

Indústrias midiáticas brasileiras: um projeto de História

Brazilian media industry: a project of History

Indústrias mediáticas brasileñas: un proyecto de Historia

J. S. FARO*

* Doutor em Jornalismo pela ECA/USP, professor do curso de pós-graduação e coordenador dos cursos de graduação da Centro de Comunicação e Artes da UMESP.

Resumo

No conjunto da reconstituição dos processos culturais, elemento essencial para a compreensão das transformações do final do século, a História da Indústria Midiática no Brasil recupera o papel dos meios de comunicação como instrumento de intervenção do Homem no tempo vivido e, ao mesmo tempo, permite o entendimento dos próprios relatos em torno dos quais a sociedade se estrutura e através dos quais ela olha para si mesma. O desafio de sua feitura, no entanto, situa-se fora do espaço e do tempo específicos do país: percorre o traçado da moderna civilização capitalista (séc. XVI), estende-se pelos vários momentos do séc. XIX e culmina com o painel contemporâneo nacional e internacional. O projeto proposto privilegia três objetos de estudo: a imprensa, o rádio e a televisão.

Palavras-chaves: História da cultura, história dos meios de comunicação, imprensa, rádio, televisão.

Abstract

The media industry history in Brazil recovers the mass media role as instruments of man's intervention on lived time. It does so through the reconstruction or reconstitution of the cultural processes are essential to understand the transformations and changes that took place at last century's end. At the same time, this history helps to understand the narrative around which society is structured and looks into itself. The challenge in making such history, however, is located elsewhere outside the country's own time and space. It starts from modern capitalistic civilization (16th century), goes through the various happenings of the 19th century, and finds its climax in the national and international contemporary scene. This proposed project gives priority to there objects of research: press, radio, and TV.

Key words: History of culture, mass media history, press, radio, TV.

Resumen

La Historia de la Industria Mediática recupera en Brasil el papel de los medios de comunicación como instrumentos de intervención del Hombre en el tiempo vivido y al mismo tiempo permite el entendimiento de sus propios relatos alrededor de los cuales la sociedad se estructura y a través de los cuales mira a si misma. Eso tiene como transfondo la reconstitución de los procesos culturales, elemento esencial para comprender las transformaciones de este final de siglo. El desafío de su modo de producción se ubica fuera del espacio y del tiempo específicos del país: está anclado en la moderna sociedad capitalista (siglo XVI), avanzando hacia el siglo XIX hasta llegar al período contemporáneo, nacional e internacional. El proyecto tiene tres objetos privilegiados de estudio: la prensa, la radio y la televisión.

Palabras clave: Historia de la cultura, historia de los medios de comunicación, prensa, radio, televisión.

A reconstituição histórica dos processos culturais ocupa hoje um dos capítulos principais para o entendimento das transformações que se apresentam para o Homem, neste final de século. No plano da crise geral dos paradigmas do conhecimento que tem caracterizado a compreensão dos fenômenos sociais, a História é talvez a área do conhecimento que mais tem sido chamada a dar sua contribuição na identificação das linhas que marcam a aparência dispersiva e caótica com que os dados da realidade contemporânea surgem aos olhos do pesquisador. Na ausência dessa reconstituição, o que se assiste é a emergência de uma visão caracterizada por seu sentido ciliar, despreocupada do entendimento estrutural e temporal que os elementos da circunstância do presente carregam consigo. Nessas condições, o processo de investigação científica corre o risco de reproduzir, em seus resultados, o clima de deslumbramento massivo e vulgar que, frente ao processo de mudanças aceleradas do final dos anos 90, confunde o essencial com o acessório, a preeminência do efeito com a causa.

Em poucos campos do conhecimento esses elementos estão tão presentes quanto nos estudos dos meios de comunicação de massa. A lado de sua marca onipresente, que se estende sobre todas as formações sociais, especialmente as que adquirem o perfil da urbanização intensa provocada pelos padrões industriais da produção econômica, os *media* configuraram a síntese da transformação tecnológica; exibem, por assim

dizer, a aplicação imediata e sensível do processo de socialização da informação. Por conta dessas características, são objetos privilegiados de uma concepção que os enxerga como entes autônomos, encerrados num universo cuja lógica não guarda qualquer relação com os conflitos sociais, com a dinâmica da sociedade política ou da sociedade civil, com os processos contraditórios da produção cultural. No limite, todos os desdobramentos de sua dimensão histórico-antropológica sofrem por uma visão que os reduz às *funções* que cumprem na modernidade, vinculados ao mercado ou à técnica.¹

Uma *História da Midia*, portanto, tendo em vista a necessidade de superar tais limites, deve dar conta de uma dupla tarefa: em primeiro, operar a identificação do *locus* específico ocupado por ela, resgatando-a como decorrente da função social básica que precede, no processo cultural, todas as demais atividades humanas; em segundo, situar as transformações técnicas e organizacionais pelas quais ela passa ao longo da História no conjunto dos demais componentes das diversas formações sociais.

O *meio*, dessa forma, não é mero veículo, ou um estágio que materializa a intermediação entre o mundo e a consciência dele, mas é, ele próprio, o *meio*, um componente dessa consciência, um instrumento de sua intervenção na circunstância do tempo vivido. Longe, no entanto, de disporem de uma racionalidade própria, os *media* são a História: traduzem, no plano da

1. Nesse sentido, permanece extremamente atual a advertência feita em 1980 por Franco Rositi: “Actualmente, y desde hace ya bastante años, el estudio de los fenómenos culturales contemporáneos y de las comunicaciones de masas sigue estando agitado, e incluso diría atormentado, por una constalación de cuestiones metodológicas, y por sutiles y sofisticados dilemas epistemológicos y de filosofía de la comunicación (no estoy hablando, claro está, del estudio ‘administrativo’ unicamente interesado en unas quantas, groseras, coyunturales y más o menos remunerativas instancias de control social)”. In: *Historia y teoría de la Cultura de Masas* (México, Editorial Gustavo Gili, 1980).

cultura, uma investigação própria que as formações sociais têm de si mesmas, a leitura e a feitura dos fatos que compõem seu cotidiano (ALVES, 1968). Para Jeanneney, recompor sua história traduz-se na “tarefa de estudar a representação que, ao longo dos séculos, as sociedades têm de si próprias e das outras, e a multiplicidade dos esforços utilizados por todos os atores do jogo para modificar esta imagem de acordo com os seus próprios objetivos” (1996: 5).

A um só tempo, no entanto, trata-se também de situá-los em sua conjuntura, porque, como meios, cumprem em cada sociedade o papel reflexo das demais atividades, absorvem o processo de superação que está intrínseco nos *relatos* da economia, da política, da arte, sobre as contradições sociais; também transformam a técnica e sua organização produtiva na linguagem de seu tempo, configurando-se como atividade multifacetária, ambígua e conflitiva em razão da especificidade do produto que gera e que forma sua razão de ser: o processo da comunicação (MEDINA, 1978; MELO, 1994).

Uma História da Mídia, portanto, teria o objetivo, com seu sentido inevitavelmente multi e transdisciplinar, de assegurar à linha de pesquisa “Estudos de Mídia” oferecida pelo programa de pós-graduação em Comunicação Social da UMESP, o arcabouço constitutivo dos vários objetos de investigação, não apenas como composição descritiva de seu processo de instalação e desenvolvimento, mas como reconstituição analítica dessas duplas características descritas acima: antropológica e histórica, particular e universal, específica e genérica. E mais: teria que recuperar inevitavelmente o perfil “dependente” de que é composto o complexo midiático que se forma na “sociedade tardia” brasileira a partir de meados do século XIX, acompanhando e refletindo o processo de modernização que estabelece na área colonial o mundo burguês, desfigurado de seu protagonista social principal – a burguesia –, mas zeloso das formas técnicas que lhe dão instrumentos de convivência com os padrões europeus de consumo (FURTADO, 1974).

O projeto proposto, como se vê, é formado por um mosaico de objetos que se consubstanciam em subprojetos tendentes a dar acabamento aos objetivos mais gerais da pesquisa: uma História da Indústria Midiática brasileira contemporânea balisada pelos *referenciais* e *contornos* que asseguram o seu entendimento no plano de um primeiro corte simultaneamente temporal e espacial – o da moderna civilização capitalista europeia e norte-americana pós séculos XVI (para a Europa) e XVIII (para a Europa e para os Estados Unidos), cuja dinâmica acompanha e reflete sua montagem, seguida de cortes semelhantes e sucessivos crivados pelos séculos e suas transformações estruturais no eixo dos processos civilizatórios que estão sendo privilegiados: o século XIX, o primeiro século XX (até a II Guerra), o segundo século XX (o do pós-guerra), simultaneamente no mundo e no Brasil (HOBSBAWN, 1977, 1979, 1982, 1988, 1995).

Ao mesmo tempo em que buscam trabalhar com esses balisamentos da reconstituição histórica relativa a esses cortes temporais e espaciais, os subprojetos devem voltar-se para uma questão de fundo que diz respeito ao suprimento da lacuna existente na produção acadêmica sobre a formação e o desenvolvimento da Indústria Cultural no Brasil e sua conexão com a experiência da construção de um país que molda seus padrões em outros padrões. De fato, são poucas as obras que tratam o tema em seu conjunto e em sua dinâmica específica ou integradora com os demais componentes do processo social. A rigor, levantamentos preliminares indicam que a produção de *histórias* da mídia no Brasil tem sido marcada por um sentido extraordinariamente disperso, tanto em relação aos objetos quanto em relação à sua periodização. Essas características figuram entre as primeiras conclusões da pesquisa que foi orientada no segundo semestre de 1997 como parte das atividades da disciplina História Social da Comunicação: *Tendências da Historiografia da Indústria da Comunicação em Revistas Acadêmicas*. Essa dispersão, em que pese o fato de enriquecer

pontualmente a pesquisa em torno do assunto, aumentando o volume de informações positivas sobre a mídia, alimenta ao mesmo tempo a necessidade de que se produza obra de síntese onde o entendimento do *processo* histórico, nos termos já colocados, supere a concepção fragmentada e elementar que os fundamenta. Na verdade, situa-se aí um “ritual” distante de produzir o entendimento que a Indústria Cultural cobra do conhecimento científico neste final do século: identificado o objeto da pesquisa e valorizada sua importância, seguem-se sua contextualização e sua descrição, pouco restando – exceto em conclusões apressadas – a respeito de seu vínculo com a dinâmica do fenômeno comunicacional e com sua própria inserção no universo da cultura.

O projeto surge, assim, com a pretensão do traçado de um amplo painel que privilegia três objetos de estudo – a *imprensa*, o *rádio* e a *televisão* – ao mesmo tempo em que os situa cronologicamente entre os diversos momentos de surgimento dessas mídias, como empresas, e o quadro que se desenha ao final dos anos 90.

O primeiro desses objetos diz respeito à *História da Imprensa*, com a identificação das causas de seu surgimento, as formas de organização que adquiriu, a caracterização de sua estrutura organizacional ao longo do tempo, até a configuração que adquire neste final do século XX (MARCONDES FILHO, 1993). O enfoque analítico dessa vertente quer se debruçar sobre as diversas conjunturas econômicas, sociais, políticas, culturais e internacionais que marcam os processos de transformação da imprensa brasileira. Essa análise, no entanto, desdobra-se em duas linhas: de um lado a identificação dos desafios que se apresentaram, ao longo da história, para a própria dinâmica da imprensa, como organização e como discurso sobre si mesma. Em resumo, busca-se aqui a compreensão do desenvolvimento da imprensa como estrutura. A segunda linha é a que leva ao estudo daquilo que a imprensa instaura sobre o processo social e histórico que a cerca. Em outras palavras:

a arquitetura conjuntural tecida, *também*, pelo papel da Mídia, e não o contrário.

Naturalmente, na medida em que o objetivo do projeto é subsidiar o conhecimento do desenvolvimento da Indústria Midiática, é propositadamente deixada de lado a identificação dos movimentos contra-hegemônicos que respondem pelo surgimento de uma imprensa segmentada (na forma e no conteúdo) que se desenvolve paralelamente às grandes estruturas da Indústria Cultural, especialmente nos momentos de aguçamento dos conflitos político-ideológicos que marcam a vida brasileira a partir dos anos do pós-guerra até os dias atuais (LINS DA SILVA, 1982). Privilegia-se, assim, a reconstituição histórica da imprensa contemporânea brasileira sob sua forma empresarial e hegemônica, marcadamente a partir do final do século passado, com ênfase para a origem e o desenvolvimento dos “complexos editoriais” que predominam no panorama da produção de veículos impressos neste final de século.

A linha de análise desse enfoque, ao lado das fontes primárias de consulta, acompanha o processo delineado por Barbosa Lima Sobrinho (1988), Mitchell Stephens (1993) e Alejandro Pizarroso Quintero (1994) no que diz respeito à identificação do fenômeno em sua conjuntura européia e norte-americana, e por Alberto Pena Rodríguez (1994) e Enrique Ríos Vicente (1994) respectivamente nos marcos dos processos político-culturais ibérico e latino-americano. No caso brasileiro, essa linha se subdivide em três desdobramentos: o primeiro, de sentido descritor das conjunturas multifacéticas da sociedade brasileira que gera e desenvolve a imprensa, ocupado por obras de síntese de tradição na historiografia brasileira, a exemplo do que fazem Sérgio Buarque de Holanda (1967), Caio Prado Jr. (1967, 1969, 1971), Dante Moreira Leite (1976); o segundo, igualmente analítico em relação ao quadro cultural em que se insere o aparecimento e a consolidação da imprensa (MELO, 1977, 1994); o terceiro, que reconstrói a história pontual de veículos que marcaram o jornalismo impresso no Brasil.

O segundo objeto procura reconstituir a *História do Rádio*, juntamente com o delineamento do processo de modernização econômica e tecnológica que permite sua instalação e sua consolidação no país. Nesse sentido, a recuperação dessa história estará inevitavelmente imbricada com a inserção do veículo na formação da sociedade de consumo norte-americana (LEUCHTENBURG, 1976), que marca seu nascimento como meio de comunicação de massa e, nos casos europeu e brasileiro, com a construção do Estado Autoritário (ROSITI, 1980; FADUL, 1976). Especificamente para a análise do processo de consolidação do veículo no Brasil, também como complexo empresarial, o estudo deverá buscar o traço de identidade entre sua ação e a formação do Estado Populista (ORTRIWANO, 1985). A partir dos anos 60, com o agravamento da crise política brasileira, o projeto caminha para a contextualização do Rádio no âmbito da Indústria Cultural, aqui também afastado o estudo da segmentação que lhe permite atender às demandas dos movimentos atomizados da sociedade civil e do processo de inovações tecnológicas que favorecem sua disseminação à margem de seu sistema empresarial. Pontua-se aqui, para o entendimento da História da Indústria Radiofônica, a análise da formação da sociedade de massas no Brasil e a sustentação de sua presença na constituição desse segmento da Indústria Midiática (ORTIZ, 1992).

As linhas mestras de interpretação dessa vertente do projeto partem de Franco Rositi (1980), Pierre Albert e André-Jean Tudesq (1983) e Carlo Sartori (1995), no caso da Europa, e de William Leuchtenburg (1976) e de Mitchell Stephens (1993), no caso dos Estados Unidos. Para o Brasil, pretende-se, paralelamente à utilização das mesmas obras de contextualização recuperadas para o estudo da História da Imprensa, caminhar em direção a duas áreas de consulta e análise. Em primeiro, a recuperação de fontes primárias de informação; em segundo, as obras que, parcial ou genericamente, têm buscado reconstituir a história dessa mídia, a exemplo do que fazem Gisela Ortriwano (1985), Sérgio

Caparelli (1986), Arlindo Machado e outros (1986), Círcia Peruzzo (1995) e Márcio Vieira de Souza (1996).

O terceiro objeto da pesquisa é a *História da Televisão*. Naturalmente, o período histórico privilegiado é o do pós-guerra, com a conseqüente inserção do Brasil no quadro da disseminação tecnológica que permite sua instalação no país (CAPARELLI, 1982). Ao mesmo tempo, no entanto, trata-se de recuperar o modelo empresarial que garante seu surgimento e as vicissitudes que caracterizaram seu desenvolvimento, até a formação e a expansão das redes hegemônicas, do final dos anos 60 aos dias atuais (LINS DA SILVA, 1985; HERTZ, 1987; LEAL FILHO, 1988). Aqui também é deixado de lado o processo de geração de programas à margem do sistema legitimado da Indústria Cultural, condição essa garantida pelas inovações tecnológicas e pelas alterações da TV a cabo e que configuram o processo de horizontalização da existência da televisão no Brasil do final do século.

Nesse último corte, são recuperadas as linhas de análise de Lazarsfeld e Merton (1969), de Bower (1973), e as interpretações de Franco Rositi (1980), de Harold Innis (1983), de Mitchell Stephens (1993) e de Carlo Sartori (1995), especificamente para o caso da expansão da TV nos Estados Unidos e na Europa. Para o caso brasileiro, as obras de Elisabeth Carvalho (1981), Sérgio Caparelli (1982), Carlos Eduardo Lins da Silva (1985), Carlos Rodolfo Amêndola Ávila (1987), Daniel Hertz (1987), César Bolaño (1988), Laurindo Leal Filho (1988), Ciro Marcondes Filho (1988), Sérgio Mattos (1990) e Rose Esquenazi (1993).

Objetivos e etapas

As três etapas do projeto descritas acima, e que nossas atividades docentes têm procurado desenvolver a partir de 1997, buscam mapear, de forma descritiva e analítica, o processo de implantação e expansão dos segmentos mais significativos da Indústria Midiática Brasileira, e deverão estar

calcadas basicamente em enfoques permitidos pelos levantamentos pertinentes a cada um dos objetos de estudo. Em seu conjunto, essas etapas permitirão a montagem de um quadro até aqui, como já foi dito, marcado por seu caráter assimétrico e disperso. Os objetivos do projeto, portanto, desdobram-se dessa constatação. Por outro lado, no entanto, mais do que a simples reconstituição histórica *stricto sensu*, os resultados da pesquisa devem permitir o entendimento da dinâmica da Indústria Midiática brasileira no amplo quadro do multiculturalismo e da globalização econômica e cultural que se dá na passagem do século.

Bibliografia

- ALBERT, Pierre & TUDESQ, André-Jean. *Storia della radio e della televisione*. Bari. Dédalo, 1983.
- ALVES, Rubem A. 'Tecnologia e Humanização'. In: *Revista Paq & Terra* n° 8, ano II, setembro de 1968.
- AMOROSO LIMA, Alceu. *O Jornalismo como Gênero Literário*. Ensaios n° 8. Rio de Janeiro, Agir, 1960.
- ANDRADE, Jeferson de. *Um Jornal Assassinado. A última batalha do Correio da Manhã*. Rio de Janeiro, José Olympio Editora, 1991.
- Anuário Brasileiro da Pesquisa em Jornalismo*. Departamento de Jornalismo e Editoração. ECA/USP, 1992.
- AVIGHI, Carlos Marcos. *Euclides da Cunha Jornalista*. Tese de Doutorado. São Paulo, ECA/USP, 1987.
- ÁVILA, Carlos Rodolfo Amêndola. *A teleinvasão: a participação estrangeira na televisão do Brasil*. São Paulo. Cortez, 1987.
- BOLAÑO, César. *Mercado Brasileiro de Televisão*. Aracaju, Diplomata, 1988.
- BOSI, Alfredo. *História Concisa da Literatura Brasileira*. São Paulo, Cultrix, 1978.
- BROWER, R. T. *Television and the Public*. Nova Iorque, 1973.
- BUARQUE DE HOLANDA, Sérgio. *Raízes do Brasil*. São Paulo. Cia Editora Nacional, 1967
- CANDIDO, Antonio. *Formação da Literatura Brasileira*. Belo Horizonte/São Paulo, Itatiaia/USP, 1975.
- CANDIDO, Antonio. *Literatura e Sociedade*, São Paulo, Companhia Editora Nacional, 1973.
- CAPARELLI, Sérgio. *Televisão e Capitalismo no Brasil*. Porto Alegre. L&PM Editores, 1982.

- CAPARELLI, Sérgio. *Comunicação de Massa sem Massa*. São Paulo. Summus, 1986.
- CARVALHO, Elisabeth e outros. *Televisão: Anos 70*. Rio de Janeiro, Europa Gráfica e Editora, 1980
- CASTRO, Ruy. *O Anjo Pornográfico*. São Paulo, Companhia das Letras, 1993.
- CHAGAS, Carmo e outros. *3 x 30. Os Bastidores da Imprensa Brasileira*. São Paulo, Editora Best Seller, 1992.
- COSTA, Cruz. *Contribuição à História das Idéias no Brasil*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1967.
- COSTA LIMA, Luiz. *Jornalismo Cultural e Imprensa Nanica*. In: *Opinião*, nº 229, 1977.
- DINES, Alberto. *O Papel do Jornal*. Rio de Janeiro, Artenova, 1974.
- ESQUENAZI, Rose. *No Túnel do Tempo: Uma Memória Afetiva da TV Brasileira*. Porto Alegre. Artes & Ofícios, 1993.
- FADUL, Anamaria. *Decadência da Cultura Regional. Influência do Rádio e da TV*. In: *Comunicação e Incomunicação no Brasil*. São Paulo, Loyola, 1976.
- FARO, J. S. *Escritores, Política e Poder: A República das Letras*. In: *Ideologia, Cultura e Comunicação no Brasil*. São Bernardo do Campo, Centro de Pós-Graduação do Instituto Metodista de Ensino Superior, 1982.
- FARO, J. S. *Notas sobre Comunicação e Cultura*. *Revista de Cultura Vozes*, volume LXXII, ano 72, nº 3, abril de 1978.
- FARO, J. S. *Raízes Culturais de Nossa Imprensa Contemporânea*. *Revista de Cultura Vozes*, volume LXXI, ano 71, nº 6, agosto de 1977.
- FARO, J. S. *Realidade, 1966-1968. Tempo da Reportagem na Imprensa Brasileira*. Tese de Doutorado, ECA/USP, 1996
- FERNANDES, Terezinha F.T.D. *Jorge Andrade, Repórter Asmodeu (Leitura do discurso jornalístico do Autor na Revista "Realidade")*. Tese de Doutorado, São Paulo, ECA/USP, 1988.
- FURTADO, Celso. *O Mito do Desenvolvimento Econômico*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1974.
- FURTADO, Celso. *Análise do Modelo Brasileiro*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1972.
- HAUSER, Arnold. *História Social de la Literatura e el Arte*. Madrid, Guadarrama, 1969.
- HERTZ, Daniel. *A História Secreta da Rede Globo*. Porto Alegre. Tchê Editora Ltda, 1987.
- HOBBSAWN, Eric J. *A Era do Capital*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1977.
- HOBBSAWN, Eric J. *A Era das Revoluções*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1979.
- HOBBSAWN, Eric J. *Revolucionários*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1982.
- HOBBSAWN, Eric J. *A Era dos Impérios*. Paz e Terra, 1988.
- HOBBSAWN, Eric J. *A Era dos Extremos*. Companhia das Letras. São Paulo, 1995.

- IANNI, Octavio. 'O Intelectual e a Indústria da Cultura'. In: *Revista Comunicações e Artes*. Ano 11, nº 17, São Paulo, ECA/USP, 1986.
- INNIS, Harold. *Le tendenze delle telecomunicazione*. Milão, 1983.
- JEANNENEY, Jean-Noël. *Uma história da Comunicação Social*. Lisboa. Terramar, 1996.
- JORNAL DA TARDE. *10 anos*. Suplemento Especial. São Paulo, janeiro de 1976.
- JORNAL DA TARDE. *Antologia, 25 anos*. São Paulo, janeiro de 1991.
- KUCINSKI, Bernardo. *Jornalistas e Revolucionários. Nos Tempos da Imprensa Alternativa*. São Paulo, Scritta Editorial, 1991.
- LAZARSFELD, P. E. & MERTON, R. K. 'Mezzi di comunicazione di massa, gusti popolari e azione organizzata'. In: LIVOLSI, Marino. *Comunicazione e Cultura de massa*. Milão, 1969.
- LEAL FILHO, Laurindo. *Atrás das Câmaras: relações entre Cultura, Estado e Televisão*. São Paulo. Summus, 1988.
- LEUCHTENBURG, William. *O Século Inacabado*. Rio de Janeiro, Zahar, 1976.
- LIMA SOBRINHO, Barbosa. *O Problema da Imprensa*. São Paulo, Com-Arte, 1988.
- LINS DA SILVA, Carlos Eduardo (org). *Comunicação, Hegemonia e Contra-Infomação*. São Paulo, Cortez/Intercom, 1982.
- LINS DA SILVA, Carlos Eduardo *Muito Além do Jardim Botânico*. São Paulo, Summus, 1985.
- MACHADO, Arlindo e outros. *Rádios Livres: a reforma agrária no ar*. São Paulo. Brasiliense, 1986.
- MARCONDES FILHO, Ciro. *Quem manipula quem? Poder e massas na indústria da cultura e da comunicação no Brasil*. Petrópolis, Vozes, 1988.
- MARCONDES FILHO, Ciro. 'Jornalismo Fin-de-siécle'. In: *Anuário Brasileiro da Pesquisa em Jornalismo*. Departamento de Jornalismo e Editoração. ECA/USP, 1993.
- MARCONI, Paulo. *A Censura Política na Imprensa Brasileira, 1968-1978*. São Paulo, Global Editora, 1980.
- MATTOS, Sérgio. *Um perfil da TV Brasileira (40 anos de História – de 1950 a 1990)*. Salvador, A Tarde, 1990.
- MEDINA, Cremilda de Araújo. *Notícia, Um Produto à Venda. Jornalismo na Sociedade Urbana e Industrial*. São Paulo, Alfa-Ômega, 1978.
- MELO, José Marques de. *A Opinião no Jornalismo Brasileiro*. Petrópolis, Vozes, 1994.
- MELO, José Marques de (org.). *Censura e Liberdade de Imprensa*. Documentos da II Semana de Jornalismo. São Paulo, Com-Arte/ECA-USP, 1984.
- MELO, José Marques de. *Comunicação e Transição Democrática*. Porto Alegre, Mercado Aberto, 1985.
- MELO, José Marques de (org.). *Ideologia e Poder no Ensino de Comunicação*. São Paulo, Cortez e Moraes/Intercom, 1979.

- MELO, José Marques de. *Indústria Cultural, Jornalismo, Jornalistas*. In: Revista Brasileira de Comunicação. Ano XIV, nº 65. São Paulo, Intercom, julho-dezembro de 1991.
- MELO, José Marques de. *Inventário da Pesquisa em Comunicação no Brasil (1883-1983)*. São Paulo, Intercom/Alaic/Ciid/CNPq, 1984.
- MELO, José Marques de. *Pesquisa em Comunicação no Brasil. Tendências e Perspectivas*. São Paulo, Intercom/Cortez Editora, 1983.
- MELO, José Marques de (org). *Populismo e Comunicação*. São Paulo, Cortez Editora/Intercom, 1981.
- MELO, José Marques de. *Subdesenvolvimento, Urbanização e Comunicação*. Petrópolis, Vozes, 1977.
- MELO, José Marques de (org.). *Transformações no Jornalismo Brasileiro, Ética e Técnica*. São Paulo, Intercom/Finep/CNPq, 1994.
- MORAIS, Fernando. *Chatô. O Rei do Brasil*. São Paulo, Companhia das Letras, 1994.
- MOREIRA LEITE, Dante. *O Caráter Nacional Brasileiro*. São Paulo, Pioneira, 1976.
- MOTA, Carlos Guilherme. *Ideologia da Cultura Brasileira (1933-1974)*. São Paulo, Ática, 1977.
- NAVARRO DE TOLEDO, Caio. *Iseb: Fábrica de Ideologias*. São Paulo, Ática, 1977.
- OLIVEIRA, Eliézer Rizzo de. *As Forças Armadas: Política e Ideologia no Brasil (1964-1969)*. Petrópolis, Vozes, 1976.
- OLINTO, Antonio. *Jornalismo e Literatura*. Rio de Janeiro, MEC, 1955.
- ORTIZ, Renato. *Cultura Brasileira e Identidade Nacional*. São Paulo, Brasiliense, 1985.
- ORTIZ, Renato. 'Cultura e Política'. *Comunicação & Política*. Ano XI, no. 16. São Paulo. Centro Brasileiro de Estudos Latino-Americanos, 1992.
- ORTIWIWANO, Gisela. *A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. São Paulo, Summus, 1985.
- QUINTERO, Alejandro Pizarroso. *História da Imprensa*. Lisboa, Planeta Editora, 1994.
- PENA RODRÍGUEZ, Alberto. *História do Jornalismo Português*. In: QUINTERO, Alejandro Pizarroso. *História da Imprensa*. Lisboa, Planeta Editora, 1994.
- PEREIRA LIMA, Edvaldo. *Páginas Ampliadas. O Livro-Reportagem como Extensão do Jornalismo e da Literatura*. Campinas, Unicamp, 1993.
- PERUZZO, Cecília. 'Pistas para o estudo e a prática da comunicação comunitária participativa'. In: PERUZZO, Cecília. *Comunicação e Culturas Populares*. São Paulo, Intercom, 1995.
- PRADO JR. Caio. *História Econômica do Brasil*. São Paulo, Brasiliense, 1967.
- PRADO JR. Caio. *Formação do Brasil Contemporâneo*. São Paulo, Brasiliense, 1969.

- PRADO JR. Caio. *Evolução Política do Brasil*. São Paulo, Brasiliense, 1971.
- RÍOS VICENTE, Enrique. *O Jornalismo na América Latina*. In: QUINTERO, Alejandro Pizarroso. *História da Imprensa*. Lisboa, Planeta Editora, 1994.
- ROSITI, Franco. *História y teoría de la Cultura de Masas*. México, Editorial Gustavo Gili, 1980.
- SARTORI, Carlo. 'O rádio, um veículo para todas as ocasiões'. In: GIOVANNI, Giovanni. *Evolução na Comunicação*. Rio de Janeiro. Nova Fronteira, 1995.
- SCHAFF, Adam. *A Sociedade Informática*. São Paulo, Unesp/Brasiliense, 1991.
- SCHWARZ, Roberto. *O Pai de Família e Outros Estudos*. Rio de Janeiro, Paz & Terra, 1978.
- SCHWARZ, Roberto (org). *Os Pobres na Literatura Brasileira*. São Paulo, Brasiliense, 1983.
- SKIDMORE, Thomas. *Brasil: de Getúlio a Castelo*. Rio de Janeiro, Saga, 1969.
- SKIDMORE, Thomas. *Brasil: de Castelo a Tancredo*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1988.
- SOUZA, Márcio Vieira. *As vozes do silêncio. O movimento pela democratização da comunicação*. Paris/Florianópolis, Foundation pour de le progrès de l'homme/Diálogo, 1996.
- SILVEIRA, Joel e MORAES NETO, Geneton. *Hitler/Stalin. O Pacto Maldito*. Rio de Janeiro, Record, 1990.
- SILVEIRA, Joel. *Tempo de Contar*. Rio de Janeiro, Record, 1985.
- SODRÉ, Nelson Werneck. *A História da Imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1966.
- STEPAN, Alfred. *Os militares: da abertura à Nova República*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1987.
- STEPAN, Alfred. *Os militares na política*. Rio de Janeiro, Artenova, 1975.
- STEPHENS, Mitchell. *História das Comunicações*. Rio de Janeiro. Civilização Brasileira, 1993.
- WAINER, Samuel. *Minha Razão de Viver. Memórias de um Repórter*. Rio de Janeiro, Record, 1987.
- WEBER, Max. 'Para una Sociología de la Prensa'. In: *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, n° 57, janeiro-março de 1992, Centro de Investigaciones Sociológicas.
- WOLFE, Tom. *El Nuevo Periodismo*. Barcelona, Editorial Anagrama, 1975.