



Globo 50 anos: a relação de amor e ódio entre a emissora carioca e o telespectador brasileiro¹

Anaís Cordeiro de Medeiros²
Luan Cesar de Oliveira³
Natan Peres da Silva Lima⁴
Denis Henrique Araújo⁵
Francielle Maria Modesto Mendes⁶

Resumo

Um dos maiores conglomerados de mídia do mundo, de acordo com Miguel (2002) e Lima (2004) é o Grupo Globo, que mantém na TV aberta uma emissora líder de audiência. Este trabalho tem como finalidade relatar aspectos históricos importantes dos 50 anos da Rede Globo de Televisão, pontuando sua relação ética no jornalismo e suas interferências na sociedade brasileira. O texto aborda ainda a ascensão da emissora durante o regime militar, o vínculo com o telespectador, a rejeição de alguns formatos televisivos incorporados após o cinquentenário e a consequente queda de audiência. Para fundamentar esta análise serão utilizados, além dos autores já citados, Bergano (2010), Barbosa (2010), Bucci (2000), Fadul (1994) e outros estudiosos ligados ao tema.

Palavras-chave: Mídia, Televisão, Rede Globo.

Televisão no Brasil: um breve resgate histórico

A televisão no Brasil, na forma de estação transmissora de imagens e sons, com sinal aberto ao público, surgiu na década de 1950. Esse foi o ano de implantação e inauguração da primeira emissora televisiva do país, a TV Tupi Difusora, em São Paulo. Ela fazia parte dos Diários Associados, primeiro grande conglomerado de comunicação do país que agregava rádios, revistas, jornais e emissoras de televisão. A iniciativa de

¹Trabalho apresentado ao GT História do Jornalismo do IV Encontro Regional Norte de História da Mídia, realizado em 19 e 20 de maio de 2016.

²Graduada em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal do Acre (UFAC).

³Graduando do curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Acre (UFAC).

⁴Graduando do curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Acre (UFAC).

⁵Graduando do curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Acre (UFAC).

⁶Professora do curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Acre.



trazer o novo veículo de comunicação se deu pelo empreendedorismo de Assis Chateaubriand, proprietário dos Diários Associados.

Mesmo com o pioneirismo, os primeiros passos da televisão brasileira se deram de forma amadora. Barbosa (2010) vê esse início como uma fase experimental e sem identidade da programação que as emissoras do país disponibilizavam para o público. Apesar disso, o desenvolvimento do novo meio deu-se de forma rápida. No dia 20 de janeiro de 1951 entrava em operação a TV Tupi do Rio de Janeiro, ano em que inicia a fase de expansão do veículo no país.

Esse primeiro momento caracteriza-se pelo imprevisto, pela pouca disponibilidade de receptores, em função também de seus altos custos, e, sobretudo, pela experimentação de uma nova linguagem que levaria, pelo menos, duas décadas para se estruturar. (BARBOSA, 2010, p. 17).

De acordo com Barbosa (2010), ainda no ano de 1950, foram concedidas mais duas concessões de emissoras de televisão. Surgiam em novembro daquele ano a TV Record de São Paulo e a TV Jornal do Comércio de Recife. Proprietário de duas estações, Chateaubriand lançou em 1951, mesmo ano em que começaram a ser produzidos os primeiros receptores televisivos no Brasil, uma ampla campanha no intuito de estimular e alavancar a compra dos aparelhos. Ainda segundo a autora:

(...) o preço continuava proibitivo para a maioria da população: custava três vezes mais do que um produto também objeto de desejo da classe média ascendente: as radiolas. Em 1952 existiam em todo o país cerca de 11 mil televisores. (BARBOSA, 2010, p. 20).

Mesmo com o alto custo dos receptores e o pouco número deles espalhados pelo país, Barbosa (2010) destaca que as décadas de 1950 e 1960 representaram a eclosão em massa de estações transmissoras de imagens e sons. Estava implantada com sucesso absoluto a televisão no Brasil.

Apesar disso, os anos 1950 seriam marcados também pela expansão da televisão como uma rede de imagens nas principais cidades do país: de 1955 a 1961 são inauguradas 21 novas emissoras. Em 1955, começa a funcionar a TV Itacolomi (de Belo Horizonte). Quatro anos depois é a vez da TV Piratini (de Porto Alegre) e a TV Cultura (de São Paulo). Em 1960, são inauguradas a TV Itapoan (de Salvador), TV Brasília, TV Rádio Clube (de Recife), TV Paraná, TV Ceará, TV



Goiânia, TV Mariano Procópio (de Juiz de Fora), Tupi Difusora (de São José do Rio Preto). E, no ano seguinte, seria a vez da TV Vitória, TV Coroados, TV Borborema (de Campina Grande), TV Alterosa (de Belo Horizonte), TV Baré, TV Uberaba, TV Florianópolis, TV Aracajú, TV Campo Grande e TV Corumbá. (BARBOSA, 2010 p. 20).

A televisão brasileira se consolidou e popularizou nos anos 1960. Alexandre Bergano, no livro *História da Televisão no Brasil*, afirma que foi nesse período que houve o que pode ser chamado e classificado como a fase de profissionalismo das emissoras do país. Com isso, surgem “certas práticas de ‘como fazer televisão’, assim como outras são abandonadas, esquecidas ou profundamente transformadas.” (BERGANO, 2010, p. 59). Os programas televisivos, que até então tinham a maneira de ser herdada do rádio e do teatro, passam a criar uma linguagem própria. Segundo Bergano:

A televisão foi gradativamente perdendo a característica de “lazer noturno familiar” para, ao estender cada vez mais sua programação para o horário vespertino e matutino, firmar-se como instrumento de “lazer” e de “informação” para todos os seus membros, para isso ajustando-se, cada vez mais, à rotina de horários de uma casa. A pioneira, nesse caso, foi a TV Excelsior, do Rio de Janeiro, que, em 1963, passou a combinar uma programação vertical (diferentes programas em um mesmo dia) com uma horizontal (um mesmo programa exibido todos os dias no mesmo horário). (BERGANO, 2010, p. 64).

TV Globo: o embrião de um conglomerado e a relação com a ética

É nesse contexto que em 1965, 15 anos após a inauguração da primeira estação televisiva do Brasil e um ano após a instalação do Regime Militar no país, entra em operação a TV Globo, no Rio de Janeiro. Roberto Marinho, proprietário da emissora, já comandava na década de 1960 o jornal *O Globo*, criado em 1925 por Irineu Marinho, pai de Roberto, e a Rádio Globo, fundada em 1944. O novo meio de comunicação era o passo inicial para a construção de um dos maiores conglomerados de comunicação do mundo, as Organizações Globo, hoje chamada Grupo Globo, conforme pontua Lima (2004):

A TV Globo do Rio de Janeiro, que entrou em funcionamento em 1965, foi o primeiro passo para a construção da maior rede de comunicação do país e, ao mesmo tempo, da empresa líder de um



conglomerado econômico-financeiro – as Organizações Globo – com interesses em áreas tão diversas que vão desde os meios de comunicação de massa até uma fábrica de bicicletas. (LIMA, 2004, p. 142).

De acordo com Miguel (2002), a emissora carioca logo no início de suas operações contou com apoio técnico e financeiro do grupo americano Time-Life. Lima (2004) e Miguel (2002) apontam que tal financiamento com capital estrangeiro infringia as legislações da época, que proibiam participação estrangeira em empresas de comunicação do Brasil. Com a TV Globo desobedecendo as regras impostas na época, uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) foi instaurada para investigar a estação de Roberto Marinho: “de qualquer maneira, o aporte dos parceiros estrangeiros permitiu que a Globo logo se destacasse tecnicamente das outras emissoras brasileiras e alavancasse seu predomínio.” (MIGUEL, 2002, p. 34).

As estreitas relações com o Regime Militar, que tinha apoio expresso de Roberto Marinho, também colaboraram para que a emissora carioca se expandisse nas décadas em que os generais comandaram o país. O Regime via na televisão brasileira a maneira de promover a “integração nacional” e propagar o “milagre brasileiro”, bandeira do Governo Militar. Tal fato beneficiou a Globo, que de acordo com Lima (2004), usufruiu dos satélites da Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel) para sua expansão – o marco seria a criação do Jornal Nacional, primeiro noticiário em rede do Brasil – e o encerramento da CPI Globo Time-Life.

Fica claro, a partir de então, o comprometimento recíproco entre o regime autoritário e a Rede Globo. Esse comprometimento, iniciado por ocasião do escândalo Time-Life, solidificou-se nos períodos Médici (1969-1974) e Geisel (1974-1979), atingindo seu limite máximo no governo do general João Batista Figueiredo (1979-1985), quando a Rede Globo, então já consolidada, transformou-se em um verdadeiro “ministério da informação”, paralelo ao governo e tão poderoso que se tornou capaz de desobedecer às recomendações do próprio regime autoritário, por exemplo, no encaminhamento da sucessão presidencial de 1985. (LIMA, 2004, p. 158).

Bucci (2000) questiona a associação dos meios de comunicação aos grupos de poder, sejam eles políticos ou econômicos. Para o autor, isso é prejudicial para a democracia e para o cidadão comum. Já que manter estreitos laços com algum tipo de regime, como fez a Rede Globo durante a Ditadura Militar, pode levar a ocultação de



fatos importantes e beneficiar tais grupos: “A imprensa deve informar a todos sem privilegiar os mais abastados, e também dar voz às diversas correntes de opinião.” (BUCCI, 2000, p. 12). O autor faz o seguinte questionamento:

Como pode a imprensa fiscalizar o poder – um de seus deveres supremos – se ela se converteu em um negócio transnacional, oligopolizado em conglomerados de mídia que trafica influência junto aos governos para conseguir mais concessões de canais e mais facilidades de financiamentos públicos? (BUCCI, 2000, p. 12).

Ele afirma ainda: “os meios de comunicação fizeram de seus proprietários e de seus funcionários figuras arrogantes, que se julgam acima de qualquer limite quando se trata de garantir seus interesses e de se divertir com seus caprichos” (BUCCI, 2000, p. 11). A reflexão mostra como os atos adotados por Roberto Marinho, que durante muitas décadas utilizou o poder dos meios de comunicação do seu conglomerado para favorecer a si próprio e aos interesses do grupo que comandou durante vários anos, foram errôneos e antiéticos no âmbito do jornalismo.

Bucci argumenta que “o poder dos conglomerados ameaça atropelar os princípios democráticos” (BUCCI, 2000, p. 14). A afirmação vai de encontro com certas posições adotadas pelas empresas de Roberto Marinho, tanto do jornal *O Globo* como a Rede Globo de Televisão, ao longo das décadas. Hoje, esses posicionamentos são considerados “erros” e alguns foram assumidos pelo Grupo Globo, pois tais posicionamentos tentaram interferir na vida política e democrática do país durante e, posteriormente, após o fim do Regime Militar no Brasil.

Em um histórico editorial intitulado “Apoio editorial ao golpe de 64 foi um erro”, veiculado pelo jornal *O Globo* no ano de 2013, as Organizações Globo assumiram o apoio que as empresas e a emissora de Roberto Marinho, que encabeça todo o conglomerado, deram ao Regime Militar até a sua dissolução em 1985. O reconhecimento do dito erro se deu devido à pressão durante as manifestações de junho de 2013, como assume o próprio editorial: “Desde as manifestações de junho, um coro voltou às ruas: ‘A verdade é dura, a Globo apoiou a ditadura’. De fato, trata-se de uma verdade, e, também de fato, de uma verdade dura” (O GLOBO, 2013, online). O texto segue:



Naquele contexto, o golpe, chamado de “Revolução”, termo adotado pelo GLOBO durante muito tempo, era visto pelo jornal como a única alternativa para manter no Brasil uma democracia. Os militares prometiam uma intervenção passageira, cirúrgica. Na justificativa das Forças Armadas para a sua intervenção, ultrapassado o perigo de um golpe à esquerda, o poder voltaria aos civis. Tanto que, como prometido, foram mantidas, num primeiro momento, as eleições presidenciais de 1966. (O GLOBO, 2013, online).

Mesmo reconhecendo o erro, o editorial faz mea-culpa quando afirma que a situação política do país estava em uma fase delicada e via-se a beira de um golpe articulado por Jânio Quadros. O texto afirma ainda que tal apoio se deu devido a outros veículos terem feito o mesmo: “O GLOBO, de fato, à época, concordou com a intervenção dos militares, ao lado de outros grandes jornais, como “O Estado de S.Paulo”, “Folha de S. Paulo”, “Jornal do Brasil” e o “Correio da Manhã”. (O GLOBO, 2013, online).

Conquistando audiência

Apesar do Grupo Globo ser um dos maiores conglomerados de mídia do mundo, como apontam e comprovam Miguel (2002) e Lima (2004), no segundo semestre de 2015, o topo do pódio nem sempre foi da família Marinho. O conglomerado, que atualmente engloba rádio, canais na televisão aberta e fechada, revistas, livros, discos, cinema, jornal impresso, e outros; nasceu pequeno, com a fundação do jornal O Globo em 1925 e só tomou força após firmar a parceria com o Grupo Time-Life e com o golpe militar de 1964. Lima afirma que a solidificação do Grupo Globo fez com que a empresa se tornasse “capaz de desobedecer recomendações do próprio regime autoritário”. (LIMA, 2004. p. 157).

Segundo o autor, em 1968, as Organizações Globo já tinham concessões próprias de emissoras de televisão nos três principais mercados do Brasil: Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais. Ele mostra que ao longo dos anos 1970 a emissora foi conquistando mais e mais concessões em todo o país. Miguel (2002) expõe que um marco fundamental para que a Globo tenha conquistado tanto poder ao longo dos seus 50 anos de história, está relacionado diretamente com o Regime Militar no processo de “integração nacional”. Com a criação do Jornal Nacional, em 1969, projeto almejado



pelos militares, pela primeira vez o Brasil tinha um noticiário assistido ao vivo em todas as regiões do país.

Com um forte poderio político e econômico, o monopólio da Rede Globo seguiu crescendo. Lima (2004) apresenta dados que apontam que em 1982 a Globo se tornaria a quarta maior rede de televisão do mundo composta por emissoras geradoras, afiliadas e estações repetidoras, que totalizavam 47 emissores. Cobria 93% da população e 99% dos 15,8 dos domicílios com TV existentes na época. Esses altos índices de audiência alcançados pela extensão da emissora no Brasil, país de dimensões continentais, fez com que a emissora estivesse à frente de canais concorrentes.

O domínio da audiência e a concentração de verbas publicitárias eliminavam qualquer possibilidade de competição verdadeira. Dados extraídos da revista propaganda (4/1980, p, 20-22 e 36-42), em edição especial sobre os 15 anos da Rede Globo, mostram que para uma verba anual total de aproximadamente 500 milhões de dólares injetados na televisão brasileira, 350 milhões, ou seja, 70%, eram aplicados na Rede Globo. (LIMA, 2004, p. 161).

A TV Globo difundiu uma boa imagem do Regime e de suas realizações e também se beneficiou com a parceria. De acordo com Miguel, é “errôneo imaginar que a Globo foi um mero instrumento do governo militar. Ela possuía sua própria estratégia de poder e aproveitou as oportunidades abertas pelo regime para ampliá-lo” (MIGUEL, 2002. p. 36).

As concessões de canais, por meio de manobras e acordos políticos, e apoio a Ditadura Militar, fizeram com que a Rede Globo conquistasse o espaço e o poder que possui hoje. O abuso de poder do conglomerado é um caso em que a ética foi esquecida para que a emissora, em benefício próprio, alcançasse ainda mais poder. Ao apoiar um regime visando beneficiar-se, a Globo fere a ética, conforme afirma Bucci:

Exigir que ajam com responsabilidade social e com consciência, que não abusem do poder de que estão investidos, que não se valham dele para destruir reputações e para deformar as instituições democráticas é exigir que o espírito que se encontra na origem do jornalismo não seja corrompido (BUCCI, 2000, p. 11).

O monopólio da emissora carioca impediu por anos o desenvolvimento também de outras estações televisivas. Um dos motivos para isso é ocasionado pelo fato de que as verbas de propagandas iam quase que totalmente para emissora que liderava a audiência nacional. Fadul (1994) avalia que a falta de concorrência é negativa, já que a



“batalha” pela audiência e a conquista do público entre os veículos faz com que as emissoras estejam buscando constantemente aprimorar seu conteúdo.

Em países como França, Itália, Inglaterra e Japão, que possuem regulação para rádio e televisão, as emissoras educativas destacam-se por seus conteúdos de qualidade, disputando pela audiência no mesmo patamar que as emissoras comerciais. No Brasil, toda tentativa de regulação da mídia é acompanhada por críticas e acusações vindas das grandes empresas de comunicação que acusam o Governo de querer implantar a censura e ditadura.

Em matéria intitulada “Oposição crítica proposta de Berzoini para regulação da mídia”, publicada no dia 3 de janeiro de 2015 no *site* do jornal *O Globo*, a repórter Isabel Braga relata que políticos criticavam o ministro das Comunicações, Ricardo Berzoini, após ele afirmar que reabriria o debate sobre a regulamentação econômica da mídia. Na fala dada ao jornal ao líder do PSB na Câmara, o deputado Júlio Delgado afirma:

Não há o que debater no Congresso Nacional sobre regulamentação econômica da mídia como deseja o novo ministro das Comunicações, Ricardo Berzoini. A liberdade de imprensa foi uma das maiores conquistas da redemocratização brasileira” (BRAGA, 2015, online).

Outros opositores a regulamentação também possuem falas extensas durante a matéria, o ministro não tem nenhuma. A matéria ainda possui uma retranca em que expõe superficialmente a regulamentação das mídias já existentes no Brasil. Como se nada mais pudesse ser feito para aprimorar a regulamentação.

Em sua obra, Miguel (2002) afirma que o Grupo Globo sempre foi contrário a regulamentação da mídia no Brasil por esse processo representar uma ameaça ao monopólio da família Marinho. Apesar da atual realidade da emissora ser diferente, e a larga vantagem adquirida pela Globo nos anos 1980 e 1990 ter sido diminuída a partir de fortes investimentos das demais emissoras, principalmente da Rede Record, a hegemonia da TV carioca ainda se sobressai, como ressalta Miguel:

A posição hegemônica da Rede Globo nos meios de comunicação brasileiros não é explicada apenas pelos números – que, na verdade, são bem menos impressionantes hoje do que eram há quinze anos. Para o público estadunidense, acostumado a um padrão tripolar com ABS, CBS, e NBC dividindo a audiência e as verbas publicitárias em fatias mais ou menos iguais, a supremacia da Globo ainda é espantosa. Ela possui todos os programas campeões de audiência e é líder



incontestemente em quase todas as faixas de horário, muitas vezes abrindo larga margem sobre suas competidoras, Mas já ficaram para trás os tempos em que suas maiores atrações eram vistas por 70% ou mais do público e a principal rede concorrente, o Sistema Brasileiro de Televisão contentava-se com o slogan “líder absoluto do segundo lugar” reconhecendo que a primazia nem estava em cogitação (MIGUEL, 2002, p. 34).

A afirmação do autor demonstra bem o comportamento do público brasileiro na hora de optar por entretenimento. O monopólio da emissora carioca sempre foi uma questão discutida entre os estudiosos, já que em países como Estados Unidos e Inglaterra, desenvolvidos e com uma economia sólida, as corporações de comunicação não estabeleceram um virtual monopólio de audiência e receita, de acordo com Miguel (2004). Na obra, ele próprio ressalta a preocupação de um país como o Brasil, com um alto índice de analfabetismo⁷ e onde a televisão cobre mais de 90% do território nacional, ter uma única emissora televisiva predominando na maioria das casas.

“Um novo tempo que começou”⁸

A Rede Globo decidiu no ano de 2015, em comemoração aos 50 anos de fundação, realizar mudanças na programação, que vão desde os formatos das novelas aos telejornais. De acordo com Marinho *et al.* (2011), as alterações ocorreram devido a chegada da era digital: “Ela obriga a que todas as empresas que se dedicam a fazer jornalismo expressem de maneira formal os princípios que seguem cotidianamente.” (MARINHO, 2011, online).

As alterações no estilo das novelas, jornais e em toda programação não foram bem aceitas pela audiência. Costa (2014) aponta que as mudanças na TV Globo foram anunciadas, em abril de 2014, pelo diretor-geral da emissora, Carlos Henrique Schroder, como estratégia para enfrentar a queda de audiência e preparar o grupo para o futuro. Porém, as mudanças fizeram com que a emissora, que era líder absoluta de audiência, perdesse este título após ter a principal novela derrotada por um folhetim da concorrência na grande São Paulo, de acordo com Fernando Borges (2015).

⁷ O autor apresenta logo na introdução da obra (p.23) dados do censo de 1991. Naquele contexto, o analfabetismo atingia 20% da população adulta e ele considera que devem ser somados a esse grupo os muitos analfabetos funcionais. Miguel (2004) também faz um comparativo com dados do fim dos anos 80, tomando como base índices apresentados por Conti (1999), que mostravam que a tiragem somada dos principais jornais não alcançava 1 milhão de exemplares, o que equivalia a menos de 1% da população.

⁸ Referência ao *jingle* veiculado pela emissora desde 1971 para comemorar o fim do ano.



Segundo Borges (2015), em setembro de 2015, a novela *Os Dez Mandamentos* (2015), da Rede Record, teve mais audiência do que a novela da Globo, *A Regra do Jogo* (2015). Antes disso, apenas *Pantanal* (1990), novela de Benedito Ruy Barbosa exibida pela TV Manchete, tinha tido mais audiência do que uma novela exibida pela Globo no mesmo horário.

Essa queda de audiência na programação da emissora é percebida desde a estreia do programa *É de Casa*, em agosto de 2015, conforme Altamiro Borges (2015). O que também aconteceu com o *Jornal Nacional* que perdeu em audiência para a reprise da novela *O Rei do Gado* (1996). Além da redução de audiência, uma pesquisa do Ibope Media confirma ainda a queda no faturamento em anúncios publicitários nas TVs, Jornais, revistas e rádios do Grupo Globo, é o que diz Altamiro Borges (2015).

Borges (2015) afirma ainda que no primeiro semestre de 2015, a redução no faturamento com anúncios publicitários foi de 8,5% na comparação com o mesmo período do ano anterior. O que é decorrente do crescimento da internet e da queda de credibilidade dos variados veículos do conglomerado, como afirma o autor.

A nova estratégia da Rede Globo prioriza a inovação e assume os riscos de perda de audiência. “A audiência deixará de ser a meta principal, mas uma das consequências de uma programação ‘interessante e relevante’.” (SCHRODER, 2014 *apud* COSTA, 2014). Os registros feitos sobre a queda drástica da audiência do *Jornal Nacional*, em 2015, são motivados de acordo com Martins (2015) pelos seguintes fatores: crise das novelas da Globo, concorrência com a Record, disputa com os serviços *on demand* e ascensão dos canais concorrentes.

Além destes fatores, Martins (2015) acredita que os índices decrescentes da emissora revelam uma crise na confiabilidade com a maior parte da população. Para sustentar a teoria, a autora relata que isso ocorre porque os telespectadores estão cercados de veículos de comunicação que têm tornado as pessoas especialistas em mídia.

Acredito que haja sintomas visíveis para assegurar, sim, um amadurecimento nosso, o público, que agora somos consumidores de mídia mais preparados. São mais canais de crítica circulando, mais debate público, mesmo em redes sociais, mais olhares variados e, conseqüentemente, mais desconfiança. São mais vozes que se levantam a partir do próprio público e agora buscam legitimidade. Afinal, hoje todos temos alguma ferramenta de comunicação em mãos



e parecemos francamente dispostos a publicar nossas versões sobre os fatos neste vasto mundo da internet. (MARTINS, 2015, online).

Nos protestos de 2013, que ocorreram em todo país, os repórteres da Rede Globo foram hostilizados em varias coberturas jornalísticas, o que é explicado por Medeiros (2013), como representação de ódio dos telespectadores à emissora e ao direcionamento das coberturas dos protestos: “O ódio contra a Globo é unânime”, (MEDEIROS, 2013, ONLINE).

Ainda assim, o autor afirma que a unanimidade é “burra” por não criticar também as outras emissoras de TV do país que realizaram as coberturas dos protestos e defende a Globo ao criticar as outras empresas que exploram os sentimentos da população e não tem compromisso com a verdade.

Apesar de tudo, a Rede Globo não transmite jornalismo sensacionalista por apresentadores inescrupulosos que mantêm audiência elevada não pelo compromisso com a verdade, mas com a exploração de sentimentos viscerais de uma população cada vez mais sedenta de sangue. Tampouco a Rede Globo, ao contrário de quase todas as outras emissoras, dedica sua programação a perniciosos pastores evangélicos que têm como objetivo ludibriar, vender falsas esperanças e propagar intolerância e preconceito, recrutando fiéis através do medo, da intimidação, de promessas de curas, bênçãos, glórias e poderes sobrenaturais. Estes programas representam um flagrante atentado à Constituição, aos valores republicanos e ao Estado democrático de direito. (MEDEIROS, 2013, online).

Porém, os ataques à emissora fizeram com que a Rede Globo viesse a público assumir erros cometidos, como forma de se desculpar com a população e criou o Memória Globo, que reúne textos que assumem erros e posicionamentos da emissora. No primeiro editorial, de vários que contam erros do conglomerado, a Globo diz que mesmo se não houvesse as manifestações contra a emissora os textos seriam publicados. Entre as falhas assumidas, as Organizações Globo reconhecem que o apoio à Ditadura Militar foi um erro, assim como a cobertura das Diretas Já e a manipulação do debate entre dos presidentiáveis no segundo turno da eleição de 1989, Luiz Inácio Lula da Silva e Fernando Collor.

A culpa é da Globo: algumas explicações



Por encabeçar um dos maiores conglomerados de mídia do mundo e ainda ser a emissora líder de audiência no Brasil, constantemente a Rede Globo é alvo de protestos e críticas relacionadas ao modo como as coberturas de grande importância são organizadas. A “má fama” da emissora carioca foi conquistada devido a posicionamentos considerados incoerentes, caso do apoio dado à Ditadura Militar, do favorecimento do Fernando Collor durante as eleições presidenciais de 1989 e outras situações (MIGUEL, 2002; LIMA, 2004).

Fadul (1994) explica que discursos contra a Indústria Cultural e os meios de comunicação de massa são repassados pela Escola e academia, o que acaba por refletir na visão “frankfurtiana” da maioria dos brasileiros sobre o poder de manipulação da televisão, principalmente da TV Globo, um dos principais meios de comunicação do país. Para ela, “esses dois conceitos, Indústria Cultural e Comunicação de Massa, têm de ser vistos a partir de uma perspectiva histórica.” (FADUL, 1994, p.54).

A autora explana o conceito de Indústria Cultural desenvolvido por Adorno e Horkheimer na obra *Dialética do Iluminismo*. Ela contextualiza a criação do conceito afirmando que os teóricos vivenciaram a propaganda nazista, advinda do Estado, e a mobilização das massas feita pelas empresas, indústrias e comércio americanos. A semelhança entre as duas “táticas” foi a utilização do rádio e do cinema. Sobre isso, reflete Fadul: “É importante aprender com esses exemplos, pois eles podem-nos ensinar a mobilizar uma sociedade não para o autoritarismo, mas para a libertação, a criatividade e a emancipação.” (FADUL, 1994, p. 55). A autora afirma ainda:

A partir das ideias do livro Indústria Cultural e Cultura de Massa, tentou-se definir uma indústria muito especial, que produz não uma mercadoria qualquer, mas sim uma mercadoria que possui um valor simbólico muito grande, embora ela se organize da mesma forma que uma fábrica de automóveis (...) Sua produção é em grande escala – basta ver as tiragens dos jornais e audiências da televisão e do rádio –; tem um baixo custo, porque se beneficia da economia de escala; é padronizada, pois é a eterna repetição do mesmo. Foi a partir dessas três características que Adorno e Horkheimer tentaram mostrar como essa indústria realizava uma verdadeira manipulação das consciências. (FADUL, 1994, p. 55-56).

Fadul explica que o termo “frankfurtiano” serve para se referir a “uma certa coerência teórica entre aqueles que denunciavam a sociedade de massa, como a suprema forma de totalitarismo e de perversão da cultura.” (FADUL, 1994, p. 56). De acordo



com a estudiosa, ainda prevalece no Brasil a mesma definição de 1947 para essa indústria. Essa visão, segundo ela, é reforçada principalmente na Escola, que incutiu nos alunos que “a Indústria Cultural é um mal a ser evitado”. Ela argumenta que cursos superiores também reforçam essa visão.

Os argumentos de Fadul retratam muito bem a visão “frankfurtiana” que a grande maioria dos brasileiros tem em relação à Rede Globo, que comprovadamente já exerce certa influência no cenário político brasileiro. Porém, a autora afirma que “os meios de comunicação de massa não são os únicos inimigos das classes trabalhadoras e da sociedade brasileira.” (FADUL, 1994, p.58). Ela completa que esses meios “reforçam uma dominação que começa na fábrica, no escritório, na Escola, na família, na Universidade.” (FADUL, 1994, p.58). Argumenta a autora:

Eles são coadjuvantes importantes, mas não são coadjuvantes. A dominação já existe na sociedade, mas eles são realmente um reforço e um impulso muito grandes (...) É preciso educar os alunos para não aceitarem a televisão que aí está, porque esta não é a televisão. Mas é preciso estudar e conhecer os meios de comunicação de massa. (FADUL, 1994, p. 59).

Assim, como propõe a pesquisadora, há uma grande necessidade de que os brasileiros, em especial os que têm a oportunidade de acesso ao conhecimento, tenham um entendimento da Indústria Cultural para que a visão de que os males da sociedade são causados por ela seja desprendida do imaginário coletivo. Essa compreensão da Indústria Cultural, reforça Fadul, tem que se dar em suas várias manifestações em diversos países do mundo: “A partir daí será possível fazer com que a recepção se dê de uma ‘outra’ forma, interferindo tanto na ficção quanto no noticiário.” (FADUL, 1994, p.59).

Considerações Finais

Apesar de todas as críticas referentes à emissora, a Rede Globo não é o único grupo midiático a construir um discurso a favor de seus interesses. Torna-se necessário o consenso dos veículos de comunicação em selecionar os assuntos e temas de interesse pessoal e que possam ser usados no dia a dia, no convívio social. Além disso, é



necessário que o telespectador reveja o modo de se “apropriar” das informações despejadas ou divulgadas, selecionando-as de forma concisa para o real aproveitamento.

A concentração de críticas referentes à Rede Globo pode ser observada a sua liderança frente às outras emissoras, somado ao fato da TV ser um meio de comunicação de fácil acesso, levando a um número elevado de pessoas informações que criam ambientes de discussões. Dessa forma, gera-se o descontentamento com os posicionamentos da emissora.

A partir desses pontos de críticas ao Grupo Globo, pode-se entender a crise de confiabilidade que a emissora vem vivendo com uma parte da população, o que está resultando no decréscimo da audiência frente aos outros veículos televisivos. Os protestos de 2013 demonstraram de forma prática a crítica social referente à forma como as informações são repassadas pela emissora, além de incentivar a mudança nos quesitos tratamento e divulgação de notícias conflituosas.

Fadul (1994) expõe que os meios de comunicação de massa, aqui se destaca a Rede Globo, apesar de seu poder, são reflexos de um cenário que já é desigual por si só, mas que ganha força por meio dos meios, um cenário que surge logo na Escola. Para a autora, a Escola forma alunos que recusam a Indústria Cultural por ela própria não compreender e, conseqüentemente, tolerá-la. Fadul considera que isso acontece porque a Escola não procura conhecer essa indústria para poder criticá-la. Por isso, mesmo que a Rede Globo possua inúmeros casos em que a ética foi esquecida em benefício de interesses políticos e econômicos, não se pode acusá-la de ser causadora de todos os males, injustiças sociais, e falhas da imprensa brasileira.

Referências Bibliográficas

BARBOSA, Marialva Carlos. Anos 1950 – a televisão em formação. *In*: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco (Orgs.). **História da Televisão no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2010.

BERGANO, Alexandre. Anos 1950 – a televisão em formação. *In*: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco (Orgs.). **História da Televisão no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2010.

BORGES, Altamiro. **Audiência da TV Globo está derretendo!**, 2015. Em: <<http://cartamaior.com.br/?/Editoria/Midia/Audiencia-da-TV-Globo-esta-derretendo-/12/34228>>. Acesso em: 25 de outubro 2015.



BORGES, Fernando. **Apocalipse Global**: Pela primeira vez em 25 anos, Globo perde o título de líder em novelas, 2015. Em: <<http://br29.com.br/apocalipse-global-pela-primeira-vez-em-25-anos-globo-perde-o-titulo-de-lider-em-novelas/>>. Acesso em: 25 de outubro 2015.

BRAGA, Isabel. **Oposição crítica proposta de Berzoini para regulação da mídia, 2015**. <<http://oglobo.globo.com/economia/negocios/oposicao-critica-proposta-de-berzoini-para-regulacao-da-midia-14960877>>. Acesso em: 11 novembro 2015.

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

COSTA, Luciano Martins. **A TV Globo encara a ruptura**, 2014. Em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/feitosdesfeitas/a_tv_globo_encara_a_ruptura/> . Acesso em: 25 de outubro 2015.

FADUL, Anamaria. **Indústria Cultural e Comunicação de Massa**. *Série Idéias*. n. 17, São Paulo: FDE, 1994. p. 53-59.

GLOBO, Memória. **Erros**, 2015. Em: <<http://memoriaglobo.globo.com/erros>>. Acesso em: 02 de dezembro 2015.

LIMA, Venício A. de. **Mídia: Teoria e Política**. Rio de Janeiro: Fundação Perseu Abramo, 2004, 2ª edição.

MARTINS, Maura Oliveira. **O que a crise do ‘Jornal Nacional’ fala sobre nós?**, 2015. Em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/rede-globo/o-que-a-crise-do-jornal-nacional-fala-sobre-nos/>>. Acesso em: 25 de outubro de 2015.

MARINHO, R. B.; MARINHO, R. J.; MARINHO, J. R. **Princípios Editoriais do Grupo Globo**. 2011. Disponível em: <http://grupoglobo.globo.com/principios_editoriais.php> Acesso em: 25 de outubro de 2015.

MEDEIROS, Alexandre. **Por que apenas a Globo foi hostilizada nos protestos?**, 2013. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/_ed756_por_que_apenas_a_globo_foi_hostilizada_nos_protestos/>. Acesso em: 26 de outubro de 2015.

MIGUEL, Luis Felipe. **Política e mídia no Brasil**: episódios da história recente. Brasília: Plano, 2002.