



Revista Brasileira de Marketing

E-ISSN: 2177-5184

admin@revistabrasileirmarketing.org

Universidade Nove de Julho

Brasil

Ribeiro de Sousa, Bruno Marinoni  
Verdes mares: a ideologia da sereia  
Revista Brasileira de Marketing, vol. 7, núm. 1, 2008, pp. 31-38  
Universidade Nove de Julho  
São Paulo, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=471747517004>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

# Verdes mares: a ideologia da sereia

**Bruno Marinoni Ribeiro de Sousa**

Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – UFPE.

Recife – PE [Brasil]

brunomarinoni@yahoo.com.br

O canal 10 de televisão em Fortaleza (atual TV Verdes Mares) passou, na década de 1960, pelo filtro ideológico da Ditadura Militar, sendo tomado do seu concessionário por motivos políticos e entregue ao empresário Edson Queiroz. O filtro teve desdobramento na década seguinte com a posterior “afiliação” da emissora à maior rede de radiodifusão do país, a Rede Globo, também beneficiada pelo regime militar. A partir desses dois fatos, pretende-se discutir, neste artigo, alguns aspectos do modelo de exploração da comunicação, em andamento no país desde o período especificado, enfocando a ideologia veiculada pela emissora de televisão detentora dos maiores índices de audiência no Ceará.

**Palavras-chave:** Ideologia. Indústria cultural.  
Sistema Verdes Mares.



# 1 O dragão engolido pelos mares

Em 1962, ano em que Edson Queiroz iniciou suas atividades no ramo dos empreendimentos em comunicação, comprando a rádio Verdes Mares AM<sup>1</sup>, o empresário Moysés Pimentel conseguiu a concessão do canal 10 de televisão de Fortaleza e foi eleito deputado federal pelo Partido Social Trabalhista (PST), coligado ao PTB do presidente João Goulart. A TV Ceará, única emissora, funcionava havia cerca de dois anos. Pimentel, proprietário da rádio Dragão do Mar desde 1959<sup>2</sup>, fez desfilar pela cidade os equipamentos com os quais montaria sua TV. Vinculado ao ideário do trabalhismo janguista, o empresário sofreu a perseguição política, que se seguiu ao golpe militar de 1964. No dia 17 de abril, foi anunciado, em plenário no Congresso Nacional, que Moysés Santiago Pimentel, assim como outros parlamentares, perderia seu mandato e teria seus direitos políticos cassados por dez anos. Ficou preso por noventa dias em Brasília e perdeu a concessão de sua empresa de gás liquefeito de petróleo (GLP), da rádio Dragão do Mar e da emissora de TV. Sua estação de rádio foi invadida; seus funcionários, presos, e os arquivos, queimados.

No contexto da perseguição política aos opositores do golpe, o prefeito de Fortaleza à época, general Murilo Borges (1963/66), denunciou ao Conselho Nacional de Telecomunicações (Contel), em junho de 1965, o caráter subversivo da emissora de TV Dragão do Mar, que ainda nem havia entrado em funcionamento: “uma emissora de televisão nas mãos dos comunistas seria mais perigoso que metralhadoras” (CARVALHO, 2006, p. 2). Em julho do mesmo ano, um mês depois de feita a denúncia pelo general, Edson Queiroz entraria com um processo no Contel solicitando uma concessão, aprovada pelo presidente Costa e Silva, no dia 23 de maio de 1969. No dia 30 de julho, estava firmado o contrato.

A mudança de concessionários de acordo com a alteração no cenário político (e efetuada por via política) parece dizer algo sobre a natureza da televisão e os interesses que emergem na sociedade cearense e brasileira naquele momento. No primeiro momento, a emissora foi concedida ao empresário Moysés Pimentel, que se alinhava ao projeto político defendido por Jango, defensor das reformas de base e fortemente respaldado pelos setores organizados da sociedade civil considerados “progressistas”. Em 1962, PSD (Partido Social Democrático) e UDN (União Democrática Nacional) se juntam no Ceará

para lançar a coligação “União pelo Ceará”, encabeçada pelo coronel Virgílio Távora. A união entre os dois grupos, que até então mantinham uma luta encarniçada, sendo os maiores agrupamentos políticos do Ceará, justificava-se como tentativa de conservar a máquina estatal nas mãos das oligarquias locais e evitar que o rápido crescimento do PTB no Brasil se refletisse no estado. A rádio Dragão do Mar defendeu a candidatura de Adahil Barreto, do Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), no Ceará, e lançou candidatos próprios. Moysés Pimentel foi eleito deputado federal pelo Partido Social Trabalhista (PST), do qual foi fundador.

A concessão de canais de televisão foi até a formulação da Constituição de 1988, decisão exclusiva do presidente da República, e assim, Jango, “presenteando” um aliado político com uma concessão para explorar um canal de TV, estaria reforçando a influência de seu ideário na política cearense. Não é defendida aqui a idéia de que, naquela época, somente se faziam concessões aos correligionários. Entretanto, existia um jogo de interesses entre concessionários e políticos que é reconhecido por pesquisadores e profissionais da área. Sobre essa relação fisiológica, Walter Clark, um dos ex-funcionários do primeiro escalão das Organizações Globo, diz:

Novamente era um ano eleitoral [1962] e o Simonsen precisava da TV para fazer o lobby dos amigos. Isso, aliás, era algo que todo empresário de televisão fazia. Primeiro, porque não havia qualquer regulamentação sobre propaganda eleitoral na TV, e era possível pôr os amigos no ar por quanto tempo se quisesse. Depois, porque a propaganda eleitoral era paga, e as emissoras faturavam os tubos nas campanhas eleitorais. Era um casamento perfeito de interesses, que fazia as estações de TV desejarem demais as eleições e não exatamente por suas arraigadas convicções democráticas. (CLARK, 1991, p. 127).

No entanto, o início das transmissões da TV Dragão do Mar nunca ocorreu, e a exploração da faixa de frequência ficou por conta de outro empresário, Edson Queiroz, que nunca participou diretamente da política. Com essa concessão, conseguiu um grande reforço para a consolidação de seus negócios em comunicação, constituindo hoje o Sistema Verdes Mares. Entretanto, o fato de não ser parlamentar não o isentou de ser incorporado a

um projeto político nacional. Capparelli ajuda-nos a refletir sobre essa questão quando afirma que,

Em vez do sistema de concessões favorecer o pluralismo ideológico, serviu para reforçar o monopólio das emissões dentro de um bloco ideológico politicamente identificado com a doutrina da Segurança Nacional. Por outro lado, a filtragem dos detentores de concessões favorece uma censura indireta, operada pela raiz e, eventualmente, há facilidades para a difusão da ideologia dos grupos dominantes no aparelho do Estado. (1982, p. 165).

Ortiz aponta na mesma direção, destacando que

[...] é necessário entender que a censura possui duas faces: uma repressiva, outra disciplinadora. A primeira diz *não* [grifo nosso], é puramente negativa; a outra é mais complexa, afirma e incentiva um determinado tipo de orientação. Durante o período 1964-1980, a censura não se define exclusivamente pelo veto a todo e qualquer produto cultural; ela age como repressão seletiva que impossibilita a emergência de um determinado pensamento ou obra artística. (2001, p. 114).

Argumenta, ainda, que os militares vão perceber e explorar bem essa relação entre poder e cultura, reconhecendo a importância dos meios de comunicação de massa (ORTIZ, 2001, p. 116). O setor que monopoliza o poder estatal no período atenta para a instrumentalidade dos veículos de comunicação, para a execução do seu projeto cultural, que significativamente foi denominado “Ideologia da Segurança Nacional”.

Os militares tomaram o Governo Federal brasileiro em 1964, no intuito de conter a crescente pressão das massas populares por participação política. A movimentação, que já se havia apresentado, mas falhado (tentativa de golpe contra a posse de Juscelino Kubitschek), obteve êxito aliando-se a camadas da classe média e da burguesia que se sentiram ameaçadas pela possibilidade de transformações radicais nas estruturas de poder. O discurso anticomunista, a identificação do então presidente Jango e suas reformas de base com a desordem serviram de liga para a constituição de um novo bloco hegemônico que passou a dirigir o país.

Um dos fundamentos da nova direção foi pôr em andamento um acelerado processo de modernização

conservadora que inseriu o Brasil em um modelo de desenvolvimento mais afinado com os padrões capitalistas contemporâneos, integrando seu mercado interno e promovendo a racionalização do setor produtivo. Os meios de comunicação representaram papel fundamental para esse fim, ao mesmo tempo que estão inseridos no processo, sofrendo também os efeitos da modernização da economia.

A disponibilidade do Grupo Edson Queiroz em participar do projeto sociopolítico representado pelo regime de exceção em troca do favorecimento fica patente na entrevista que um dos executivos do grupo, Astrolábio Queiroz Filho, concede à coluna Ondas e Canais, do jornal *O Povo*, no dia 8 de janeiro de 1970. O entrevistado apresenta como “grande novidade” a ser oferecida pela nova emissora o fato de que ela iria disponibilizar gratuitamente, de segunda a sexta, cinquenta minutos de “programação educativa ao governo brasileiro”, quando se espera que o público-alvo de um canal seja a população, e não o governo. Embora haja uma convergência de estratégias, não se pode reduzi-las a um interesse comum. Na mesma entrevista, o conflito pode ser identificado na acusação que o entrevistado faz, reclamando do descaso do governo estadual com o investimento do Grupo Edson Queiroz na montagem da emissora e apelando para que se liberasse a infra-estrutura de repetidoras existentes para a utilização da TV Verdes Mares.

Uma tentativa de sistematizar essa relação entre ideologia, Estado e “veículos ideológicos” pode ser encontrada nas análises de Althusser (1985) sobre os Aparelhos Ideológicos do Estado (AIEs). Esse autor defende a tese de que, para a sociedade reproduzir as condições de produção de determinada formação social, necessita também<sup>3</sup> da operação de estruturas de difusão ideológica vinculadas ao Estado. No entanto, o autor apresenta sua tese de maneira ambígua<sup>4</sup>, colocando esses “aparelhos ideológicos”, em determinados momentos, sob o domínio do Estado (como parte de um organismo), e em outros, como autônomo a ele (separando-os do “aparelho repressivo”). Althusser tenta em vão se desvencilhar do emaranhado em que se insere. Afirma a necessidade de elaborar uma teoria do Estado que faça a distinção entre três dimensões: o poder de Estado, o aparelho (repressivo) de Estado e os aparelhos ideológicos de Estado. Porém, um grupo de mídia como o Sistema Verdes Mares opera em uma lógica própria que escapa à esfera do Estado<sup>5</sup>, com considerável autonomia, não podendo ser incorporada tão facilmente ao mecanismo estatal.

Os primeiros pesquisadores a pensarem a economia política da comunicação perceberam no marxismo ocidental lacunas em relação ao tratamento dos temas referentes à comunicação de massa. Para Dallas Smythe, “ [...] *éstos han tratado básicamente a los medios como parte de la superestructura ideológica y han ignorado o minimizado su integración en la base económica* [...]” (MURDOCK, 2006, p. 11). E Murdock acrescenta:

Smythe no está solo cuando insiste en que los sistemas contemporáneos de comunicación de masas deben ser analizados como parte integral de la base económica así como de la superestructura. Esto es así evidentemente porque las comunicaciones son ahora grandes negocios con compañías de medios de comunicación de masas situadas entre las corporaciones más grandes de las economías occidentales más importantes. (MURDOCK, 2006, p. 12).

Não interessa aqui aprofundar a discussão sobre a teoria althusseriana, e sim considerar um aspecto importante apreendido por essa teoria. Embora haja uma “aparente dispersão” (ALTHUSSER, 1985, p. 69 e 71) dos AIEs<sup>6</sup> e estes se encontrem “separados” do aparelho (repressivo) de Estado, apresentam um funcionamento unificado “através da ideologia” que “está de fato sempre unificada, apesar de sua diversidade e contradições, sob a ideologia dominante, que é a ideologia da “classe dominante” (ALTHUSSER, 1985, p. 71). Não se defende aqui, com essa afirmação, que a ideologia seja um sistema fechado, estático e harmônico, com um papel funcional dentro da sociedade, mas, sim, que esse sistema, composto por diversas instituições (veículos de comunicação, Estado, escolas etc.), se estrutura de maneira que tende a garantir a hegemonia da ideologia reprodutora das relações de produção capitalistas.

Esta unidade ideológica<sup>7</sup> não se dá por um acordo feito entre chefes de estado, burgueses ou qualquer grupo de indivíduos. Ela é expressão da própria formação social com a qual se inter-relaciona e fruto da dinâmica histórica da luta entre as classes por dominação/emancipação. Embora possa haver conflitos de interesses entre setores de uma mesma classe, a ideologia da classe dominante no capitalismo vai buscar sempre, em última instância, a manutenção da exploração do trabalhador e da acumulação capitalistas. Essa afirmação não exclui a possibilidade de que outras visões de mundo sejam veiculadas pelos instrumentos utilizados

para a difusão ideológica capitalista. No entanto, fica claro que essa difusão vai encontrar seu limite no risco que determinada perspectiva representar para o sistema, na disputa entre as classes pelos instrumentos de poder.

No caso aqui tratado, a Ideologia da Segurança Nacional serve de argumento para tirar o canal 10 de um grupo que legitima sua luta pelo poder político na identificação, mesmo que ideológica, com as classes exploradas (trabalhadores e camponeses), e entregá-lo a alguém que se apresente mais “suscetível” a caminhar dentro dos limites estabelecidos pelo grupo no poder: os limites da “ordem”. Historicamente, o caso se insere num embate internacional entre projetos políticos denominados “Guerra Fria”, em que uma emissora de TV poderia representar “um perigo maior do que metralhadoras” para a ordem capitalista (o que justificaria medidas “enérgicas” de ajustamento ideológico).

Para entender melhor o funcionamento em unidade da ideologia da classe dominante, que faz com que as mídias operem de forma ideologicamente coesa, é importante definir melhor o conceito de ideologia tratado aqui, pois existem diferentes perspectivas quando se fala da “ideologia” em Althusser e da “Ideologia da Segurança Nacional” em Ortiz.

Segundo o primeiro autor, a ideologia representa

[...] em sua deformação necessariamente imaginária, não as relações de produção existentes (e as outras relações delas derivadas), mas sobretudo a relação (imaginária) dos indivíduos com as relações de produção e demais relações daí derivadas. Então, é representado na ideologia não o sistema de representações reais que governam a existência dos homens, mas a relação imaginária desses indivíduos com as relações reais sob as quais eles vivem. (ALTHUSSER, 1985, p. 88).

Para Althusser, há, então, ideologias que vão, a partir dos AIEs, prescrever práticas aos sujeitos, reguladas por rituais, e esses sujeitos atuarão de acordo com essas prescrições e conscientemente segundo suas crenças. (ALTHUSSER, 1985, p. 92). Eles só serão sujeitos porque interpelados pela ideologia, e esta se apresenta a eles como um conjunto de “evidências” (ALTHUSSER, 1985, p. 94-96). Temos aí uma concepção de ideologia, não de forma clara, embora dê algumas pistas do que possa ser a partir de seu funcionamento na produção de sujeitos, e na organização da relação “imaginária” dos indivíduos

com suas relações reais. Entretanto, essa idéia está bastante ligada à concepção althusseriana de AIEs, já comentada, que nesse momento torna-se mais problemática, pois acaba por instrumentalizar o sujeito, confinado num mundo inapreensível além das formas imaginárias. O papel do sujeito agora é reativo. Responde a uma ideologia que o interpela por meio de seus órgãos (AIEs) e, caso não obtenha os efeitos desejados, pode recorrer à violência (ao aparelho repressivo).

Ortiz vai abordar o problema dos veículos de comunicação e o Estado em uma dinâmica histórica, em que esse regime se torna o vetor que permite “[...] consolidar no Brasil o ‘capitalismo tardio’” (ORTIZ, 2001, p. 114) e uma cultura de consumo. Para isso, recorrerá à noção mannheimiana de ideologia. Mannheim vai diferenciar a ideologia e a utopia, sendo dois casos em que um estado de espírito se encontra em incongruência com o da realidade. Enquanto a utopia diz respeito às “[...] orientações que, transcendendo a realidade, tendem a se transformarem em conduta, a abalar, seja parcial ou totalmente, a ordem das coisas que prevaleça no momento” (MANNHEIM, 1986, p. 216), as ideologias são “[...] as idéias situacionalmente transcendentais que jamais conseguem *de facto* a realização de seus conteúdos pretendidos” (MANNHEIM, 1986, p. 218), permanecendo no nível da realização e manutenção da ordem existente. No entanto, o próprio autor vai-se defrontar com o problema de diferenciar as idéias conscientemente transformadoras das conservadoras e caracterizá-las como passíveis de mudança de função, de acordo com o momento histórico. Apesar do perigo que essa perspectiva abre para uma queda no relativismo, pode-se aqui utilizar esses conceitos vinculados à idéia já apresentada de ideologia unificada da classe dominante, que busca reproduzir as relações de produção do capitalismo.

Marx vai identificar a gênese da ideologia na divisão social do trabalho que separou a atividade intelectual e material. “A partir desse momento, a consciência pode de fato imaginar que é algo mais do que a consciência da prática existente, que ela representa realmente algo, sem representar algo real.” (MARX; ENGELS, 1989, p. 27). A contradição entre teoria e o realmente existente só se torna possível, então, por conta da contradição entre relações de produção e forças produtivas, resultado da separação já mencionada. Esse fato vai impor a necessidade das “idéias situacionalmente transcendentais”, possibilitando a emergência do combate

entre fraseologias que não realizam a transformação pretendida (MARX; ENGELS, 1989, p. 12).

É possível, então, referir-se à ideologia para a discussão definida neste artigo como uma práxis, ou seja, práticas que pressupõem crenças e idéias, a qual atua como fator de reprodução social e possui uma coesão interna, certa unidade que permite seja referida como um conjunto de idéias instituído. Embora os autores referidos partam de diferentes pressupostos e retirem diferentes conseqüências do conceito, essa definição pode ser identificada em seus trabalhos.

Temos, então, um duplo aspecto no impulso que os militares deram à consolidação de um sistema de radiodifusão no Brasil a partir da “Ideologia da Segurança Nacional”. Buscou-se uma “modernização” do país dentro dos limites da ordem estabelecida. “No entanto, esse ‘modernismo’ possui uma história e, se no início do século ainda é uma ‘idéia fora do lugar’, ao longo dos anos ele se ajusta à sociedade que se desenvolve” (ORTIZ, 2001, p. 209). A “consolidação do capitalismo tardio” no Brasil, catalisada pelos militares, se insere no contexto de desenvolvimento da “revolução burguesa” brasileira que não chegou a impor a ruptura com o passado (FERNANDES, 2006, p. 262).

A ideologia dominante (que posteriormente vai encontrar na rigidez da ditadura um obstáculo), potencializada pela emergência da indústria cultural no Brasil e pelo direcionamento dado por intermédio do Estado autoritário (vide o exemplo da TV Verdes Mares), vai encontrar, na formação das redes de emissoras, um novo trunfo.

## 2 A ideologia “global”

Embora a formação de redes não possa ser considerada fundamentalmente um projeto ideológico, é notório o exercício desse papel por meio da organização concentrada e verticalizada da produção/distribuição. Nas décadas de 1960 e 1970, consolida-se a Rede Globo de televisão, hoje uma das maiores redes de televisão abertas do mundo, incorporando, em 1974, a TV Verdes Mares, que a partir de então se adapta ao “padrão globo” de qualidade.

A consolidação da TV Globo se deu em meio ao recrudescimento da repressão política no Brasil. A identificação da emissora com a Ditadura Militar se tornou recorrente (embora muitas vezes de maneira mecânica e acrítica), como se infere da suposta fala



do presidente Médici, que se afirmava tranqüilo quando assistia ao *Jornal Nacional* e via que, no Brasil, tudo estava em ordem, enquanto no resto do mundo estava um caos.

Cid Moreira foi a cara da ditadura. Mimetizou o regime em seu rosto, não na opinião, que inexistia [...]. Foi sua face tranqüilizadora que manteve o Brasil estático quando caía o general Sílvio Frota ou morria Wladimir Herzog. A face e a voz, dona de um fascínio irracional, pentecostal, que vai muito além da técnica. (NELSON DE SÁ apud BORELLI; PRIOLLI, 2000, p. 55).

De acordo com a análise de Ortiz, a Ditadura Militar, balizada por seu ideário, foi fator decisivo para a consolidação de uma indústria cultural no Brasil, e os maiores beneficiados por essa estruturação foram os empresários da mídia.

Não deixa de ser curioso observar que o que legitima a ação dos militares no campo da telecomunicação é a própria Ideologia da Segurança Nacional. A idéia da “integração nacional” é central para a realização desta ideologia que impulsiona os militares a promover toda uma transformação na esfera das comunicações. Porém, como simultaneamente este Estado atua e privilegia a área econômica, os frutos deste investimento serão colhidos pelos grupos empresariais televisivos (ORTIZ, 2001, p. 117-118).

No entanto, continuou-se a operar a “censura pela raiz”, pois mesmo grupos de empresários com modelos de organização mais modernos sofreram duras perdas por conta do não-alinhamento com a política do regime. Como exemplo, temos os casos da TV Excelsior e do jornal *Última Hora*, que, por sua proximidade com o nacionalismo janguista, sofreram retaliações que os levaram à falência, assim como aconteceu com Moysés Pimentel, no Ceará.

É nesse contexto que vai emergir a Rede Globo com sua hegemonia no território nacional. A emissora, privilegiada, passou por uma CPI, que julgou inconstitucional o investimento estrangeiro feito na empresa, e não sofreu qualquer embargo ou punição por parte da justiça e do governo. Além disso, a Editora Globo financiou atividades do Instituto de Pesquisas e Estudos Sociais (IPES), cérebro dos militares no poder.

Embora houvesse convergência entre os interesses do capital e as atividades dos militares num primeiro momento, o que justifica o financiamento do IPES pela iniciativa privada<sup>8</sup>, a excessiva intervenção estatal se apresenta como um problema posterior aos setores mais modernizados do capitalismo, assim como para a indústria cultural consolidada. “Baseada na idéia de venda e de eficiência, a ideologia dos dirigentes da indústria cultural tende a afastar qualquer problemática que interfira na racionalidade da empresa” (ORTIZ, 2001, p. 152).

Com o estabelecimento de uma cultura de consumo no Brasil, surgiram novas demandas por parte do capital, que vão prescindir da Ideologia da Segurança Nacional, agora inadequada para o funcionamento de um sistema que tem, na eficiência e na racionalidade, seus pilares de legitimação ideológica. As mercadorias culturais vão ser operadas, mais do que nunca, “[...] segundo o princípio de sua comercialização e não segundo seu próprio conteúdo e sua figuração adequada” (ADORNO, 1975, p. 288).

Com a constituição de uma indústria cultural no Brasil, integrada a partir de um centro organizador situado no eixo Rio-São Paulo, vamos ter uma multiplicidade de atores locais a abrir mão de sua autonomia na produção de conteúdo. É o caso da TV Verdes Mares, em que, em nome do princípio da acumulação e, conseqüentemente, dos baixos custos, o Grupo Edson Queiroz vai redistribuir o conteúdo produzido por outra empresa, assumindo a padronização exigida e a ideologia inerente aos bens culturais por ela gerados. Embora, a princípio, não existam conflitos entre as ideologias, as especificidades das questões locais ficam perdidas em meio às generalizações produzidas por um ponto de vista que busca afirmar-se como “nacional”, apesar de produzido em um mesmo centro hegemônico.

Tem-se agora uma atividade ideológica que, mais do que nunca, entrou na linha de produção. A mudança no funcionamento da ideologia que ocorre com a consolidação de uma cultura de consumo parece apresentar-se, inegavelmente, de forma muito mais sutil e, por isso, mais eficaz. A organização centralizada e em rede das comunicações no Brasil se torna cada vez mais onipresente e autônoma em relação aos governos (embora a regulamentação seja possível, mas quase inexistente). A própria lógica da indústria cultural que se apresenta como dispersa (desprovida de “doutrina”) faz sumir a aparência ideológica unificada. O apelo de mercadorias particulares vela o apelo comum da forma-mercadoria. Na veiculação dessa ideologia no Brasil “[...] a

Globo apresenta-se como o aliado mais importante e fundamental, porque portador do poder de difundir ideologia que não encontra similar em nenhum outro aparelho privado de hegemonia” (BRITTOS; BOLAÑO, 2005, p. 73). Não se quer reduzir aqui o seu papel ao de um instrumento, pois, mais do que isso, é um componente do sistema estruturante da ideologia. A formação da rede que foi encontrar no Ceará o Grupo Edson Queiroz se apóia na própria ideologia que difunde: reproduzir um mundo governado pela reprodução do capital. Temos, assim, uma segunda articulação entre a consolidação do Sistema Verdes Mares, no Ceará, e projetos ideológicos estabelecidos nacionalmente.

### 3 Da ordem à mercadoria

A Ditadura Militar no Brasil funcionou como vetor para a consolidação de uma indústria cultural no país. Esse regime fez com que fossem selecionados alguns empresários das comunicações em detrimento de outros, de acordo com o projeto autoritário de nação. Com o desenvolvimento catalisado pelos militares, estes passaram de promotores do interesse do capital a obstáculos, redundando em seu abandono por parte dos setores do capital que se coligaram com forças reivindicadoras da reabertura política. Frutos do período, ficaram “de presente” para os brasileiros as grandes redes de televisão, entre as quais a Rede Globo, que se tornou a mais expressiva, ligada, no Ceará, à TV Verdes Mares.

Ocupada, como empresa, em promover valores que mais se ajustassem à realização do consumo de seus produtos, a Rede Globo se estabeleceu abrangendo todo o Brasil. O princípio da “ordem” e, concomitantemente, o da comercialização (embora em graus diferentes, nos diferentes momentos da política nacional) garantiram a “integração” nacional das redes de comunicação e da ideologia que subjaz à produção da indústria cultural brasileira, dando-lhe coesão e força. O posicionamento dos empresários de comunicação no quadro nacional realizado pelos militares e sua reconfiguração, até certo ponto, autônoma na formação das redes se apresentou como componente importante para o prosseguimento do projeto capitalista no Brasil. Até que ponto a dinâmica da globalização que abala as fronteiras entre global e local vai interferir nessa organização que se estabeleceu de maneira quase monolítica é uma das questões que podem assustar ou empolgar ideólogos e utópicos.

#### Verdes Mares: The ideology of the Siren

The television channel number 10 of Fortaleza (current TV Verdes Mares), during the 1960 decade, passed through the ideological filter of the Military Dictatorship, when the channel was taken from its owner and given to the businessman Edson Queiroz. The filter had consequences in the next decade with the channel affiliation to the biggest network broadcasting of the country, the Rede Globo, which was also protected by the Military Regime. Based on those two facts, it is intended to discuss some aspects of the exploration models of communication that occurs in the country since the specified period, emphasizing the ideology transmitted by the TV channel which has the biggest audience ratings in Ceará.

**Key words:** Cultural industry. Ideology.

Verdes Mares.

#### Notas

- 1 A emissora pertenceu aos *Diários Associados*.
- 2 A emissora pertenceu anteriormente ao PSD.
- 3 Para Althusser, a reprodução se dá em dois níveis: o da reprodução das forças produtivas e o da reprodução das relações de produção. Os AIEs funcionam nesse segundo patamar.
- 4 É importante salientar o contexto em que Althusser está inserido, pois, em sua época, a maioria dos veículos de radiodifusão franceses eram empresas estatais.
- 5 O mesmo é possível dizer das religiões, da educação, da cultura etc.
- 6 Utilizamos aqui a expressão AIE como referência ao conjunto de instituições que o autor apresentou, embora discordemos da caracterização que Althusser faz sobre a natureza e o funcionamento dessas instituições.
- 7 Unidade que ecoa na denúncia que Adorno e Horkheimer fazem da homogeneização promovida pela indústria cultural.
- 8 Unibanco, Esso, Souza Cruz, Mesbla, Morgan Group, Mercedes-Benz, Brascan, Texaco, Shell, IBM, O Estado de São Paulo, Editora Globo, FIESP, TV Record, Light, Itaú, Gerdau, Votorantim, Motorola, Johnson, Nestlé, Alpargatas, Coca-Cola, Panair, Varig, Cruzeiro do Sul, Grupo Sul-América, Lojas Americanas, Kibon, Cia. Suzano de Papel, Antártica, Brahma e Editora Saraiva.

#### Referências

ADORNO, T. A indústria cultural. In: COHN, G. *Comunicação e indústria cultural*. 2. ed. São Paulo: Nacional, 1975.



ALTHUSSER, L. *Aparelhos ideológicos de Estado*. 2. ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1985.

BORELLI, S; PRIOLLI, G. (Coord.). *A deusa ferida: por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência*. 1. ed. São Paulo: Summus, 2000.

BRITTOS, V. C.; BOLAÑO, C. R. S. (Org.). *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. 1. ed. São Paulo: Paulus, 2005.

CAPARELLI, S. *Televisão e capitalismo no Brasil: (com dados da pesquisa da Abepec)*. 1. ed. Porto Alegre: L&PM, 1982.

CARVALHO, G. Trinta e sete anos de posfácio. In: NOBRE, G. S. *Introdução à história do jornalismo cearense*. ed. fac-similar. Fortaleza: Nudoc, 2006.

CLARK, W. ; PRIOLLI, G. *O campeão de audiência: uma autobiografia*. 1. ed. São Paulo: Best Seller, 1991.

FERNANDES, F. *A revolução burguesa no Brasil: ensaio de interpretação sociológica*. 1. ed. São Paulo: Globo, 2006.

MANNHEIM, K. *Ideologia e utopia*. 4. ed. Rio de Janeiro: Guanabara, 1986.

MARX, K; ENGELS, F. *A ideologia alemã*. 1. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1989.

MURDOCK, G. Los agujeros negros del marxismo occidental: respuesta a Dallas Smythe. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, Madrid, v. 11, p. 11-22, 2006.

ONDAS E CANAIS. *O Povo*, Fortaleza, 8 jan. 1970.

ORTIZ, R. *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*. 5. ed. São Paulo: Brasiliense, 2001.

recebido em 12 mar. 2008 / aprovado em 25 maio 2008

**Para referenciar este texto:**

SOUZA, B. M. R. de. Verdes mares: a ideologia da sereia. *Cenários da Comunicação*, São Paulo, v. 7, n. 1, p. 31-38, 2008.