

O campo televisivo e a política nacional (1950-1970)¹

Sonia Wanderley²
Prof.^a Dr.^a UERJ / UGF

Resumo:

O artigo é um recorte da tese de doutoramento em História Social (UFF) – Cultura, Política e Televisão: entre a massa e o popular. Tem como objetivo desenhar a constituição do corpo de profissionais que comandaram a televisão brasileira no período que deu forma final às suas principais características: as décadas de 1950 a 1970. Quem são? De onde vêm? Quais as relações desenvolvidas entre eles, enquanto membros do *campo televisivo*, e com o governo e outros sujeitos sociais, tais como, a universidade e demais meios formadores de opinião.

Palavras-chave:

Campo televisivo, política e televisão, empresariado televisivo.

¹ Trabalho apresentado ao NP2 – Jornalismo, do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora de Prática de Ensino de História e Diretora da COMUNS (Diretoria de Comunicação Social) da UERJ e professora de História Contemporânea na UGF. Graduada em Jornalismo pela ECO/UFRJ e História pela UERJ, fez Mestrado e Doutorado em História Social, na UFF/RJ.

O campo televisivo e a política nacional (1950-1970)

O presente artigo tem como objetivo desenhar a constituição do corpo de profissionais que comandaram a televisão brasileira³ no período que deu forma final às suas principais características: as décadas de 1950 a 1970. Quem são? De onde vêm? Quais as relações desenvolvidas entre eles, enquanto membros do *campo televisivo*, e com o governo e outros sujeitos sociais, tais como, a universidade e demais meios formadores de opinião.

Apesar da pertinência de determinados aspectos da crítica que alguns autores fazem à sociologia da cultura de Bourdieu, o conceito, definido pelo autor como um campo de luta, não é imobilista e coaduna-se perfeitamente à intenção de pensar a televisão como um espaço de poder constituído e constituidor de significados hegemônicos e contra-hegemônicos.

Para a análise buscou-se um método que permitisse considerar esses atores em diferentes espaços nos quais se produziu sua socialização – o da origem familiar, o da educação formal e científica, o do profissional e o da atuação política.

A produção televisiva no Brasil teve início em um momento de afirmação do capitalismo empresarial no país. Pode-se dizer que, pela forma como a atividade se constituiu, ela chega a simbolizar essa afirmação. Assim, na análise, é fundamental considerar, além de características estéticas, as necessidades de funcionamento do campo, como parte do sistema capitalista de produção.

A disputa pelo direito de explorar emissoras de televisão, ainda na década de 1950, demonstra que já se antevia sua capacidade na produção de significados. Tal distinção se tornaria fundamental em um momento no qual o embate de diferentes projetos de inclusão do país na ordem internacional provocava disputas também no campo simbólico.

De uma maneira geral, no decorrer da década de 1950, aprofundou-se o conflito entre os diferentes grupos que compunham o pacto político populista. De um lado, encontravam-se aqueles que defendiam a manutenção do intervencionismo estatal e o apoio às restrições impostas à abertura do mercado nacional ao capital estrangeiro; de outro, parcelas da burguesia nacional, em luta intransigente pela manutenção do crescimento da

³ Este trabalho realiza um recorte em um dos capítulos de minha tese de doutorado – Cultura, Política e Televisão: entre a massa e o popular (1950-1970) – no qual o campo televisivo é dividido em três subgrupos: proprietários, administradores e produtores da estética televisiva.

industrialização, através de sua livre associação ao capitalismo internacional. A primeira fase da televisão no país (1950-1964) percorre exatamente o intervalo de tempo entre a tentativa de um novo ponto de equilíbrio (com o nacional-desenvolvimentismo) e o definitivo rompimento do pacto populista.

A importância crescente da televisão como moeda de troca política é percebida no aumento proporcional do número de concessões outorgadas em todo o período: de 1950 a 1956 foram concedidos à exploração privada 19 canais, aos quais se somam mais 14 concessões de 1956 a 1964, completando 33 concessões para o período de 14 anos que separam o surgimento da televisão no país do golpe civil-militar, em 1964. Até o final da década de 70, quando termina nossa análise, o Estado brasileiro outorgou 87 emissoras de TV⁴.

Como veremos mais adiante, a importância que o mercado interno vai adquirindo no cenário político-econômico, faz com que o poder concedente, ou melhor, o Estado, principalmente durante o regime militar, passe a beneficiar, além de grupos que tradicionalmente freqüentavam o poder político do país (burguesia exportadora), representantes de outros segmentos da burguesia nacional, de origem social mais diversificada mas que, assimilados ao grupo de poder, passam a compartilhar de suas expectativas, constituindo importantes aliados na luta pela legitimação dos valores doutrinários do regime.

É preciso acrescentar, entretanto, que existia uma pré-condição para a incorporação de novos membros ao campo televisivo: a necessidade de uma soma considerável de capital para tornar realidade a constituição de uma emissora. Assim, fica fácil entender por que a tevê no Brasil já nasce oligopolizada, bem ao estilo do modelo de desenvolvimento econômico que se desenhava para o país. A princípio, ela é fruto do agigantamento das corporações jornalísticas nacionais, que, naquele momento, já agregavam, além de jornais, revistas e editoras, também emissoras de rádio. Os arrivistas incorporados cumprem o papel de fazer da atividade no campo um degrau para sua participação no grupo de poder.

A análise da origem social dos concessionários de canais de televisão no Brasil desse período aponta para uma diferenciação bem de acordo com as mudanças que vinham se processando na sociedade brasileira desde a década de 1950. Eles são representantes de

⁴ Fontes: Capararelli, Sérgio. *Comunicação de massa sem massa*. São Paulo, Cortez, 1980 e Mattos, Sérgio. *História da televisão brasileira – uma visão econômica, social e política*. Petrópolis/RJ: Editora Vozes, 2000.

tradicionais famílias ligadas à economia de exportação de gêneros primários ou membros de segmentos das classes médias, descendentes de imigrantes, que fizeram fortuna trabalhando com atividades comerciais. Seus filhos buscam na educação formal, principalmente com o bacharelado em Direito, desenvolver atividades profissionais de interesse para a manutenção do *status quo*. Encontraram na política de concessões o acesso ao poder político ou ao *status* almejado.

Outros ainda são ‘arrivistas’ que, por origem social, podem ser confundidos com o segmento anterior, contudo se utilizaram não da educação formal para buscar seu espaço na esfera de poder, mas sim do poder que a própria indústria cultural ia adquirindo enquanto atividade econômica ou como móvel central na competição político-institucional e simbólica. Em alguns casos, como o de Silvio Santos, o campo televisivo, a princípio, não se constitui em finalidade e sim meio, através do qual o empresário alavanca seus negócios comerciais e financeiros. A análise abaixo procura reunir elementos em diversos espaços de socialização desses personagens, de maneira que explique suas ações no campo televisivo, ao mesmo tempo em que torna clara a relação entre esse campo e o político.

Nomes como Assis Chateaubriand, Mário Wallace Simonsen pertenciam ao primeiro grupo. Vinham de famílias ligadas à agromanufatura de exportação, plantio e comercialização de gêneros primários, como o café ou açúcar, ou à industrialização complementar a tais atividades, que se desenvolve com o surto industrial do final do século XIX. Representam frações da tradicional oligarquia agrária que dominou a economia e a política brasileiras antes de 1930 ou grupos empresariais que, surgidos no contexto agroexportador, vão, muitas vezes, dele discordar no que se refere à hegemonia desses interesses diante das transformações que se processavam na economia mundial, principalmente a partir da década de 1920.

As análises realizadas sobre o pioneiro da televisão, Assis Chateaubriand, no país são unânimes em identificar uma relação um tanto quanto ambígua do jornalista com as forças políticas que se estabelecem no país após 1930. Originário de tradicional família de senhores de engenho apoiou os aliancistas nas eleições de 1929, opondo-se à candidatura de Júlio Prestes, representante da oligarquia paulista. Segundo Ferreira, em pesquisa do

CPDOC/FGV⁵, Chatô chegou a utilizar seus jornais para exigir das forças políticas gaúchas, principalmente de Getúlio Vargas, uma participação não acovardada no processo eleitoral, em apoio às pretensões de Antonio Carlos, de Minas Gerais. Essa defesa acabou por lhe valer a conquista de mais dois jornais, o *Diário de São Paulo* e o *Diário da Noite*, este último no Rio de Janeiro.

Contudo, já em 1931, divergências relacionadas às estratégias de manutenção do poder levaram-no ao rompimento com Vargas, fazendo-o utilizar seus jornais no apoio à rebelião paulista de 1932, o que acabou por provocar o seu exílio. O episódio não impediu sua reaproximação com o Estado Novo em sua luta contra a Aliança Nacional Libertadora (ANL) e sua orientação comunista, em 1937.

Apesar da participação ativa na vida política e intelectual do país desde 1919, a força de Assis Chateaubriand, assim como do império de comunicação *Diários e Emissoras Associados*, confunde-se com a esfera dos poderes políticos nacionais da década de 1950. A eleição para o Senado, em 1952 e 1957, sua escolha para o cargo de embaixador do Brasil na Inglaterra e a importância dos Diários Associados – que nesse momento já agrega aos jornais, revistas e agência de notícias, várias emissoras de rádio e uma de televisão – nas campanhas de oposição à política nacionalista do segundo governo Vargas exemplificam tal fato.

Durante o segundo mandato de Vargas, demonstra sua recusa à continuidade do nacionalismo econômico como modelo de desenvolvimento para o país. A fim de contrabalançar o apoio dado por Samuel Wainer e seu jornal *Última Hora* às ações do governo, Chateaubriand oferece, em 1953, sua emissoras de televisão (a TV Tupi, em São Paulo e no Rio de Janeiro) ao jornalista de oposição Carlos Lacerda, para que ele ficasse à frente do programa de entrevistas “Falando Francamente”. No programa, Lacerda mantinha contato direto com o telespectador através de telefone e permitia a divulgação de idéias contrárias ao governo com denúncias políticas. O programa começou com cinco minutos e, diante do sucesso de audiência, acabou passando para 30 minutos de duração.

⁵ Ferreira, Marieta de Moraes. Verbete biográfico Assis Chateaubriand. *Dicionário Histórico-Biográfico Brasileiro – pós-1930*. Rio de Janeiro: FGV. Sobre a presença de Chateaubriand na vida política e cultural do país ver também: Moraes, Fernando. *Chatô, O rei do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

Coerente com a posição assumida de que somente com ajuda do capital internacional o Brasil poderia desenvolver-se e integrar suas regiões, o empresário vai utilizar seu império de comunicação em apoio ao golpe de estado, em 1964. Aliás, a oposição dos Diários Associados ao governo Goulart já havia sido demonstrada quando da participação decisiva de João Calmon, então deputado federal e sócio do grupo, no *lobby* que levou à derrubada dos vetos presidenciais e à aprovação do Código Brasileiro de Telecomunicação (CBT) pelo Congresso, em 1962. Do grupo inicial, formado por 172 concessionários, surgiria a Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e TV (ABERT), cujo primeiro presidente foi exatamente João Calmon. Nesse momento, Chateaubriand já se encontrava muito doente, mas continuava a produzir artigos contrários às propostas das Reformas de Base, de Jango.

Pouco antes de sua morte, em 1968, transforma o até então poderoso grupo Diários e Emissoras Associados em um condomínio, formado por 22 de seus mais próximos auxiliares. Nos anos 70, as disputas internas e uma administração amadora que, segundo alguns críticos, vivia das lembranças de um tempo de glória que não mais existia retiraram da TV Tupi a vantagem de sua primazia no país⁶. O surgimento de concorrentes mais profissionais, como a TV Excelsior, dirigida pela família Wallace Simonsen, leva à decadência do império construído por Chatô.

Mario Wallace Simonsen⁷ nasceu em 1909, em Santos, São Paulo. Descende de tradicional família paulista ligada à exportação cafeeira e à luta pela industrialização do país desde o período imperial. Era proprietário de importante firma exportadora de café e mais 40 outras empresas, entre as quais uma de aviação comercial, a Panair do Brasil. O acesso a um canal de televisão foi a primeira investida da família Simonsen na indústria da comunicação de massa, oportunidade que surgiu através da compra da TV Excelsior – concessão das Organizações Victor Costa (OVC), também proprietária de várias emissoras

⁶ O império dos Diários e Emissoras Associados entrou em decadência junto com a Rede Tupi, cuja concessão foi cassada em 1980. A maioria dos canais pertencente às Emissoras Associadas foi dividida pelo governo entre dois grupos: o Grupo Bloch Editores, que deu origem à Rede Manchete (1983-1999) e à TVS, do empresário Silvio Santos, que originou o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), em 1981.

⁷ Fonte: Xavier, Ricardo (Rixa). *Almanaque da TV: 50 anos de memória afetiva da TV brasileira*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2000, pp. 238-240.

de rádio e da TV Paulista⁸ - por um grupo de empresários do qual Simonsen participava, em 1959.

A maioria dos empresários que compunha esse grupo, também ligado à exportação de café e à política, já possuía alguma experiência no campo da comunicação de massa. O deputado federal Ortiz Monteiro havia sido proprietário da TV Paulista, entre 1952 e 1955, tendo utilizado a concessão para facilitar suas pretensões na política; João Scantimburgo e Paulo Uchoa de Oliveira eram proprietários do jornal *Correio Paulistano*. O empresário José Luiz Moura completava o grupo.

Em 1960, divergências quanto aos caminhos políticos do país provocaram uma divisão no grupo empresarial que controlava as ações da Excelsior⁹. Mario Simonsen compra as ações dos demais sócios, tornando-se o único proprietário da emissora e entregando a direção-geral para seu filho, Wallace Cochrane Simonsen Netto (Wallinho)¹⁰.

Amigo pessoal de João Goulart, Simonsen apoiou o projeto de reformas proposto pelo presidente. Mesmo após o golpe que depôs Jango, continuou defendendo a manutenção da liberdade de expressão e o respeito às regras democráticas, utilizando-se para isso, inclusive, da TV Excelsior. No processo de caça às bruxas desencadeado pelos militares, o empresário foi acusado de dever grandes quantias ao Banco do Brasil, provocando uma CPI para investigar as relações de suas empresas com o governo deposto, o que o levou a retirar-se do país, passando os bens para os filhos.

Em 1966, após a sua morte no exterior, o herdeiro, Wallinho, vendeu as ações da Excelsior para Edson Leite, Alberto Saad (ambos ligados à Rádio Bandeirantes), Otávio Frias e Carlos Caldeira, editores dos jornais paulistas do Grupo Folha (Grupo Frical). Mas, em 1967, os três canais (São Paulo, Rio de Janeiro e Porto Alegre) voltavam para as mãos da família. Apesar disso, o processo de intervenção desencadeado sobre as empresas do grupo Simonsen, acabou levando ao seqüestro de seus bens, entre os quais foram incluídas as três emissoras da rede de televisão.

⁸ Nesse momento a outorga de mais de uma concessão para a mesma pessoa era possível. Além de Victor Costa, Chateaubriand também possuiu as concessões da TV Tupi e da TV Cultura.

⁹ As divergências refletiam a divisão do empresariado nacional entre o projeto associacionista da UDN e o nacionalismo -popular da aliança PSD/PTB. O empresário João Luiz Moura era simpatizante de Jânio Quadros e Mário Simonsen votava no marechal Lott.

¹⁰Xavier, Ricardo (Rixa). op.cit., pp.238-240.

Em 1970, todas as empresas do grupo encontravam-se com graves problemas financeiros. As emissoras da Excelsior, endividadas e com inúmeros processos trabalhistas, tiveram a concessão caçada pelo governo federal, sob a justificativa de não terem condições de continuidade operacional.

A incursão modernizadora da família Simonsen no campo televisivo, considerada precursora de sua fase profissional, foi abortada pela ditadura militar devido a divergências políticas. As mesmas mudanças provocadas no quadro político-institucional do país pelo golpe militar levariam de roldão outras empresas de comunicação que, como a TV Excelsior, foram forçadas, na década de 1950 a partir dos antigos laços estabelecidos pelo pacto populista de poder, é o caso da carioca TV Continental do deputado petebista Rubens Berardo, usineiro e industrial pernambucano.

Um segundo subgrupo de proprietários tem uma origem diferente da apresentada anteriormente. As mudanças pelas quais passou a sociedade brasileira, principalmente a partir da década de 1930, assim como a chegada de imigrantes com algum capital para os centros urbanos, produziram um extrato social que, seja pelo polimento adquirido com a difusão do ensino, seja pelo enriquecimento em atividades ligadas ao chamado setor terciário, principalmente a administração pública e o comércio, tende a ocupar um espaço maior no cenário político nacional, aproveitando-se de novos espaços gerados principalmente pelo crescimento do Estado.

Desde a década de 1930, o poder público buscava canalizar diretamente para o seu interior as demandas sociais não apenas das antigas elites econômico-políticas, mas também de novos grupos empresariais e técnicos que surgiam através da multiplicação “do número de agências, institutos, conselhos e autarquias”¹¹, espaços de poder que foram complementados com a política de concessões de rádio e, posteriormente, de televisão, para alguns de seus participantes mais afortunados, como Victor Costa e Roberto Marinho.

Victor Costa Petraglia Geraldini, filho de imigrantes italianos, nasceu no Rio de Janeiro em 1919. No final da década de 1930, depois de ser considerado um dos melhores “pontos” do teatro carioca, foi levado para a Rádio Nacional, onde começou fazendo pequenas adaptações teatrais, mas revelou-se no campo publicitário, realizando contatos com anunciantes para as famosas radionovelas da Rádio Nacional. Continuou na emissora,

¹¹ A explicitação desse processo se encontra bem desenvolvida em Mendonça, Sonia Regina de. *Estado e economia no Brasil: opções de desenvolvimento*. Rio de Janeiro: Graal, 1986, p. 19.

após sua incorporação pelo Estado, nos anos 40, chegando a fazer parte de sua diretoria, quando foi um dos responsáveis pela importância da Nacional na chamada “era do rádio”¹².

A experiência adquirida na produção do *show business* e o lucro obtido com as comissões dos contratos de publicidade realizados para as radionovelas permitiram a Victor Costa alçar maiores vôos na indústria da comunicação de massa. No início da década de 1950, criava a empresa Organizações Victor Costa (OVC), composta pelas emissoras radiofônicas *Rádio Nacional* e *Rádio Excelsior*, ambas em São Paulo, e pela *TV Paulista*, cujo controle acionário adquiriu do deputado federal pelo PTB Oswaldo Junqueira Ortiz Monteiro, que havia recebido a concessão de Getúlio Vargas¹³.

O enriquecimento devido aos dos espaços criados pelo modelo econômico estabelecido por Vargas fez de Victor Costa um ferrenho getulista. O empresário, amigo íntimo do presidente, chegou a participar de sua campanha de resistência, desencadeada a partir da crise institucional de 1954, colocando todos os seus veículos de comunicação da luta contra Carlos Lacerda.

Com a morte de Victor Costa, em 1959, a situação de estabilidade da emissora fica comprometida em função da falta de continuidade administrativa. Os familiares do empresário, que nada entendiam de televisão, deixaram a *TV Paulista* atrasada quanto ao processo de industrialização da atividade. Com o declínio da emissora, ela foi vendida, em 1965, a Roberto Marinho, concessionário da *TV Globo*, no Rio de Janeiro, que desejava ter um canal em São Paulo para iniciar a formação de uma rede nacional de emissoras de televisão.

Roberto Marinho¹⁴ nasceu na Cidade do Rio de Janeiro em 1904, tendo falecido no ano de 2003. Seu pai, Irineu Marinho Coelho de Barros, era um importante jornalista, fundador de *A Noite* (1911) e de *O Globo*, poucos meses antes de morrer, em 1925.

O futuro proprietário do conglomerado de comunicações *Globo* não chegou a cursar universidade, tendo terminado seus estudos formais no ensino secundário. Mas desde muito

¹² Fonte: Azevedo, Lia Calabre. *Na sintonia do tempo: uma leitura do cotidiano através da produção ficcional radiofônica (1940-1946)*. Dissertação (Mestrado em História). Departamento de Pós-Graduação em História. Niterói: Universidade Federal Fluminense, 1996.

¹³ A concessão da TV Paulista foi outorgada em 1952. A empresa tinha 52% de suas ações no nome do deputado, de seus irmãos Oswaldo e Hernany Junqueira Ortiz Monteiro, de seu cunhado, Manuel Vicente da Costa, e de Manoel Bento da Costa. O restante das ações foram pulverizadas entre 650 acionistas, a maioria membros de tradicionais famílias paulistas. Fonte: <http://www.tribunadaimprensa.com.br/noticia.asp?noticiapais05>. Acesso em 25/06/2002.

¹⁴ Fonte: Xavier, Ricardo (Rixa). op. cit. pp.260-261; DHBB (verbete Roberto Marinho).

jovem dedicou-se ao jornalismo, trabalhando nas empresas de seu pai, principalmente em *O Globo*, órgão que ele teve de assumir pouco tempo após a fundação, devido à morte de Irineu Marinho (1925) e de seu diretor Euclides de Matos (1931). A participação de Roberto Marinho no cenário político nacional desde a década de 1930 é exemplo típico das pretensões e propostas da grande imprensa liberal brasileira.

Já durante o Governo Provisório de Vargas, Marinho utilizou seus jornais para apoiar a Revolução Constitucionalista de São Paulo. O confronto ideológico que caracterizou a história mundial no período do entre-guerras, refletindo-se no Brasil através das disputas entre a Ação Integralista Brasileira (AIB) e a Aliança Nacional Libertadora (ANL), influenciou as ações de Roberto Marinho. Correspondendo à resposta que essa situação provocou nas das elites políticas do período, o jornalista apoiou a decretação da Lei de Segurança Nacional, por Vargas, em 1935, e o estado de sítio, em 1936, solicitado pelo Estado. Talvez o terror inventado do perigo comunista o tenha feito participar, apesar de sua trajetória liberal, do Conselho Nacional de Imprensa, órgão do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), de 1940 a 1945, em plena ditadura do Estado Novo.

O combate ao comunismo, que segundo suas palavras, em editorial comemorativo dos 50 anos do jornal *O Globo*, “deveria ser proscrito da legalidade¹⁵”, reforça-se no apoio à União Democrática Nacional (UDN). Ele utiliza seus veículos para divulgar, após o fim da Segunda Guerra Mundial, a campanha pela “redemocratização” do país e pela deposição de Vargas.

A linha udenista permanece na década de 1950, época em que apóia pessoalmente a candidatura de Eduardo Gomes à presidência. Embora tenha desenvolvido o discurso de neutralidade liberal para a imprensa durante a campanha presidencial, o jornal *O Globo* exerceu uma dura oposição ao governo, após a vitória de Getúlio Vargas; no último ano do governo, a *Rádio Globo* foi utilizada pelo udenista Carlos Lacerda para seus discursos inflamados.

Nas eleições de 1955, como era de se esperar, deu apoio ao candidato da UDN, Juarez Távora. Com a vitória de Juscelino Kubistschek, o jornal e a Rádio Globo permaneceram na oposição, embora JK não tenha deixado de conceder a Roberto Marinho sua primeira licença para a instalação de um canal de televisão no Rio de Janeiro, em 1957.

¹⁵ Apud Ferreira, Marieta de Moraes; Cabral, Jacqueline Ribeiro In: *Dicionário Histórico-Biográfico Brasileiro - pós-1930* (verbete Roberto Marinho).

Em 1962, recebia de João Goulart, outra concessão, desta feita, para a capital Brasília, e em 1963 comprava a maioria das ações da *TV Paulista*.

Como se vê, a oposição de Roberto Marinho aos governos representantes do bloco nacional-popular não impediu que seu império televisivo fosse iniciado, talvez pelos próprios limites do processo de transformação nacional proposto pelo pacto populista.

Nos anos 60, diante da crise no modelo de consolidação do capitalismo no país, mantém a estratégia udenista, apoiando as propostas golpistas contra João Goulart. Através de suas emissoras de rádios e jornais divulga as campanhas organizadas pelo Ipes, do qual fazia parte, como afirma René Dreifuss¹⁶.

O apoio de Roberto Marinho ao golpe militar, explicitado no trecho destacado abaixo, delinea com clareza o posicionamento político da direita brasileira à época:

“(...) a nação se reencontrou: os tenentes, então generais reformados, os expedicionários, então responsáveis pela chefia das Forças Armadas, e os líderes políticos herdeiros das tradições de várias décadas de luta pela democracia uniram-se, sob a pressão das grandes marchas populares, para uma nova revolução¹⁷”.

Eivado de um idealismo saudosista por uma sociedade democrática que nunca se havia concretizado no país, seu discurso define a postura elitista que o aproximaria do golpe de 1964. Transparece em suas palavras o posicionamento de que o ‘processo revolucionário brasileiro’, ideal buscado tanto pela esquerda quanto pela direita nos anos 60, seria desencadeado por uma elite tradicional de militares e políticos, defensores dos verdadeiros valores da nação e guardiões do povo. Ao mesmo tempo, a defesa dessa ‘ordem ideal’ busca legitimar o golpe que depõe um governo constitucionalmente eleito, contrariando os princípios democrático-liberais por ele defendidos.

O discurso tem uma origem certa: a Escola Superior de Guerra e sua Doutrina de Segurança Nacional (DSN) que deu às elites militares e civis o papel de defensores do ‘verdadeiro espírito nacional’. Quanto à idéia da legitimidade do golpe, já vinha sendo construída na própria ESG. Em conferência, no ano de 1962, Castello Branco, ex-chefe do Departamento de Estudos da ESG e futuro general-presidente, justificava a legitimidade de

¹⁶ Dreifus, René. *1964: a conquista do Estado*. Petrópolis: Vozes, 1981.

¹⁷ Apud Ferreira, Marieta de Moraes; Cabral, Jacqueline Ribeiro. Verbete Roberto Marinho In: *Dicionário Histórico-Biográfico Brasileiro - pós-1930*.

um poder que se originaria “de uma revolução vitoriosa, desde que, num prazo que não implicasse usurpação, garantisse a legitimidade de sua continuação pelo voto¹⁸”.

Percebe-se, portanto, a similitude dos discursos entre Roberto Marinho e a DSN, explicando, por identidade de projeto social, o apoio do jornalista, não apenas ao golpe, mas às estratégias desenvolvidas pelos governos militares para a institucionalização definitiva de seu modelo de desenvolvimento nacional. Em grande parte, o sucesso da TV Globo na década de 1970 deveu-se a essa identidade, o que acabou permitindo ao regime utilizar simbolicamente o crescimento da emissora como comprovação de sua eficácia.

A importância que as atividades voltadas para o mercado interno vão conquistando no conjunto da economia nacional, e a relação destas com o campo político regional, também vão render, no período estudado, concessões de emissoras a alguns afortunados arrivistas, como Silvio Santos.

A história de Senhor Abravanel, ou melhor, Sílvio Santos¹⁹, demonstra a importância que a televisão ganha no período analisado por essa pesquisa, tanto econômica quanto politicamente. Sílvio é natural da Cidade do Rio de Janeiro, tendo nascido em 12 de dezembro de 1930. Apesar de já ter experimentado seu talento de orador eloquente no rádio, através da participação em diversos concursos para locutor, o jovem Senhor aumentava sua renda com o trabalho como vendedor ambulante (*camelô*). Foi assim que conseguiu terminar o curso secundário, formando-se em técnico de contabilidade.

Em 1950, já em São Paulo, Silvio Santos inscreve-se em um concurso para locutor da Rádio Nacional paulista com o intuito de pagar as despesas de um barzinho que abriu na cidade. Obtém a vaga. Na emissora, conheceu o radialista Manoel de Nóbrega, que lhe transferiu, em 1957, uma empresa de sua propriedade que financiava, através de um sistema de carnês, a compra de cestas de brinquedos. Dela nasceu, na década de 1960, o “Baú da Felicidade”, empresa que vende artigos populares através de carnês.

Já um empresário de sucesso, em 1961, consegue o patrocínio de um deputado e comerciante, para o qual havia animado um comício, e compra um horário na *TV Paulista*,

¹⁸ Castelo Branco, Humberto de Alencar. O poder nacional e a segurança nacional. In: *Revista da Escola Superior de Guerra*. Rio de Janeiro: ESG, ano I, nº 3, vol. 2, agosto de 1984, pp. 9-21.

¹⁹ Fonte: Xavier, Ricardo (Rixa). op. cit. pp. 268-271; Oliveira-Sobrinho, J.B (Boni). op. cit. pp. 232-235; <http://www.paginadosilviosantos.com.br>. Acesso em 06/03/2004.

onde passa a apresentar um programa de prêmios e brincadeiras, que, gradativamente, servirá de trampolim para ampliar seus negócios.

Por suas declarações para o livro *50 anos de TV no Brasil*, a televisão foi apenas a ferramenta para tornar mais lucrativos os seus negócios comerciais: “Sempre achei que alugar horários era o mais conveniente para vender os produtos das minhas empresas”²⁰, declarou.

A apresentação desses personagens indica a existência de duas gerações de empresários no campo televisivo brasileiro desde o momento em que foi inaugurada a primeira emissora, em 1950, até a TV Studios, de Sílvio Santos, quase ao final do período analisado, em 1976. Não que se deva estabelecer com rigidez os limites entre as duas gerações, mas sem dúvida existe um divisor de águas, que simbolicamente pode ser representado pela experiência de Mario Simonsen e a sua TV Excelsior.

A mentalidade administrativa da primeira geração havia sido forjada em uma ordem econômico-social que começa a entrar em decadência no Brasil nos anos 30, processo que se completa em meados da década de 1950. Nesse intervalo de tempo, sob a égide do Estado, a sociedade brasileira teve redefinidos seus canais de representação, de participação política e de construção da cidadania, assim como caminhou para a internacionalização do seu capitalismo²¹. Esse período antecede e prepara o momento da socialização da cultura no Brasil.

Em um artigo bastante interessante sobre cultura e política no Brasil nas décadas de 1960-70, Ridenti²² retoma e amplia a análise, por ele já desenvolvida em obra anterior²³, sugerindo que a forma com a qual se estabeleceu a socialização da cultura no Brasil dos anos 60 teria relação com o fato de ela ter-se dado a partir da existência de coordenadas históricas específicas na sociedade brasileira, identificadas por Perry Anderson como a entrada definitiva na modernidade urbana capitalista.

²⁰ Oliveira Sobrinho, J.B (Boni). op. cit. p. 235.

²¹ Mendonça, Sônia Regina de. As bases do desenvolvimento capitalista dependente: da industrialização restringida à internacionalização. In: Linhares, Maria Yedda (org.). História Geral do Brasil. Rio de Janeiro: Campus, 1990, pp. 243-272.

²² Ridenti, Marcelo: Cultura e Política: os anos 1960-1970 e sua herança. In: Ferreira, Jorge; Delgado, Lucília de Almeida Neves. *O Brasil Republicano – o tempo da ditadura* (vol. 4). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003, pp. 133 –166.

²³ Refiro-me a Ridenti, Marcelo. *Em busca do povo brasileiro – artistas da revolução, do CPC à era da Tv*. Rio de Janeiro: Record, 2000.

As coordenadas apresentadas por Anderson podem ser sintetizadas da seguinte maneira: “intersecção de uma ordem dominante semi-aristocrática, uma economia capitalista semi-industrializada e um movimento operário semi-insurgente²⁴”. Para Ridenti, essas coordenadas estariam presentes na sociedade brasileira desde o final dos anos 1950 até por volta de 1968, exatamente o momento no qual o campo televisivo está a caminho de se constituir a expressão mais importante da cultura popular de massa. Guardadas as particularidades de seu desenvolvimento, esse campo participa, de todo modo, do processo pelo qual ocorre a socialização da cultura no país durante os anos 60.

Concordando com a posição de Ridenti, verifica-se que a primeira geração de empresários do campo televisivo no Brasil, formada por nomes como Assis Chateaubriand, Rubens Berardo e Paulo Machado de Carvalho, embora envolvida pela perspectiva modernizante e até ‘libertária’ das novas invenções tecnológicas no cotidiano social (a radiodifusão entre elas), e utilizando-se delas como fonte geradora ou mantenedora de poder, encontrava-se indissociavelmente ligada ao mundo formado pelas coordenadas apresentadas por Perry Anderson. A idéia de que as redes de sociabilidade estabelecidas para aquele mundo fossem também eficientes na organização do campo televisivo provou ser totalmente equivocada.

Contudo, é preciso que se faça uma ressalva. A utilização de práticas defasadas na constituição do campo televisivo não se encontra necessariamente relacionada à origem de classe, embora seja, quase sempre, um diferencial entre as duas gerações. Exemplo disso – aliás, emblemático – é a atuação de Mário Wallace Simonsen. A sua TV Excelsior foi a primeira a colocar em prática a racionalidade empresarial que diferenciou as duas gerações de proprietários. A falência de sua rede de emissoras não resultou do amadorismo característico da primeira geração, mas da ruptura da ordem político-institucional provocada pelo golpe militar.

Os representantes da segunda geração de proprietários do campo televisivo diferenciam-se da primeira não apenas por sua origem social. Incorporam à sua mentalidade empresarial os preceitos da “modernidade urbana capitalista”, conforme anunciada por Perry Anderson. Isto significava abandonar a fase amadora, quando a atividade era desenvolvida quase que domesticamente, e enxergá-la como parte de um fazer

²⁴ Anderson, Perry. Modernidade e revolução. *Novos Estudos Cebrap*, São Paulo, vol. 14, pp. 18-19, fevereiro de 1986.

industrial. Aqueles empresários que não souberam ou não puderam realizar essa mudança sucumbiram gradativamente:

“A história está cheia de páginas dolorosas. A TV Continental nunca chegou a existir, a Excelsior e a Rio explodiram. Outras, sem reinvestimento, perderam as posições que alcançaram. Criou-se a lenda que a liderança do mercado de televisão era cíclica. Mas para quem trabalhou em todas elas a explicação é mais simples. Não houve reaplicação dos lucros, não se investiu em equipamentos, em renovação e formação de pessoal. Não se levou a sério (...)”²⁵.

Portanto, o sucesso no campo televisivo brasileiro estava relacionado à capacidade empresarial de realizar as mudanças que, no plano mais geral, a economia nacional estava direcionando: consolidação de um capitalismo oligopolizado. Isso excluía uma mentalidade empresarial mais doméstica e obrigava a uma grande capacidade de investimento, empurrando as emissoras em direção à formação de redes nacionais. A pressão para que ocorresse essa mudança vinha sobretudo do mercado mas, também, do Estado, poder concedente, que, após o golpe militar, passa a ver a televisão como parte importante do projeto de integração e desenvolvimento do país.

Quadro I: Origem social e formação dos proprietários				
Nome	Nascimento	Emissoras	Origem social	Formação
Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Mello (Assis Chateaubriand)	1892 1968	TV Tupi TV Cultura	Mãe tem origem em tradicional família de senhores de engenho nordestinos. Pai foi chefe de polícia, inspetor de alfândega e magistrado na Paraíba.	Direito
João Batista Amaral (Pipa Amaral)		TV Rio		
João Jorge Saad	1919 1999	TV Bandeirantes TV Guanabara TV Excelsior (ações)	Filho de imigrante sírio, pequeno comerciante de tecidos. Fez fortuna com comércio de tecido e no ramo imobiliário de SP.	Direito (incompleto)
Mario Wallace Simonsen		TV Excelsior	Tradicional família paulista ligada à exportação de café	
Paulo Machado de Carvalho	1901 1992	TV Record		Direito
Roberto Pisani Marinho (Roberto Marinho)	1904 2003	TV Globo	Classe média. Pai foi jornalista.	Ensino Secundário Jornalista
Rubens Berardo	1914 1973	TV Continental	Industrial e usineiro de Pernambuco	
Senor Abravanel (Sílvio Santos)	1930	TV Studios TV Record (ações)	Filho de imigrante judeu e pequeno comerciante	Técnico em Contabilidade

²⁵ Oliveira Sobrinho, José Bonifácio. *Televisão e Educação*. Palestra apresentada no Painei Televisão e Educação, do Departamento de Estudos da Escola Superior de Guerra, em 29 de junho de 1978.

Victor Costa Petraglia Geraldini (Victor Costa)	1919 1959	TV Paulista	Filho de imigrantes italianos. Iniciou sua vida profissional no teatro e rádio	
--	--------------	-------------	--	--

Quadro II: Outras atividades profissionais dos proprietários²⁶											
Nome	Mídias					Adv.	Pod. Leg.	Pod. Exec.	Esp.	Ass. Class.	Empr.
	Jornal	Revista	Rádio	Editora	Estúdio Cinema						
Assis Chateaubriand	P	P	P			X	X				X
João Batista do Amaral	P		P								X
João Jorge Saad			P					X			X
Mario Wallace Simonsen											X
Paulo Machado de Carvalho			P			X		X	X	X	X
Roberto Marinho	P	P	P	P				X			
Rubens Berardo			P		P	X	X	X			X
Silvio Santos			E								X
Victor Costa			E/P							X	X

Referências Bibliográficas:

- ABREU, Alzira Alves de. (coord.) *Dicionário Histórico-Biográfico Brasileiro – pós-1930*. Rio de Janeiro: FGV, 2001.
- ANDERSON, Perry. Modernidade e revolução. *Novos Estudos Cebrap*, São Paulo, vol. 14, pp. 18-19, fevereiro de 1986.
- BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- DREIFUS, René. *1964: a conquista do Estado*. Petrópolis: Vozes, 1981.
- ESQUENAZI, Rose. *No túnel do tempo: uma memória afetiva da TV brasileira*. Rio Grande do Sul: Editora Artes e Ofícios, 1993.
- MATTOS, Sérgio. *História da televisão brasileira – uma visão econômica, social e política*. Petrópolis/RJ: Editora Vozes, 2000.
- MENDONÇA, Sonia Regina de. *Estado e economia no Brasil: opções de desenvolvimento*. Rio de Janeiro: Graal, 1986.
- MORAIS, Fernando. *Chatô, O rei do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.
- OLIVEIRA SOBRINHO, J. B. de (Boni). *50 anos de TV no Brasil*. São Paulo: Globo, 2000.
- RÉMOND, René (org.). *Por uma história política*. Editora UFRJ/FGV: Rio de Janeiro, 1996.
- RIDENTI, Marcelo. *Em busca do povo brasileiro – artistas da revolução, do CPC à era da Tv*. Rio de Janeiro: Record, 2000.
- _____, Marcelo: *Cultura e Política: os anos 1960-1970 e sua herança*. In: Ferreira, Jorge; Delgado, Lucília de Almeida Neves. *O Brasil Republicano – o tempo da ditadura* (vol. 4). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003, pp. 133 –166.
- XAVIER, Ricardo (Rixa). *Almanaque da TV: 50 anos de memória afetiva da TV brasileira*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2000.

²⁶ O significado das abreviações utilizadas é o seguinte: P = proprietário, E = empregado, Adv = advogado, Pod. Leg. = Poder Legislativo, Pod. Exe. = Poder Executivo, Esp = esportes, Ass. Class. = direção de associação de classe, Empr. = empresário em outros ramos que não os da área da comunicação de massa.