

## PATRÕES DA MÍDIA NO BRASIL: O CASO DO PARÁ

Maria do Socorro Furtado VELOSO<sup>o</sup>

### RESUMO

O processo de formação do patronato de mídia no Pará é o tema deste artigo, que sintetiza resultados de tese de doutoramento apresentada à ECA/USP. Naquele Estado amazônico, o campo da comunicação é dominado por dois grupos — as Organizações Romulo Maiorana e a Rede Brasil Amazônia — comandados pelas famílias Maiorana e Barbalho, respectivamente. A disputa pelo controle da indústria de comunicação local reitera as condições de funcionamento da grande mídia brasileira, com a permanente associação das empresas a grupos da elite política regional. A base teórica do artigo contempla análises de Lima, Kucinski, Adorno, Chomsky, Herman e Sodré. Como procedimento metodológico, utiliza pesquisa documental e análise de conteúdo.

**Palavras-chave:** M dia e política; Imprensa paraense; Grupo ORM; Grupo RBA .

---

Professora Adjunta do Departamento de Comunica o da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Integra os grupos de pesquisa Comunica o, Cultura e M dia (UFRN) e Jornalismo Popular e Alternativo (ECA-USP). Jornalista e Doutora em Ciências da Comunica o (USP). e-mail: socorroveloso@uol.com.br

**ABSTRACT**

*The building process of media employers at Pará is the main issue in this article, which synthesizes the thesis presented at ECA/USP. At that Amazonian state, the communication field is dominated by two groups — Organização Romulo Maiorana and Rede Brasil Amazonia — led by Mayorana and Barbalho families, respectively. The dispute for the local media control reinforces how the Brazilian mass media works, permanently working in association with the local political elite. The theoretical basis of this article is built with Lima, Kucinski, Adorno, Chomsky, Herman and Sodré's analysis. Its methodological procedures are based on documental and bibliographic research and content analysis.*

**Key words:** *Media and politics; Para's press; ORM Group; RBA Group.*

**INTRODUÇÃO**

**A**s condições de funcionamento da indústria midiática no Pará, e suas relações com as instâncias de poder político e econômico local, são o tema deste artigo — que sintetiza os resultados de um estudo sobre o processo de formação do patronato de comunicação naquele Estado amazônico [1].

O campo da mídia de massa no Pará é dominado, hoje, por dois grandes grupos: as Organizações Romulo Maiorana (ORM), pertencentes à família Maiorana, e a RBA (Rede Brasil Amazônia), do ex-governador, ex-ministro e atual deputado federal Jader Barbalho (PMDB). Ambos detêm, respectivamente, a concessão dos principais canais de TV do Estado: TV Liberal (Canal 7), retransmissora da TV Globo e líder de audiência local; e a TV RBA (Canal 13), retransmissora da Bandeirantes [2]. Também são donos de dois dos maiores jornais impressos da região Norte: O Liberal, dos Maiorana, e o Diário do Pará, dos Barbalho.

O grupo RBA detém três emissoras de rádio na capital – Clube AM,

Diário FM e 99 FM – e cinco no interior do Estado, enquanto as ORM são proprietárias de um segundo jornal impresso diário, o Amazônia, uma emissora de TV a cabo, duas emissoras de rádio na capital – Liberal AM e Liberal FM – e quatro no interior, um portal de internet, além de oito emissoras de TV no interior.

Em setembro de 2007 o grupo Liberal – como também serão chamadas as ORM neste trabalho – firmou contrato com a Rádio Globo visando unir, via satélite, a Liberal AM e a emissora da família Marinho. Também foi acertada a criação da rádio Liberal/CBN (FM), com produção local para a rede noticiosa das Organizações Globo.

A indústria midiática paraense reitera as formas de funcionamento da indústria cultural brasileira, caracterizada pela presença dominante de grupos familiares e pela aliança com as elites de poder locais (LIMA, 2001). Esses grupos estão à frente de alguns dos principais conglomerados de comunicação no Brasil, como é o caso da Rede Globo (família Marinho), SBT (Abravanel) e Bandeirantes (Saad), e se consolidaram por meio da propriedade cruzada na radiodifusão (rádio e televisão) e/ou na mídia impressa (jornais e revistas). Neste cenário destacam-se também as famílias Civita (Abril), Frias (Folha de S. Paulo) e Mesquita (O Estado de S. Paulo).

Com propriedade estimada em 227 veículos, incluindo os afiliados, a Globo é o único dos grupos a atuar em todos os segmentos (TV, rádio, jornal, revista, internet, filmes, editora, gravadora). Presente nos 27 Estados, a família Marinho está associada aos mais importantes grupos regionais e lidera o mercado de publicidade, detendo mais de 50% das verbas (WEISSHEIMER, 2006).

Regionalmente, a associação com as redes de TV nacionais, por meio de filiação, é o principal elemento impulsionador da influência que os grupos familiares exercem em seus estados. É o caso dos Sirotsky (Rede Brasil Sul – RBS), do Rio Grande do Sul, a principal expressão do poder midiático regionalizado no país. No Nordeste, a indústria de comunicação é dominada pelas famílias Magalhães (Bahia), Alves (Rio Grande do Norte), Sarney (Maranhão), Collor (Alagoas) e Jereissati (Ceará). No Norte, além dos Maiorana e Barbalho no Pará, há presença expressiva da família Daou

(Amazonas). No Centro-Oeste, predominam as famílias Câmara (Goiás, Distrito Federal e Tocantins) e Zahran (Mato Grosso e Mato Grosso do Sul).

Mantidos por oligarquias empresariais e políticas, os veículos de comunicação regionais sofisticaram-se na forma, mas se mantêm conservadores na concepção do conteúdo. Neles predomina a visão hegemônica, que superficializa os acontecimentos, submetendo-os ao chamado “pensamento único”, em contraponto a um mundo cada vez mais complexo e plural. Na perspectiva de Adorno, a velocidade das mudanças dissimula a ausência de transformação:

*O que na indústria cultural se apresenta como um progresso, o insistentemente novo que ela oferece, permanece, em todos os seus ramos, a mudança de indumentária de um sempre semelhante; em toda parte a mudança encobre um esqueleto no qual houve tão poucas mudanças como na própria motivação do lucro desde que ela ganhou ascendência sobre a cultura (ADORNO, 1975, p. 289).*

A linha editorial dos periódicos locais conduz invariavelmente à conclusão de que os interesses de seus dirigentes são tratados como prioridade absoluta. Esses interesses, obviamente, estão muito distantes do conceito de informação como um bem social, ao qual todos poderiam ter acesso, indiscriminadamente.

É bastante provável que os habitantes de um dos Estados mais pobres da Federação – o que contradiz a presença, em seu território, da maior província mineral do planeta, Carajás [3] – não se percebam nesta condição ao consumir o conteúdo noticioso produzido pela imprensa da terra. Nas páginas dos jornais diários e nos jornalísticos produzidos por emissoras de rádio e TV, esportes, *fait divers*, colunas sociais e vida de celebridades disputam espaço com o material fornecido pelas agências de notícias nacionais e internacionais, cujo valor intrínseco, se não deve ser desmerecido, pouco contribui para a constituição de um senso crítico permanente face às demandas da cultura, da política e da economia regionais.

Essas limitações certamente são fruto das castrações a que as empresas de comunicação estão submetidas em decorrência do modelo altamente concentrador de renda:

*a [castração] do anunciante, em primeiro lugar, e a do governo, em segundo, que não é só um dos maiores anunciantes, como dono do poder de aprovar ou cassar as concessões para operações dos canais de rádio e TV em todo o País (BORIN, 1987, p. 47).*

A pluralidade de opiniões, que seria natural e desejável em um ambiente democrático, cede espaço ao que Nelson Werneck Sodré identifica como uma “impressionante uniformidade de posições”. Em introdução à edição de 1999 da obra *História da imprensa no Brasil*, o historiador constatou: “[...] No momento, por exemplo, todos os grandes jornais apóiam o neoliberalismo adotado pelo governo brasileiro, uns com mais veemência, com menos veemência outros” (SODRÉ, 1999, p. XVI).

## MATRIZ HISTÓRICA: O POPULISMO GETULISTA

A luta pela dominação do mercado de comunicações do Pará entre os grupos Liberal e RBA começou nos anos 1980 e inclui ingredientes que extrapolam a concorrência comercial: ambos polarizam também no campo da política. O embate de conotações ao mesmo tempo partidárias e empresariais está inserido em um quadro de contendas que remontam à primeira metade do século XIX no Pará [4].

É uma história marcada por episódios que colocam em segundo plano o conflito de idéias: atentados, perseguições, agressões, atos de vandalismo, assassinatos e até uma revolta popular, a Cabanagem, estão inscritos na trajetória do jornalismo paraense.

Nessa perspectiva, a imprensa do Pará pode ser pensada em três fases: a primeira, inaugural, onde os jornais são produzidos artesanalmente e investem no tom panfletário, ajudando a nutrir os debates em torno das guerras pela Independência; a segunda, quando a imprensa pós-republicana começa a se profissionalizar, mas permanece dominada pela virulência das paixões políticas, sendo estas a sua principal razão de ser; e a terceira, quando os jornais se organizam em indústrias culturais cuja marca é o monopólio da informação, enquanto permanecem atrelados a grupos políticos. A diferença, agora, é que esse atrelamento acontece de modo quase sempre escamoteado [5].

Observe-se ainda que os dois maiores grupos de comunicação do Estado têm origem na mesma matriz histórica: o populismo de inspiração getulista que dominou a cena política local entre as décadas de 1930 e 1950. O Liberal foi lançado em 1946 pelo interventor Joaquim Magalhães Barata, nomeado por Getúlio Vargas após a Revolução de 1930. Fundador do Diário do Pará, Jader Barbalho é herdeiro político dos “baratistas”, como eram chamados os seguidores de Magalhães Barata [6].

### **ORM, O GRUPO DOS MAIORANA**

O maior grupo de comunicação do Pará, comumente chamado de Liberal, ou ORM (Organizações Romulo Maiorana), começou a se constituir em 1966, quando o pernambucano Romulo Maiorana adquiriu o vespertino fundado por Magalhães Barata nos anos 1940.

Dono de uma cadeia de lojas no centro de Belém, Romulo era reconhecido pela vocação para os negócios. Por meio de um empréstimo, comprou O Liberal do engenheiro Ocyr Proença. Com Ocyr, o jornal abandonara os herdeiros do baratismo, passando a apoiar o golpe militar de 1964 e seus representantes no Pará, especialmente o governador Alacid Nunes. Quando foi comprado por Romulo, vendia poucos exemplares e tinha uma oficina em péssimas condições.

O processo de transformação do antigo jornal de partido em empresa começa em 1967, com a aquisição de uma rotativa no Maranhão. O Liberal ganha nova feição gráfica, enquanto o noticiário político cede espaço a notícias de esportes, cidades, polícia e colunismo social. O conteúdo é reforçado por agências nacionais e internacionais, e o horário de fechamento e circulação, paulatinamente reduzido. Em pouco tempo, o jornal passou a chegar nas primeiras horas da manhã às bancas. Ainda não havia cursos de jornalismo no Pará e estudantes de direito e recém-formados foram contratados para a redação (MOTA, 1987, p. 70-72).

Romulo promoveu um salto tecnológico na impressão em 1972, ao adquirir o primeiro sistema de impressão off-set do Pará e um dos primeiros do Brasil. Nesta ocasião, já liderava o setor de jornais no Estado.

Em 1976 o empresário fundou a TV Liberal, equipando-a em menos de um ano. Em pouco tempo a emissora se filiaria à Rede Globo. Lúcio Flávio Pinto sustenta que Romulo tinha problemas com os militares em função do comércio ilegal nos anos 1960 e precisou recorrer a um “contrato de gaveta” para criar a tevê:

*[...] Romulo não pôde colocar a emissora em seu nome, embora fosse seu dono. Os órgãos de informação ainda mantinham em sua ficha a nódoa do contrabando. O regime militar ainda estava no movimento afluente do seu moralismo (o golpe de 1964 foi dado no Pará a pretexto de combater a subversão e a corrupção). Não concordava em transferir para alguém tido como ex-contrabandista uma concessão pública, o canal de televisão. Romulo teve que colocar a concessão no nome de cinco funcionários, reavendo-lhes a ação depois, quando seus serviços prestados ao governo haviam limpado definitivamente seu nome dos arquivos da “comunidade de informações”, o subsolo no qual funcionava um autêntico governo paralelo (PINTO, 2005, p. 4).*

Em 20 anos, Romulo Maiorana construiria um império de comunicação que, no Norte do Brasil, só encontra paralelo na Rede Amazônica, da família Daou [7]. Ao jornal e à TV juntaram-se emissoras de rádio em Belém e no interior. Com sua morte, em 1986, os filhos herdaram um grupo empresarial moderno, superavitário e exercendo grande influência junto à opinião pública e às elites locais.

Os herdeiros continuariam a apostar na modernização dos veículos, com aquisição de rotativas de última geração, e também na expansão dos negócios, que nos anos seguintes incluiriam promoção de espetáculos, produtoras de vídeo, serviço de táxi aéreo e até uma fábrica de refrigerantes.

Romulo morreu um ano depois de os militares devolverem o poder aos civis. Afora o veto à concessão da emissora de TV ao empresário, ao longo do período ditatorial o grupo Liberal não teria problemas com os censores. Isso porque, à evolução tecnológica e empresarial do jornal nos anos de chumbo, correspondeu uma postura editorial pouco sensível ao momento político.

O Brasil estava sob o regime dos generais, e a estes nem O Liberal

e nem seus concorrentes diretos à época – os jornais A Província do Pará e O Estado do Pará, ambos já extintos – ofereciam qualquer resistência. Por afinidade ideológica e, principalmente, por reconhecida indisposição em confrontar os detentores do poder político, o dono do grupo Liberal invariavelmente cerrou fileiras ao lado da Arena (Aliança Renovadora Nacional) – que, na redemocratização, mudou o nome para PDS (Partido Democrático Social). Lideranças locais da Arena, entre elas o coronel Jarbas Passarinho, que governou o Pará de 1964 a 1966, e foi ministro de Estado, sempre encontraram guarida no jornal dos Maiorana. Passarinho, ainda hoje, é colunista do jornal.

A simpatia do regime também era importante para os negócios de Romulo com os bancos estaduais, como relata o próprio ex-ministro a Solange Mota (1987, p. 46):

*Desde que Romulo Maiorana assumiu a direção e o controle acionário de O Liberal, passou a dar-lhe um tratamento empresarial, mas sempre em ligação com o governo e com os bancos Basa (Banco da Amazônia) e Banpará (Banco do Estado do Pará). Pois, infelizmente, nenhum jornal em Belém sobrevive facilmente se não contar com a 'boa vontade' do governo, principalmente o estadual, maior fonte de financiamentos [...].*

Ao conviver sem sobressaltos com os governos militares, Romulo Maiorana pôde ampliar os domínios do grupo Liberal, transformando-o num dos mais poderosos e influentes empreendimentos de comunicação da Amazônia.

Sua morte coincidiu com a vertiginosa ascensão de Jader Barbalho, do PMDB, então a mais importante liderança política do Estado. Depois de deixar o governo do Pará, Jader ingressaria no ministério de José Sarney, passando a investir na montagem do próprio grupo de comunicação.

### **RBA, O GRUPO DOS BARBALHO**

A presença da família Barbalho na indústria midiática paraense começou a se delinear em 1982, com a fundação do jornal Diário do Pará. Naquele ano Jader fora eleito governador do Estado, depois de liderar



a oposição local ao regime militar, ao longo dos anos 1960 e 70. Foi dirigente estudantil, vereador e deputado do então MDB, o Movimento Democrático Brasileiro.

A carreira política de Jader foi forjada no baratismo, sob a influência do pai, Laércio Barbalho, ex-deputado e jornalista. Ao derrotar o candidato do PDS (Partido Democrático Social) nas urnas, Jader encarnava o ideal do jovem político destemido diante do poder ditatorial e comprometido com as mudanças pelas quais o Estado clamava. O empresário Oziel Carneiro, candidato do PDS nas eleições de 1982, contava com o apoio de Romulo Maiorana.

Depois de deixar o governo em 1986, Jader foi ministro da Reforma Agrária e da Previdência Social no governo Sarney (1985–1989), novamente governador do Pará (1990–1994) e senador da República (1994–2001), tendo renunciado ao mandato após troca de acusações com o também senador baiano Antônio Carlos Magalhães, falecido em julho de 2007.

Nos últimos 25 anos, desde sua primeira eleição para governador, Jader se viu enredado em um sem-número de denúncias de corrupção, que incluem desvios de recursos do Banco do Estado (Banpará) e da Sudam, a Superintendência de Desenvolvimento da Amazônia, extinta no governo de Fernando Henrique Cardoso e recriada no governo Lula.

A resposta dos Maiorana à ascensão de Jader no cenário político e no mercado de comunicação veio na forma de uma intimidade cada vez maior com os adversários do ex-governador na política local. Alguns, de antigos aliados, passaram a usar os veículos do grupo Liberal para atacar Jader Barbalho, entre eles o ex-governador Hélio Gueiros.

A compensação viria na forma de gastos com publicidade oficial sem precedentes na história do Pará: enquanto Gueiros esteve no governo (1986–1990) e na prefeitura (1993–1996), calcula-se que a família Maiorana teria arrebanhado pelo menos 70% das verbas públicas de propaganda.

A maior – em volume de gastos – e mais duradoura aliança da família Maiorana com um grupo político paraense, contudo, seria forjada em 1994 com a eleição de Almir Gabriel, do PSDB, ao governo do Estado.

Foram 12 anos de íntima associação entre os tucanos e os Maiorana, mantida por intensa propaganda do governo do PSDB nos jornais e emissoras de rádio e TV do grupo.

Almir Gabriel foi reeleito em 1998, e em 2002 conseguiu eleger, para seu lugar, Simão Jatene, sempre contando com a maciça, e decisiva, campanha de apoio dos Maiorana junto à opinião pública paraense. Competência, modernidade e probidade foram sinônimos dos atos do PSDB na cobertura jornalística das ORM, ao longo desses 12 anos.

Como retribuição, o governo repassou às ORM uma receita publicitária estimada em R\$ 30 milhões anuais, além de firmar inusitado convênio entre a fundação que administra a TV Cultura do Estado, a Funtelpa, e a TV Liberal. Por meio dele, a emissora do Maiorana pôde, por quase uma década, usar os 78 canais retransmissores da Funtelpa no interior do Estado, sem pagar nada por isso. Ao contrário do que seria possível supor, a TV Liberal recebeu cerca de R\$ 200 milhões para utilizar as torres da Cultura.

O acerto, para que fique bem entendido, pressupunha o pagamento, à TV Liberal, pelo uso de infra-estrutura pertencente à tevê pública. Os conteúdos gerados pela TV Globo e sua afiliada no Pará puderam alcançar as populações interioranas por meio desse acordo.

Com a derrota do candidato tucano ao governo do Estado para a candidata do PT, Ana Júlia Carepa – em campanha onde o deputado Jader Barbalho teve papel destacado –, o grupo Liberal perdeu boa parte das verbas de publicidade oficiais e viu extinto o convênio com a Funtelpa, ao mesmo tempo em que se ressentia da perda de liderança na venda de jornais. De acordo com pesquisa feita pelo Ibope em dezembro de 2006, o Diário do Pará passou a ser o jornal mais lido do Estado.

## JORNAIS EM CONFLITO

Foi um revés empresarial e político impensável para os Maiorana até os anos 1990, quando as ORM detinham a justa fama de maior grupo de comunicação do Norte do País. Como consequência desse novo

ordenamento de forças, abriu-se mais uma temporada de ataques entre os Maiorana e os Barbalho, por meio de seus jornais.

Para este trabalho foram selecionadas quatro edições veiculadas entre os dias 30 de janeiro e 4 de fevereiro de 2007, duas de cada jornal. Nelas, a troca de acusações se faz presente por meio de notas em colunas e reportagens. O material foi submetido a análise de conteúdo, que priorizou o aspecto qualitativo das mensagens, por meio da seleção de unidades que pudessem ilustrar os conflitos entre os dois grupos de comunicação.

No dia 30 de janeiro, o Diário anunciou em manchete a suspensão do convênio entre o governo e as ORM para uso das torres da Funtelpa (“Escândalo Funtelpa/TV Liberal – Governo suspende pagamento”). O jornal reservou uma página ao assunto no caderno de Cidades (sob o título “Acabou a mamata – Funtelpa corta verba à TV Liberal”).

No mesmo dia O Liberal criticou, na primeira página, a decisão do governo federal de recriar a Sudam (“290 inquéritos em seis anos – Sudam renasce sob o signo da suspeita”) e anunciou a premiação de um documentário sobre corrupção, no qual Jader Barbalho é um dos personagens (“Filme liga corrupção, Barbalho e seqüestros”). Os dois assuntos ocuparam uma página, cada um, no caderno Poder, de política (“Sudam pode renascer sob o signo da corrupção” era o título; ilustrando a matéria da Agência Globo, uma caricatura de Jader) e no caderno Magazine, de artes e espetáculos (“Corrupção na tela”).

Cabe ressaltar que nem O Liberal noticiou a suspensão do convênio entre o governo e a emissora de tevê do grupo, e nem o Diário noticiou o lançamento do documentário que tem Jader como personagem – *Manda bala*, de Jason Kohn, premiado no Festival de Sundance.

No final de semana, as tensões aumentaram. No dia 3 de fevereiro, sábado, O Liberal publicou entrevista com o diretor do documentário, desta vez como manchete da edição (“Diretor de documentário premiado: ‘Jader une corrupção e tecnologia’”). A entrevista ocupou duas páginas do caderno Magazine (sob o título “Jader rouba a cena”).

O revide do Diário viria no dia seguinte, 4, com manchete de capa sobre um processo judicial contra Romulo Maiorana Junior por desvio

de recursos da Sudam (“Justiça Federal processa Maiorana”). O jornal dedicou uma página ao assunto no primeiro caderno (sob o título “Fraude – Justiça indícia Romulo Maiorana”).

Na mesma edição do Diário, a troca de agressões saíria do campo dos fatos – mesmo os *requentados*, como se costuma denominar, no jornalismo, o reaproveitamento de informações –, e passaria para o campo das ofensas pessoais. Escrita em tom injurioso e difamatório, bastante comum aos pasquins do século XIX, uma seqüência de notas publicadas na principal coluna do jornal de Jader pretendeu atingir a presidente das ORM, Lucidéa Maiorana, viúva do fundador do grupo:

### ***Família em pânico***

*Conhecida senhora da sociedade paraense, com mais de 70 anos, está colocando em polvorosa sua família. Por uma razão no mínimo extravagante. Tudo por causa da leitura do sucesso editorial “O doce veneno do escorpião”, de autoria da ex-garota de programa Bruna Surfistinha, na qual a mesma conta em detalhes picantes sua atividade no mundo da prostituição.*

### ***Memória indiscreta***

*Acontece que hoje a provecta senhora acredita que poderá concorrer, com igual ou até maior sucesso, também contando suas memórias na prostituição da alegre Belém dos anos 50. Nesse período, conheceu famoso e bem sucedido mafioso contrabandista, com quem posteriormente se casou. Ela então abandonou a prostituição, ele deixou de lado contrabando e ambos ingressaram no mundo dos negócios – inclusive o da comunicação. [8]*

Como se depreende das notas, a busca pela profissionalização não afastou o Diário do Pará de sua principal característica: a de ser um jornal de campanha, destinado, em última análise, a defender os interesses privativos do clã Barbalho, que tem três outros expoentes na cena política local: a ex-mulher de Jader, Elcione Barbalho, deputada federal; o filho do casal, Helder, atualmente prefeito da segunda maior cidade do Estado, Ananindeua; e o ex-deputado José Priante, primo de Jader. Com este objetivo, qual seja, o de estender o domínio político e midiático da família Barbalho, o jornal recorrerá ao estilo caluniador dos

pasquineiros do Império, sempre que não houver fatos a serem usados contra seus adversários.

Quanto à liderança na venda de jornais pelo Diário, deve-se levar em conta fatores como o preço de capa reduzido à metade em relação ao seu maior concorrente, e a própria incapacidade de O Liberal de manter-se à frente no mercado, mesmo dispondo de maior equipe de jornalistas e de um dos mais sofisticados parques gráficos do país. Ao longo de três décadas, o índice de leitura do jornal dos Maiorana chegou a ser estimado em mais de 90% pelo Ibope – número sem paralelo na história recente dos jornais diários brasileiros.

O embate entre os grupos Liberal e RBA reitera análise feita por Bernardo Kucinski (1998) a respeito da estrutura do mercado de jornais brasileiros no final do século XX. A grande imprensa brasileira é vista pelo pesquisador como a “imagem reflexa da estrutura da propriedade agrária, na qual, em cada macrorregião, poder e prestígio são disputados por [...] famílias já envoltas numa cultura de rivalidade e vendeta” (KUCINSKI, 1998, p.25). Para Kucinski, os jornais são conduzidos como “uma grande propriedade familiar, na qual o gozo pelo exercício do poder é tão importante quanto o lucro capitalista” (IDEM). Diz ainda:

*Mantêm-se os métodos, valores e mentalidades dos mandatários iniciais da colonização brasileira. Num sistema baseado na lealdade do jornalista aos proprietários e no poder discricionário desse proprietário, o favoritismo editorial e as preferências familiares prevalecem freqüentemente sobre o critério abstrato do interesse público, e até do interesse de classe (IBIDEM, p. 25-26).*

As condições em que opera a indústria midiática no Pará também permitem pensá-la a partir do *modelo de propaganda* identificado por Noam Chomsky e Edward Herman (2003). Trata-se de uma estrutura analítica que visa desvendar o modo como opera a mídia norte-americana, em função dos interesses que a controlam. De acordo com este modelo, dinheiro e o poder são determinantes para a filtragem das notícias a serem impressas, o que permite ao governo e aos interesses privados dominantes transmitirem suas mensagens ao público. Não há espaço para opiniões contrárias.

O modelo em questão pode ser aplicado ao estudo das forças que moldam o comportamento da imprensa no Pará, levando-se em conta os fatores estruturais envolvidos: propriedade e controle, dependência de outras fontes de financiamento (principalmente anunciantes) e a intimidade crescente entre a mídia e aqueles que têm o poder de definir a notícia.

*Sob nosso prisma, as mesmas fontes subjacentes de poder que são proprietárias da mídia e a financiam como anunciantes, que servem como definidoras primárias de notícias e que produzem reações negativas e especialistas “adestrados”, também desempenham um papel-chave na determinação de princípios básicos e de ideologias dominantes. Acreditamos que aquilo que os jornalistas fazem, aquilo que acham digno de ser noticiado e aquilo que simplesmente aceitam como normal, ou seja, como premissas de seu trabalho, podem ser com frequência bem explicados pelos incentivos, pelas pressões e pelas restrições incorporadas em tal análise estrutural (CHOMSKY; HERMAN, 2003, p. 12).*

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A indústria midiática no Pará já não somente se associa às elites políticas e econômicas em projetos hegemônicos. Muitas vezes, ela é a própria natureza dessa elite, sua razão de ser, como evidencia a aplicação do modelo proposto por Chomsky e Herman (2003).

Há uma relação crescente de dependência entre a mídia e seus definidores primários, que, ao mesmo tempo, geram a notícia e financiam o setor. Assim ocorre no Pará, onde os subsídios concedidos durante 12 anos pelo Estado ao grupo Liberal, por meio de publicidade e contratação de outros serviços, determinou a condução da cobertura legitimadora dos atos do governo. E provavelmente assim continuará a ocorrer com a chegada de outro grupo político à elite de poder no Estado, o que demandaria análise específica.

Seria ingênuo, porém, esperar que a grande imprensa se proponha a debater, a fundo, os problemas da região. Porque o debate aberto, franco, aprofundado, levaria, naturalmente, à exposição de mazelas que a indústria midiática necessita ocultar em nome da ânsia de lucro.

## NOTAS

- [1] Este estudo compõe tese de doutorado defendida pela autora em março de 2008, na Escola de Comunicações e Artes da USP, sob o título “Imprensa, poder e contra-hegemonia na Amazônia: 20 anos do Jornal Pessoal (1987-2007)”.
- [2] A RBA disputa a segunda posição no ranking de audiência com duas outras emissoras: a SBT Belém (Canal 5) e a Record Belém (Canal 10).
- [3] No Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) do Brasil, medido pela ONU em 2004, o Pará aparece em 16ª posição, atrás do Amapá e Tocantins – estados que também integram a região Norte. Em 2002, ocupava a 15ª posição entre as 27 unidades da Federação. Dois municípios paraenses estão entre os 100 mais pobres do Brasil: Melgaço, apontado pela ONU como o que tem o pior Índice de Desenvolvimento Humano no Estado, e Cachoeira do Piriá. Paradoxalmente, o Pará é o maior produtor de minério de ferro do país, depois de Minas Gerais. Também detém importantes reservas de bauxita, cobre, caulim, manganês e ouro. Fontes: <www.pund.org.br> e <www.portalbrasil.net>. Acesso em: 21 ab. 2007.
- [4] A história da imprensa no Pará tem início com a fundação de O Paraense, em maio de 1822, por Felipe Patroni. O jornal inaugura a imprensa no Norte do Brasil e antecede o surgimento de jornais nas províncias de Minas Gerais e São Paulo, onde os impressos só apareceriam pela primeira vez nos anos de 1823, com o Compilador Mineiro, e 1827, com o Farol Paulistano. Também está na raiz dos acontecimentos que conduziram a uma das mais importantes rebeliões populares da história do país – a Cabanagem, movimento de independência deflagrado em 1835.
- [5] Cf. VELOSO, Maria do Socorro F. “Imprensa, poder e contra-hegemonia da Amazônia: 20 anos do Jornal Pessoal (1987-2007)”. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação), ECA/USP, 2008.
- [6] Ligado ao PSD (Partido Social Democrático), Magalhães Barata dirigiu o Estado em três ocasiões e hoje é considerado o maior líder político da história paraense.
- [7] Este grupo amazonense, que só não penetrou nos Estados do Pará e do Tocantins, detém cinco emissoras de tevê nas seguintes capitais: Manaus (TV Amazonas); Porto Velho (TV Rondônia); Boa Vista (TV Roraima); Macapá (TV Amapá); Rio Branco (TV Acre). Também possui cinco emissoras de rádio, mas não atua na área de jornais impressos.
- [8] DIÁRIO DO PARÁ. Caderno Cidades (Repórter Diário). 4 fev. 2007. p. A5.

## REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. “A indústria cultural”. In: COHN, Gabriel. *Comunicação e indústria cultural*. São Paulo: Nacional, 1975. p. 287-295.

BORIN, Jair. *A notícia e suas versões, no espaço e no tempo dos grupos de pressão* (de rabo preso com a classe dominante). Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação), ECA/USP, 1987.

CHOMSKY, Noam; HERMAN, Edward S. *A manipulação do público: política e poder econômico no uso da mídia*. São Paulo: Futura, 2003.

COHN, Gabriel. *Comunicação e indústria cultural*. São Paulo: Nacional, 1975.

DIÁRIO DO PARÁ. Edições nº 8.250 (30 jan. 2007) e 8.255 (4 fev. 2007).

KUCINSKI, Bernardo. *Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa*. São Paulo: Scritta Editorial, 1991.

\_\_\_\_\_. *A síndrome da antena parabólica: ética no jornalismo brasileiro*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1998.

LIMA, Venício A. *Mídia: teoria e política*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

MOTA, Solange M.A. *Transformações ocorridas na imprensa paraense no período de 1964–1968*. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação), ECA/USP, 1987.

PINTO, Lúcio F. “Um império ao Norte: o de Romulo Maiorana”. In: *Jornal Pessoal*, ano XIX, nº 353, 2ª quin. set. 2005. p. 3-4.

SODRÉ, Nelson W. *História da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

VELOSO, Maria do Socorro F. “Imprensa, poder e contra-hegemonia da Amazônia: 20 anos do Jornal Pessoal (1987-2007)”. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação), ECA/USP, 2008.

WEISSHEIMER, Marco A. “Liberdade de imprensa”. In: *Agência Carta Maior*, 1º nov. 2006. Disponível em: <<http://www.cartamaior.com.br>> [Acesso em: 22 nov. 2006].