

O latifúndio do ar: mídia e poder na Nova República¹

Graça CALDAS

Professora do curso de Jornalismo /
Puccamp; coordenadora-adjunta da
Assessoria de Imprensa da Unicamp e
pesquisadora do Labjor/Unicamp.

O objetivo deste trabalho é examinar o uso privado e eleitoral do processo de concessões de canais de rádio e televisão no governo da Nova República (1985-1989). Por intermédio da análise das relações dos atores sociais envolvidos na política de outorga dos meios de comunicação de massa, procuro identificar as causas estruturais do clientelismo predominante nessas relações, quando o coronelismo de enxada e do voto dá lugar ao coronelismo eletrônico.

Verifico no desenvolvimento do trabalho que, embora persista a prática clientelista tradicional, surgem movimentos organizados de resistência que buscam alterações nas regras do jogo. Este é o caso, por exemplo, do Sindicato dos Metalúrgicos do ABC paulista, que disputa oficialmente a concessão de uma rádio. Embora o pedido não tenha sido atendido até hoje, é grande o significado político da atitude dos metalúrgicos do ABC e de outros grupos, como a Federação Nacional dos Jornalistas, que assumem papel de liderança para a reformulação do atual modelo.

A participação da Igreja, de políticos e de grupos privilegiados no controle dos meios de comunicação de massa, em detrimento de outros setores sociais, é também objeto de discussão. A análise do discurso de representantes de entidades, de empresários de comunicação e de políticos no debate pró-Constituição de 1988 é outro momento de reflexão sobre as relações de poder que envolvem a política de concessões dos MCM.

Palavras-chave: Clientelismo. Concessões. Política. Jornalismo. Rádio e TV.

Key words: Patronage. Concessions. Politics. Press. Radio and TV.

(1) Tese de doutorado defendida em 26 de outubro de 1995 na Escola de Comunicações e Artes/USP, sob orientação do Prof. Dr. Luiz Roberto Alves.