunca, na lealdade, patriotismo e união dos militares de terra, mar e ar. (...) A figura do brigadeiro Eduardo Gomes mais uma vez se afirmou na confiança popular, pela sua nobreza, energia serena e espírito cívico.”

Igualmente, as manchetes da Tribuna da Imprensa apontavam em direção a uma intervenção militar, antes e até mesmo após o suicídio de Vargas: “A coragem de Eduardo Gomes”², “Os brigadeiros reunidos – decisão unânime: renúncia de Vargas, “Greve na Marinha e na Aeronáutica se Vargas ficar mais 48 horas”³, “Agrava-se a crise militar com a decisão de Vargas – Reunião (hoje) no Senado poderá definir a situação de Vargas(...) – Afonso Arinos e Eduardo Gomes em conferência até às 2 horas da madrugada(...)”⁴, “Tensa a situação político-militar”⁵.

Já o jornal Última Hora trabalhava suas construções no sentido inverso, num tom de denúncia: “Em pânico, os udenistas pressionam junto a Café Filho – Tramam no Catete o adiamento das eleições de 3 de outubro”⁶, “Café resiste às manobras da UDN: haverá eleições em 3 de outubro”⁷, “Os conspiradores da UDN tramam contra a eleição”⁸.

Após 24 de agosto de 1954, havia um clima de insatisfação e inquietação políticas. A nação ainda estava atordoada com os acontecimentos e chorava o cadáver saído do Catete. Café Filho havia assumido o governo, mas definitivamente não detinha o poder. Após construções e reconstruções, recuos e avanços estratégicos, a população entendeu que os donos da maior força política do país naquele momento eram os donos de jornais porque detinham a melhor arma política da época: o discurso.

² Manchete do jornal Tribuna da Imprensa, em 26 de agosto de 54.

³ Manchete do jornal Tribuna da Imprensa, em 23 de agosto de 54.

⁴ Manchete do jornal Tribuna da Imprensa, em 23 de agosto de 54.

⁵ Manchete do jornal Tribuna da Imprensa, na edição de 21 e 22 de agosto de 54.

⁶ Manchete do jornal Última Hora, de 26 de agosto de 1954

⁷ Manchete do jornal Última Hora, de 27 de agosto de 1954

⁸ Manchete do jornal Última Hora, de 28 de agosto de 1954



Naquele momento, os donos dos periódicos personificaram o vilão e o herói. Enquanto Wainer, dono do jornal Última Hora, discursava para a multidão, os Marinho e Carlos Lacerda, por exemplo, viam a multidão tentar empastelar seus jornais.

Mas a insatisfação popular daquele momento foi aos poucos dando vez à acomodação natural de um povo que não podia retroceder no tempo e trazer o presidente morto de volta à vida.

Entretanto, 10 anos após Vargas ter assumido seu último mandato (1951), João Goulart trouxe à tona todo o legado político do presidente que saiu da vida para entrar na história. Goulart havia sido seu ministro do trabalho, amigo pessoal e muito se especulava sobre ser filho bastardo de Vargas.

Jango venceu as eleições de 1960, assumindo a presidência em 1961, em plena crise por causa da renúncia de Jânio Quadros. Mas o mesmo bloco anti-Vargas buscou uma solução para retirar o poder das mãos de João Goulart através do parlamentarismo.

Em 1963, tal qual em 1953, o ambiente era de muita agitação política. Também conforme 1953, os jornais duelavam entre si e muitos já eram explicitamente favoráveis a uma intervenção militar no país, conforme demonstra Lacerda:

“Em outubro de 1963, o governador da Guanabara, Carlos Lacerda, em entrevista ao jornal Los Angeles Times, declarou a necessidade de os Estados Unidos intervirem na política interna brasileira, pois, segundo ele, o país se encontrava dominado por ‘notórios comunistas’. Ao final da entrevista, Lacerda afirmou que Goulart só continuava no poder devido à hesitação dos militares que ainda não haviam definido que papel dariam ao presidente.” (Campos:1996,123)

Retomando as idéias bakhtinianas de discurso como arena, entendemos que os discursos de uma determinada época histórica – principalmente os discursos midiáticos – são espaços privilegiados onde se travam as lutas sociais. É o campo por excelência do ideológico, onde várias vozes disputam a hegemonia das representações. Bakhtin entende, portanto, que o discurso é o lugar de passagem de coisas que acontecem fora dele.

Nesse sentido, um jornal coloca em cena não apenas uma voz, ou pura e simplesmente a voz de seu dono. O discurso jornalístico talvez seja o melhor exemplo do princípio bakhtiniano de polifonia, nas suas várias formas e gêneros. Um texto está sempre em diálogo



com uma infinidade de outros textos, não existindo, portanto, um discurso puro, monológico. Ele é uma zona de tensão, visto que não é apenas suporte de doutrinas ou visões de mundo. O discurso é uma zona instável, onde doutrinas e visões de mundo disputam a hegemonia.

Se o discurso é entendido como zona de conflito e campo de disputa, podemos entender também que a disputa nessa zona de tensão acontece em busca do poder ou de sua manutenção, conforme afirma Bourdieu.

Nas décadas de 1950 e 1960, os jornais viveram, assim como a política nacional, várias crises. Dentre elas, a crise do papel, a migração de recursos de publicidade dos jornais para o rádio e a televisão e o processo de concentração da imprensa, quando muitos jornais fecharam suas portas.

Nesse contexto, acreditamos que sobreviveram apenas os jornais que conseguiram unir seus interesses políticos à lógica empresarial:

“As grandes crises do período democrático e o papel da imprensa na sua emergência e desenrolar (desde a do dramático suicídio de Vargas até a da posse e deposição de João Goulart) demonstram que, pelo menos até 64, os jornais não cessaram de atuar na cena política. Não apenas no sentido em que expressavam posicionamentos e opiniões, mas no sentido em que intervinham diretamente na condução dos acontecimentos.”(Goulart, 2000)

Somada às turbulências políticas e empresariais das empresas jornalísticas, havia ainda a tendência de legitimar o jornalismo enquanto um campo de saber autônomo. Nesse processo, as idéias de objetividade, a imparcialidade e a neutralidade ecoaram nas redações. Dessa forma, não mais “cabia” em um único jornal vários estilos de redação. A redação passava, assim, a ser informativa, a seguir um único estilo, com a adoção do *lead*, e evitando qualquer traço estilístico do jornalista, construindo, dessa maneira, o seu anonimato.

Desaparecia a figura do grande jornalista e entrava em cena a figura do grande jornal:

“Estamos experimentando atualmente, na imprensa brasileira, uma modificação radical: o grande jornalista está sendo substituído, aos poucos, pelo grande jornal. (...) Inegavelmente, os jornalistas já foram mais populares. E se hoje já não enchem a imaginação do público com a sonoridade de seus nomes é menos por sua culpa que pelas características que a imprensa moderna vem tomando. Ao ‘grande’ jornalista vem sucedendo agora o grande jornal, que o absorve.”(Anuário Brasileiro de Imprensa, 1950-51:40 e 58-60) .” (apud Goulart: 2000)



Nesse esforço de se modernizarem técnica e administrativamente, alguns jornais se impunham progressivamente ao passo que outros se tornavam incapazes de concorrer. Nesse novo contexto, O Globo e Jornal do Brasil despontaram enquanto Diário Carioca, Diário de Notícias e Diário da Noite, sucumbiam à concentração empresarial da imprensa.

Aliando a lógica da empresa jornalística e a lógica da política, o Jornal do Brasil modernizou-se, em termos lingüísticos, empresariais e de diagramação, mas sua linha editorial permaneceu conservadora, apresentando acentuada influência católica. Seguindo essa linha, Nascimento Brito, dono do Jornal do Brasil, também mostra o apoio político do JB ao golpe, em entrevista dada ao CPDOC, em 1979, dizendo que “o golpe de 64, o JB apoiou e apóia até hoje. Antes, durante e depois. 64 não foi um golpe; foi uma correção fundamental no Brasil.”

Conforme assinala Carlos Eduardo Lins e Silva, o jornalismo brasileiro incorporou os princípios do jornalismo norte-americano no discurso, mas não na prática profissional:

“Enquanto nos EUA a maioria dos jornalistas e dos veículos diz acreditar na objetividade e tenta praticá-la (com textos desadjetivados, contidos, com os vários lados da questão ouvidos em condições de relativa igualdade), no Brasil todos se dizem objetivos mas ninguém é. Não no sentido de que seja impossível ser, mas no sentido de que se é ostensivamente partidário na cobertura, com títulos de notícias editorializados, clara preferência por uma tendência política ou ideológica, distorção intencional dos fatos para favorecer uma visão particular de mundo.” (Silva, 1991:101)

Dessa forma, apesar do ideal da objetividade, os posicionamentos político-ideológicos continuaram existindo nas páginas dos periódicos. Entretanto, eles passaram a exigir um pouco mais de sutileza. O antigo jornal de opinião – que se pautava pelo alinhamento explícito a determinado postulado ideológico ou a um grupo político - foi sendo substituído por um jornal mais informativo, que não apresentava uma vinculação **claramente** assumida. (Barbosa,1996)



BIBLIOGRAFIA

ABREU, Alzira Alves de (org.). **A imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50**. Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, 1996.

ALDÉ, Alessandra. “**Imprensa e política no Segundo Governo Getúlio Vargas**”. In Redes. Rio de Janeiro, v.1, n.3, set./dez. 1997.

AZEVEDO, Luiz Victor T. **Carlos Lacerda e o discurso de oposição da Tribuna da Imprensa (1953-1955)**. Niterói, dissertação de mestrado, Dep. de História/UFF, 1988.

BAGDIKIAN, Ben H. **The Media Monopoly**. Boston, Beacon Press, 1992.

BAHIA, Juarez. **Jornal, História e Técnica: história da imprensa brasileira**. São Paulo, Ática, 1990.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. São Paulo, Hucitec, 1987.

BARBOSA, Marialva. **Imprensa, poder e público**. Niterói, tese de doutorado, Dep. de História/UFF, 1996.

BARROS, Antonio Theodoro de Magalhães. **Última Hora e a Renovação da Imprensa Brasileira**. Niterói, tese de concurso para professor titular, IACS/UFF, 1978.

BENJAMIM, Walter. “**O narrador**”. In Os Pensadores. São Paulo, Abril, 1983.

BOITO JUNIOR, Armando. **O Golpe de 1954: a burguesia contra o populismo**. São Paulo, Brasiliense, 1982

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Lisboa : Difel, 1989.

_____. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo, Perspectiva, 1992.

CAMPOS, Fátima Cristina Gonçalves. **Visões e Vozes: O Governo Goulart nas páginas da Tribuna da Imprensa e Última Hora (1961-1964)**. Dissertação de Mestrado. Niterói: ICHF-UFF, 1996.

FAUSTO, Boris (org.). **História Geral da Civilização Brasileira**. São Paulo, Difel, 1986.

_____. **História do Brasil**. São Paulo, Edusp, 1996.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. Rio de Janeiro : Graal, 1992.

GOLDENSTEIN, Gisela Taschner. **Do jornalismo político à indústria cultural**. São Paulo, Summus, 1987.

GOMES, Angela de Castro. **O Brasil de JK**. Rio de Janeiro, FGV, 1991.

_____. “**A política brasileira em busca da modernidade: na fronteira entre o público e o privado**”. In História da vida privada no Brasil, v.4. São Paulo, Cia das Letras, 1998.



GOULART, Ana Paula. **Imprensa e História no Rio de Janeiro dos anos 50**. Rio de Janeiro, dissertação de mestrado, ECO/UFRJ, 2000.

_____. **“Clientelismo, corrupção e publicidade: como sobrevivem as empresas jornalísticas no Rio de Janeiro dos anos 50?”**. In Estudos de Jornalismo. Rio de Janeiro, vol. 1, Intercom, 2001.

GRAMSCI, Antonio. **Maquiavel, a Política e Estado Moderno**. 8. ed. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1991.

_____. **Os Intelectuais e a Organização da Cultura**. 3. ed. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1979.

HALBWACHS, Maurice. **A Memória Coletiva**. São Paulo. Vértice, 1990.

HONS, André Séguin des. **Os diários do Rio de Janeiro: 1945-82**. Rio de Janeiro, dissertação de mestrado, IFCS/UFRJ, 1982.

HORA, Mario. **48 anos de jornalismo: memórias de um dromedário**. Rio de Janeiro : Empresa Gráfica Ouvidor S.A. Editores, 1959.

IANNI, Octavio. **O Colapso do Populismo no Brasil**. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1978.

LACERDA, Carlos. **A Missão da Imprensa**. São Paulo, Edusp, Com-Arte, 1990

_____. **Depoimento**. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1987.

LE GOFF, Jacques. **Memória e História**. São Paulo, Vértice, 1990.

POLLAK, Michel. **“Memória, Esquecimento, Silêncio”**. In Estudos Históricos. Rio de Janeiro, vol. 2, n. 3, 1989, pp. 3-15.

RICOEUR, Paul. **Tempo e Narrativa** (tomo 1). Campinas, SP : Papyrus, 1994.

WAINER, Samuel. **Minha razão de viver: memórias de um repórter**. Rio de Janeiro, Record, 1987.

SKIDMORE, Thomas. **De Getúlio a Castelo**. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1982.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **O adiantado da hora: a influência americana sobre o jornalismo brasileiro**. São Paulo, Summus, 1991.

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos**. Petrópolis, Vozes, 1996.

SODRÉ, Nelson Werneck. **A história da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1966.

VERÓN, Eliseo. **A produção de sentido**. São Paulo, Cultrix, 1981.