

A CENSURA QUE VEM DE DENTRO

Mídia, mercado, e democracia

Felipe Oliveira Santos¹

Resumo: O objetivo deste artigo é observar historicamente os processos midiáticos no Brasil, bem como delinear as formas de censura e os usos políticos das manifestações midiáticas. Nota-se que ela foi fundamental para a criação de um espaço público no Brasil. Todavia, os espaços de manifestação passam por uma transformação, onde o capital aparece como ator principal de uma nova forma de regulação que acaba agendando as manifestações de conteúdo de acordo com interesses próprios.

I - INTRODUÇÃO

A primeira manifestação de imprensa, ainda que de forma rudimentar no Brasil, já foi acompanhada de censura. Em 1808, a família real portuguesa, recém-chegada ao país, fez surgir o primeiro jornal impresso por aqui. A *Gazeta do Rio de Janeiro* funcionava como uma espécie de Diário Oficial, já que seu papel se restringia a tornar públicos os atos do rei. Antes dela, era proibido imprimir na colônia.

Uma outra publicação surgiu, contemporaneamente à “Gazeta”. Era o *Correio Braziliense*, de Hipólito José da Costa. O jornal era produzido em Londres e enviado ao Brasil. No seu contexto, defendia reformas liberais, notadamente a monarquia constitucional, e até mesmo a libertação dos escravos. A reação era mais que esperada: a coroa portuguesa, por diversas vezes, mandou apreender exemplares do jornal. Já no final do reinado de Pedro I, a repressão passou a ser grande e vários escribas da época – ainda não era possível chamá-los de jornalistas – foram assassinados: Líbero Badaró e Frei Caneca, por exemplo.

A expansão do comércio ultramarino criou oportunidades para o aparecimento dos primeiros jornais dedicados a notícias, especialmente as ligadas ao interesse da “praça”, como se denominava o mercado. Dois deles são publicados até hoje: *Diário de Pernambuco* e *Jornal do Commercio*. Mas o espaço para a opinião foi cerceado com a abdicação de Pedro I, o período regente e até mesmo com a antecipação da maioria de Pedro II.

¹ Aluno do mestrado em sociologia política do Iuperj/UCAM.

Foi a luta pela abolição dos escravos e pela república que retomou o debate através da imprensa. São criados jornais que começam a ter maior compromisso com a informação, ainda que o texto fosse de tom literário. Vale frisar que o Segundo Reinado foi um período de liberdade à imprensa, mesmo à opositora. Todavia, ainda não se pode dizer que havia uma imprensa profissional no Brasil. Ela só acontecerá na república. Naquele momento, já nascia uma burguesia urbana. Também se define a classe média, com profissionais liberais, vinculados à elite. O modelo de imprensa comercial no Brasil é um fenômeno do século XX. Começa a existir um público de massa e as pressões políticas diminuem. A principal fonte de receita passa a ser a publicidade e a objetividade passa a ser o alvo em termos editoriais.

Sempre que a imprensa viveu momentos de censura, a sociedade se estagnou quando não, em alguns casos, deu um passo para trás. O fato de, ao longo de nossa história, a imprensa ter sido censurada, fez com que tivéssemos também uma sociedade censurada. Para Luiz Roncari, existe uma espécie de “pecado de origem” que estigmatiza a vida brasileira:

“Ele a deforma, se a compararmos aos modelos das grandes nações que nos serviram de referência; chamaremos esse desvio que perverte a vida no país, desde o início da colonização de o espírito do engenho. Foi algo errado gerado com a colonização e sobreviveu a ela (...) se fortaleceu e recebeu forças de outras fontes.” (RONCARI, 2012, pp. 309).

Segundo Roncari, permanece no Brasil a estrutura do “Grande Engenho”, dominado pela família, que se propõe a ser tutora de toda uma sociedade. Não há, no Estado brasileiro, a noção do “espírito público”, ou seja, a preocupação voltada para uma sociabilidade melhor e mais justa para os cidadãos. Se o Estado é instrumento cativo da vontade desmedida, qual o papel da imprensa e dos meios de comunicação neste contexto? Parte-se do princípio que sempre interessa aos governos ter algum controle sobre o que sai nos jornais, nas redes de TV e rádio e até na internet.

II – USOS DA MÁQUINA MIDIÁTICA: VARGAS E O PERÍODO MILITAR

O governo Vargas implementou sua política de propaganda já em 1931, ao criar o Departamento Oficial de Propaganda. Em 34, já no chamado “governo

constitucional”, surgiu o Departamento Nacional de Propaganda e Difusão Cultural. O conhecido Departamento de Imprensa e Propaganda, o DIP, só apareceu em 39. Foi o mais famoso dos três por causa do momento político no qual foi criado. Um dado curioso é que o DIP foi criado em 39 e extinto em 45, justamente o período da Segunda Guerra.

Alguns fatores motivaram a política de personalismo de Vargas e o fortalecimento do poder do Estado. Em primeiro lugar, há a questão da heterogeneidade das forças que venceram a Revolução de 30 – oligarquias dissidentes, gaúchas, mineiras, segmentos das classes médias urbanas, tenentes – e a incapacidade dos diferentes grupos de assumirem o poder, incluindo burguesia e classe operária.

O golpe que manteve Vargas no poder e implantou o Estado Novo instituiu um novo clima de “caça às bruxas” contra a imprensa. Qualquer meio de comunicação que se opusesse ao regime sofreria as consequências. Em Pernambuco, por exemplo, os donos dos jornais *Diário da Manhã* e *Diário da Tarde*, Carlos de Lima Cavalcanti, e Francisco Pessoa de Queiroz, respectivamente, foram alvos de perseguição.

O rádio se tornou o veículo forte da época graças à intervenção do governo. E tinha uma característica importante: era acessível a quem não sabia ler o que era escrito nos jornais. O índice de analfabetos era muito alto na época. Mais que isso, chegava nas zonas rurais, domínio dos “coronéis”. O rádio contribuiu para integrar e uniformizar, política e culturalmente, o país, ponto fundamental do projeto varguista.

Os bens simbólicos criados foram muitos. Livros, cartazes, folhetos, revistas, noticiários jornalísticos, programas de rádio e filmes. O Estado Novo investiu também no cinema. O *Cinejornal Brasileiro* era encomendado pelo DIP e produzido pela Cinédia de Adhemar Gonzaga, amigo de Vargas. O conteúdo trazia sempre a voz de Getúlio em inaugurações de obras públicas, cerimônias oficiais, manobras militares, desfiles comemorativos e até mesmo romarias.

A imagem funcionava como testemunho de veracidade. A montagem era muito bem executada, como conta Henrique Pongetti, que ajudou na produção dos filmes da época:

“Getúlio gostava de jogar golfe (...) estava longe de ser um campeão e suas bolas não queriam nada com o buraquinho. Dei instruções a Ramon Garcia, câmera-man, (...) que pedisse a um bom jogador para fazer umas espetaculares jogadas e filmasse Getúlio dando porretada (sic) na bola. Fizemos uma montagem perfeita e o povo, que tinha simpatia pelo baixotinho risonho, bateu palmas no Metro do Passeio”. (MOURÃO, 1990, pp.26)

Um homem, em especial, teve papel importante para a consolidação da imagem de Getúlio como “o pai dos pobres”: Lourival Fontes, que dirigiu o DIP até o momento que o Brasil fez sua opção pelos aliados na Segunda Guerra. Ele conseguiu fazer do presidente o intérprete dos ideais e sentimentos que se encontram subjacentes na vida brasileira. A construção do mito Vargas pode ser entendida pelo viés da biografia. Lúcia Lippi Oliveira cita, em *O intelectual do DIP: Lourival Fontes e o Estado Novo*, o caso de um livrinho lançado pelo órgão, de nome *O menino de São Borja*, de autoria atribuída a “Tia Olga”. Trata-se de uma narrativa para crianças sobre a vida do presidente, que é mostrado sempre com qualidades excepcionais.

O DIP também atuou na orientação do conteúdo das mensagens veiculadas pelos meios de comunicação. Quem não obedecesse seria enquadrado pela censura. No caso da imprensa, a sanção mais comum era o controle das cotas de papel, que era importado e só podia ser retirado da alfândega com autorização governamental. A taxa de importação era alta e, normalmente, o governo concedia isenção. Mas esta era suprimida no caso de jornais que deixassem de “colaborar”.

Mesmo com a queda, em 1945, Vargas seria levado novamente ao poder. Dessa vez, pelas urnas, com uma vitória esmagadora. A censura no período do Estado Novo não consistiu somente em proibir que notícias antipáticas ao governo fossem publicadas. O requinte é que, pela primeira vez, se estruturou um aparato de propaganda que permitiu a disseminação de uma ideologia, para que o governo, usando-a como fio condutor, pudesse ter nas mãos tanto a elite quanto as camadas populares.

O que findou com o término do Estado Novo foi um determinado tipo de discurso calcado em palavras de ordem de conteúdo autoritário e conservador. Tanto que este ponto de vista seria retomado com o golpe de 1964. O que permaneceu foi a necessidade de uma comunicação social direcionada, capaz de mudar apenas a roupagem do pensamento hegemônico.

Pela ótica atual, é possível que se encontre uma maior simpatia pelo período de Vargas do que pelo governo militar. Tal fato é possível devido a alguns fatores. Em primeiro lugar, a propaganda do Estado Novo tinha a clara preocupação de criar um mito; um herói que encarna, entre outras, a figura do “pai dos pobres”; em segundo lugar, além do culto ao líder, o período de Vargas foi marcado pela difusão dos valores trabalhistas, inclusive as leis que regulamentaram a vida do operário. Todavia, foi

também um período de tortura, prisões, apreensões, e violência, comandadas pela polícia de Filinto Muller.

Do contrário, a ideologia de segurança nacional do governo e o próprio modo pelo qual as Forças Armadas assumiram o poder foram diferentes. Se em Vargas a ditadura era de caráter populista, no período militar era pura e simplesmente a lógica do “façamos a revolução antes que o povo a faça”. O golpe foi feito sem que uma gota de sangue fosse derramada.

“Não queriam uma república popular instalada no Brasil. Quanto ao que queriam, aí divergiam muito. (...) Uns queriam apenas afastar o governo, afastar Goulart e sua turma. Outros queriam instalar realmente um regime forte, ditatorial (...) Não havia um projeto. Nós não estávamos em condições de elaborar um projeto político para o Brasil” (D’ARAÚJO e SOARES, 1994, pp. 155, 169, e 170)

A imprensa, até então, tinha apoiado o golpe. No dia primeiro de abril de 1964, por exemplo, o *Correio da Manhã* trazia estampado na primeira página um editorial intitulado “Fora”. “Não resta outra saída ao Sr. João Goulart senão a de entregar o governo ao seu legítimo sucessor. Só há uma coisa a dizer ao Sr. João Goulart: saia.”

A censura, todavia, foi institucionalizada pelo governo militar. A imprensa, bem como outros setores da mídia que apoiaram o golpe, repensavam suas posições. O mesmo *Correio da Manhã* publicava, dois meses depois, o editorial “Tortura e insensibilidade”, relatando as atrocidades já cometidas pelos militares. Outros setores como a Igreja, através da CNBB e a Ordem dos Advogados do Brasil, anteriormente favoráveis aos militares, também começaram a criticar os excessos da tortura.

Ao contrário do que se pensou, o regime instalado em 1964 não era uma ditadura. Ele foi se recrudescendo à medida que a sociedade foi dando claras manifestações de que era contrária ao governo. Os militares já enfrentavam problemas com greves (Contagem/MG e Osasco/SP) e não tinham mais o apoio da Igreja. A negativa do Congresso em retirar a imunidade parlamentar de Márcio Moreira Alves foi o estopim para o que Elio Gaspari denominou de “a missa negra”, ou seja, a declaração do AI-5. Este sim pôs o Brasil na ditadura e gerou graves consequências para a sociedade e para a imprensa.

Emissoras de televisão, rádio e as redações de jornais foram ocupadas por censores recrutados na polícia e na Escola de Aperfeiçoamento de Oficiais. Mais tarde, a Polícia Federal se encarregaria do caso. O problema, considerando-se a questão de

como é importante para um país o desenvolvimento e a permanência de uma imprensa livre, é que, com uma imprensa censurada, num ambiente antidemocrático, fica difícil se ter não só uma sociedade livre como uma sociedade esclarecida. De acordo com Vieira (2007), o controle sobre a imprensa provocou uma autocensura entre os veículos de comunicação, o que tolheu a capacidade investigativa desses periódicos.

O governo passou a acreditar que a imprensa poderia inflar a população através de notícias subversivas. A forma de atuação da censura sobre a imprensa não foi única, bem como a reação dos meios de comunicação. Alguns veículos optaram pura e simplesmente pela aceitação das ordens (fossem bilhetes ou telefonemas). Como exemplos, a *Folha de São Paulo* (SP) e o *Jornal do Brasil* (RJ).

Já a propaganda era usada para desviar a atenção das barbáries da repressão. Passaram a veicular nos meios de comunicação (com pesado investimento em publicidade, o que constituía numa poderosa fonte de capital para rádio, jornais, e TVs) um projeto de nação que ia para frente. A execução dessa estratégia coube a Assessoria Especial de Relações Públicas (Aerp), comandada pelo então coronel Octávio Costa. A proposta não era a de vender o governo, mas noções de cidadania e patriotismo e temas como o combate à paralisia infantil e a economia de combustível. Em depoimento ao jornal *O Globo*, em 2004, Lula Vieira, presidente da V&S Comunicações, enfatizou a estratégia. “A ideia de vender a noção de cidadania, melhorar a autoestima da população, sem a chancela do governo, é moderníssima. Tem que se tirar o chapéu, por que foi a única coisa que os governos do golpe fizeram realmente de eficiente”.

Alguns veículos, como os ligados ao Grupo Globo, de Roberto Marinho, foram acusados de apoiar o golpe que levou os militares ao poder. Após os 21 anos de trevas na vida social brasileira, um editorial do jornal *O Globo* fez o *mea culpa*, assumindo, inclusive, que chamou o ato de “revolução”, nome alinhado com a ótica militar. “Já há muitos anos, em discussões internas, as Organizações Globo reconhecem que, à luz da história, esse apoio foi um erro”, diz o editorial.

Para Oliveiros Ferreira, diretor do Estado de São Paulo durante o período militar, o país só perdeu com o regime: “O que o país perdeu com a censura? Você podia perguntar o que o país perdeu com a ditadura. (...) Eu diria que perdeu a chance de ser um país” (KUSHNIR, pp. 601, In: CARNEIRO, 2002). O desconhecimento era tão grande que Oliveiros conta, em seu depoimento, que quando uma matéria censurada era trocada por uma receita culinária, por exemplo, as pessoas ligavam para a redação

não para defender o jornal da censura, mas para reclamar que as receitas não davam certo. De fato, muitas pessoas não acreditavam na censura ou sabiam que ela existia.

À medida que a ditadura perdia força, a volta ao regime democrático fazia surgir o questionamento sobre como se comportaria uma imprensa visivelmente enfraquecida. De fato, ela se fortaleceu do ponto de vista editorial, com o fim da censura institucionalizada. Mas ela precisava se sustentar, e era visível que os meios que eram alinhados com o governo estavam mais fortalecidos economicamente. Havia, então, outro desafio a ser cumprido, que não era mais a imparcialidade, e sim, a isenção.

III – A VOLTA ÀS REDAÇÕES

A autocensura é um ato consciente. Trata-se de uma das mais danosas formas de controle da informação porque implica o engajamento do veículo, como ocorreu com o Jornal O Globo, e do jornalista na proposta repressiva, fazendo dele sua primeira vítima. Ela mina a integridade do profissional. A adesão diminui o poder de crítica.

Quando o jornalista se autocensura, ele assume a responsabilidade de aferir o que é bom para o leitor ou não. Pior: decide qual verdade deve ser socializada. Claro que, se esse critério for submetido a uma análise mais profunda, verificar-se-á que isso ocorre até hoje. Remete-se à questão da imparcialidade jornalística.

Tanto no baixo escalão das redações quanto no topo, o problema era – e ainda é - a sobrevivência da profissão. Nesse sentido, observou-se a adesão e até mesmo identificação de proprietários de jornais com a repressão. Observa Bernardo Kucinski: “A complacência da imprensa frente a violações de direitos humanos era essencial ao sucesso da luta contra a guerrilha urbana, baseado na tortura imediata no momento mesmo da prisão, para obter os endereços e nomes” (KUCINSKI, pp. 542, In: CARNEIRO, 2002). Para o opressor, a autocensura funciona como a melhor forma de controlar a informação. No caso brasileiro, acabou sendo a forma mais compatível, uma vez que o regime militar nunca quis se assumir como uma ditadura.

Ainda havia um “ranço” dentro das redações que atrapalhava o andamento do jornalismo. A imprensa apenas engatinhava no processo que, mais tarde, iria colocá-la como o quarto poder. Falhou porque tentou intervir na democracia e não ser o caminho para que ela aconteça. Um exemplo: as eleições presidenciais de 1989, quando a TV Globo usou de recursos de edição que favoreceram o candidato Fernando Collor. No

tempo total de edição, Lula teve dois minutos e vinte e dois segundos de falas inseguras e claudicantes, enquanto Collor teve três minutos e trinta e quatro segundos de posicionamentos sintéticos e enfáticos. Quando os furos do governo Collor começaram a aparecer, a Globo tratava das denúncias com discrição. A Rede Globo só alterou o enfoque da sua cobertura quando o relatório da CPI do orçamento, que incriminava o presidente, foi aprovado.

Hoje, infelizmente, é natural que o jornalista deixe de revelar a parte mais quente das informações que possui. Funciona como estratégia de sobrevivência nas redações e já incorporada no *ethos* jornalístico na democracia pós-autoritária brasileira. Entre os legados da ditadura, para a imprensa, acabou sendo o expurgo dos quadros qualificados do jornalismo brasileiro. Marginalizados, partem para outras profissões, para a literatura, ou mesmo para as universidades. De aglutinador intelectual, nos anos 50, o jornalismo torna-se o desagregador dos intelectuais no início dos anos 80.

A mídia fiscaliza as instituições civis, mas quem vigia a mídia? Hoje, ela sabe a força que tem e o poder que dela emana. Mesmo porque pode se considerar o fato de que a pior sentinela da imprensa é ela mesma. Um “panoptismo” de si próprio. Um erro é pago com a imagem arranhada. A mídia vende não só informações, mas também a sua imagem de credibilidade e isenção.

Mesmo após a abertura política, e o conseqüente fim da censura oficial, outras formas mais sutis de controle midiático se fortaleceram. A história, infelizmente, se repete. De acordo com Gramsci, os meios de comunicação seguem sendo um espaço onde ocorrem lutas intensas pela hegemonia das formas culturais. Daí, então, a necessidade de compreender o papel da mídia em um novo ambiente social: o século XXI é marcado pelo aprofundamento dos laços de domínio do capitalismo tecnológico, intrinsecamente ligado às novas formas de interação social.

Este novo poder emergente promove formas de interação social que aproximam as pessoas através de laços questionáveis, baseados na distância, na impessoalidade, e, portanto, incapaz de criar um ambiente efetivo de sociedade, criando um sentimento de pertencimento apenas virtual.

IV – UMA NOVA FORMA DE CONTROLE

O empobrecimento do discurso jornalístico face à nova tendência ao entretenimento cria um novo consenso social paralelo. Nele, a sociedade não é colocada a falar sobre os seus problemas, mas sim posta a consumir com uma velocidade cada vez maior sem qualquer tipo de contestação. O que se percebe, inclusive, é que a estética do entretenimento já alcançou a notícia, tirando dela a sua força informativa, essencial para a fiscalização dos problemas dentro de uma sociedade democrática.

O consenso social provocado pelo discurso homogeneizante da mídia é balizado pelo mercado, mostrando uma relação cada vez mais simbiótica entre setores da mídia e os entes hegemônicos, onde o capital, em sua nova face tecnológica, está a serviço da criação de um *unum* onde a sociedade se mantenha dócil face às manobras políticas e econômicas que só fazem aumentar as diferenças sociais e a exclusão.

Uma vez que a liberdade de imprensa, pilar da sociedade democrática, se sublima cada vez mais ao interesse do capital. Fica reduzido ou, por vezes, impedido o engajamento da sociedade civil nos processos democráticos tão vitais para o desenvolvimento do país.

Se durante todo o século XX, especialmente no período militar no Brasil, os veículos de imprensa sofreram com a censura imposta pelo poder instituído, com a abertura política, a internet, e a globalização, a própria mídia acaba se impondo uma censura muito pior: a do total rendimento à força do capital, que obriga a busca desmedida pela audiência e o retorno financeiro. Fato que alcançou as formas do noticiário, que passa a privilegiar a forma em detrimento do conteúdo. . É o triunfo da sociedade do espetáculo preconizada por Guy Debord. De acordo com Douglas Kellner,

Espectáculos são aqueles fenômenos de cultura da mídia que representam os valores básicos da sociedade contemporânea, determinam o comportamento dos indivíduos e dramatizam suas controvérsias e lutas, tanto quanto seus modelos para a solução de conflitos. Eles incluem extravagâncias da mídia, eventos esportivos, fatos políticos e acontecimentos que chamam muito a atenção, os quais denominamos notícia- fenômenos que têm se submetido à lógica do espetáculo e à compactação na era do sensacionalismo da mídia, dos escândalos políticos e contestações, simulando uma guerra cultural sem fim. (KELLNER, 2004, pp.2)

Na civilização do espetáculo, a esfera privada se torna pública. A valorização excessiva daquilo que é privado é o critério que passa a eleger a pauta do noticiário. Decresce, portanto, o interesse pelo bem público em detrimento do aspecto mais escandaloso do fato, que passa a ser valorizado.

É possível, entretanto, vislumbrar soluções possíveis ao empobrecimento do discurso jornalístico. A internet engendra novas formas de organização social que os grandes conglomerados de mídia não abarcam. Interessa saber mais sobre essas novas formas de organização e participação social que acabam contemplando vozes que foram silenciadas pelo discurso midiático dominante. Bem como perceber o início de uma pulverização de mídia, onde novas formas de informar surgem muitas vezes, até por jornalistas que não possuem mais interesse em estar nas grandes redações Brasil afora. São essas manifestações que precisam ganhar destaque para dar conta da multiplicidade de vozes presentes na sociedade.

A globalização traz o fortalecimento do caráter local e, graças à iniciativa de pessoas e/ou comunidades, surgem novas formas de noticiário e análises, mais independentes, e, portanto, mais próximas da realidade social. Aparecem *sites*, *blogs*, *podcasts*, que buscam espaço na *web* e usam as redes sociais especialmente para fazer o trabalho florescer.

O público, pouco a pouco, com a ampliação do acesso a internet, consiga buscar novas formas de comunicação e acesso à notícia. Isso já é visível na proliferação de *smartphones* pelas principais cidades brasileiras. Um estudo sobre a renovação de audiência no rádio, realizado pela professora de jornalismo da PUC-RS, Magda Cunha, revela que, entre 2005 e 2008, o índice de jovens que acessa a internet cresceu de 66 para 86 por cento (CUNHA, 2010, pp. 176). O avanço da tecnologia certamente é um fator que vai renovar o acesso às notícias, dentro de um caráter mais amplo, plural.

A internet é o espaço público do século XXI. Se por um lado essa nova esfera é marcada pela maior oportunidade de acesso a esse espaço, por outro é visível que o anonimato traz como consequência a multiplicação de discursos sem que, necessariamente, todos possam ser tomados pela verdade.

Uma das provas relevantes para esta questão é a proliferação de discursos de ódio de todo tipo. A velocidade trazida pela era da informação não foi acompanhada, de um modo geral, por um maior esmero no processo de apuração jornalística. Se é que, em alguns casos, ele é realmente esquecido por uma linha editorial que premia a audiência sem qualquer tipo de preocupação do discurso.

A rua, espaço público por excelência, vem perdendo espaço para esta função e o jornalismo também segue essa tendência, se transformando em mecanismo declaratório em nome de uma pretensa isonomia. Muitos veículos sequer conseguem (ou mesmo não se propõem) a fazer cobertura externa presencial dos fatos.

O jornalismo é testemunha ocular da história e o jornalista é seu intérprete por excelência. Ele é o primeiro a narrar fatos que só estarão nos livros anos depois. A mídia não pode deixar a memória coletiva morrer, como tentaram fazer Vargas e os militares, bem como outros governantes, assim como o passado nos prova. A história anda de mãos dadas com a atividade jornalística. Se essa realidade for negada, toda vida, sociedade, e o modo pelo qual nos relacionamos seria inverossímil.

BIBLIOGRAFIA:

AGUIAR, Ítalo Pires. **Comunicação, poder e hegemonia em Antonio Gramsci**. In: Revista Entropia. Rio de Janeiro, Vol. 1, julho/Dezembro/2016. Pp. 100/114

BAUMAN, **Zigmunt**. **Ensaio sobre o conceito de cultura**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

_____. **O mal estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

BOMENY, Helena. **Constelação Capanema: intelectuais e políticas**. Editora FGV, Rio de Janeiro, 2001.

CARNEIRO, Maria Luísa Tucci. **Minorias silenciadas: a história da censura no Brasil**. EDUSP, São Paulo, 2002.

CASTRO, Celso; SOARES, Gláucio Ary Dillon; D'ARAÚJO, Maria Celina. **Visões do golpe: a memória militar sobre 1964**. Relume-Dumará, Rio de Janeiro, 1994

_____. **Os anos de chumbo. A memória militar sobre a repressão**. Relume-Dumará, Rio de Janeiro, 1994.

_____ **A volta aos quartéis. A memória militar sobre a abertura.**
Relume-Dumará, Rio de Janeiro, 1995.

CUNHA, Magda. **Os jovens e o consumo de mídias: Surge um novo ouvinte.** In: E o rádio: Novos horizontes midiáticos. Porto Alegre, Ed. PUC-RS, 2010.

CONTI, Mário Sérgio. **Notícias do Planalto: a imprensa e Fernando Collor.** Companhia das Letras, São Paulo, 1999.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo.** Disponível em <http://www.ebooksbrasil.com/elibris>

GASPARI, Elio. **A ditadura envergonhada.** Companhia das Letras, São Paulo, 2002.

_____ **A ditadura escancarada.** Companhia das Letras, São Paulo, 2002.

HOBSBAWN, Eric. **A era dos extremos: o breve século XX, 1914-1991.** São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo.** São Paulo: Revista Líbero, 2004.

GOULART, Silvana. **Sob a verdade oficial: ideologia, propaganda e censura no Estado Novo.** Editora Marco Zero, São Paulo, 1990.

OTRIWANO, Gisela Svetlana. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos.** Summus editorial, São Paulo, 1985.

SILVA, Francisco de Assis. **História do Brasil.** Editora Moderna, São Paulo, 1992.

SILVA, Hélio. **A ameaça vermelha: o plano Cohen.** L&PM editores, Rio de Janeiro, 1980.

SMITH, Anne-Marie. **Um acordo forçado: o consentimento da imprensa à censura no Brasil**. Editora FGV, Rio de Janeiro, 2000.

SODRÉ, Nélson Werneck. **A história da imprensa no Brasil**. Mauad, Rio de Janeiro, 1999.

VIEIRA, Fernando Antonio da Costa. **Navegando contra Maré: a relação entre o MST e a mídia**. UFRJ/IFCS. Tese de doutorado. Ano de obtenção: 2007.

Internet:

<https://oglobo.globo.com/brasil/apoio-editorial-ao-golpe-de-64-foi-um-erro-9771604>