

13ª JORNADA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

CIÊNCIAS POLÍTICAS

REDE GLOBO: ATOR POLÍTICO, GRUPO ECONÔMICO E SUA RELAÇÃO COM O ESTADO BRASILEIRO.

¹ Isabel Macedo dos Santos (IC - UNIRIO); ¹ João Roberto Lopes Pinto (orientador)

Departamento de Estudos Políticos; Centro de Ciências Jurídicas e Políticas; Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro.

Apoio Financeiro: Unirio

Palavras-chave: grupos econômicos, Estado, meios de comunicação.

INTRODUÇÃO

Este trabalho se insere na discussão acerca dos grandes grupos econômicos do Brasil – quem são esses grupos? Qual a relação destes com o Estado? Quais os “centros de poder” do Estado brasileiro? E qual a relação desses grupos com a elaboração das políticas públicas? A partir disso, observamos as grandes empresas de comunicação. Há um constante questionamento acerca de quanto – e de como – os grandes meios de comunicação influenciam a sociedade como um todo. Não há dúvidas de que a comunicação é uma poderosa arma política, e que as empresas de comunicação, portanto, são atores políticos fundamentais, integrantes do bloco hegemônico de poder de qualquer sociedade – a partir da do conceito Gramsciano de formação de hegemonia. O Estado ampliado do qual fala Gramsci, com a introdução da sociedade civil, dos aparelhos privados de hegemonia, comporta, portanto, meios de organização material da cultura – como os jornais, revistas e canais de rádio e de televisão – como parte de gestão deste Estado. A nossa questão aqui, é como se dá, na prática, a relação do Estado no sentido “restrito” com esses meios de comunicação. Nosso objeto no presente trabalho é a Globopar – Globo Participações S.A., grupo que controla a Rede Globo de Televisão, a Rádio Globo, os jornais O Globo, Extra, O Dia, além de diversos outros canais de televisão, revistas e websites.

OBJETIVO

O objetivo geral deste trabalho é entender a relação dos grupos econômicos com o Estado – mais especificamente, do grupo Globo Participações S.A. Analisaremos a história da criação da Rede Globo, considerando o período em que ela foi criada, o seu objetivo, o seu processo de criação, e como ela se associou a outras empresas, formando um grupo econômico. A partir disso, como a Globopar se associa ao Estado brasileiro ao longo de sua história, até os dias atuais.

METODOLOGIA

A nossa metodologia foi criada, primeiramente, com o recorte teórico sobre a definição de Estado – para tal utilizamos Gramsci e Poulantzas. Posteriormente, para entender as relações do Estado no sentido estrito, com a sociedade civil, passando pela burocracia e as demais relações que se estabelecem no capitalismo, revisamos estudos de Fernando Henrique Cardoso e de Sérgio Lazzarini. A partir disso, buscamos trabalhos sobre grupos econômicos – qual a definição de grupos econômicos, os grupos econômicos no Brasil, os grandes grupos privados, etc – e utilizamos desde os primeiros estudos brasileiros encontrados sobre o tema, de Maurício Vinhas de Queiroz e Luciano Martins, até outros estudos mais recentes. Passada essa primeira etapa, buscamos estudos e documentos acerca da história da Rede Globo e Globopar – principalmente em trabalhos de texto e vídeo elaborado por Daniel Herz – além de reportagens jornalísticas. Foi importante também buscar embasamento a respeito do papel da comunicação associada à democracia, e como as empresas midiáticas exercem um papel de ator político, a partir de trabalhos de Bernardo Sorj e Eduardo Granja Coutinho.

RESULTADOS

Nossa pesquisa ainda está em andamento, já que encontra dificuldades, principalmente, no que diz respeito a delimitação das empresas que se associam ao grupo Globopar – direta ou indiretamente. Avançamos no que se refere a compreender a criação da Rede Globo – em 1957 Juscelino Kubitschek, então Presidente da República, aprovou a concessão de rádio e TV para a emissora. Passamos pelo conturbado apoio da emissora à ditadura militar no Brasil, e a sua polêmica associação à empresa norte-americana Time-Life – que injetou grandes quantias de dinheiro na emissora durante a década de 60. Outro ponto fundamental para entender a relação do grupo com o Estado, são as concessões cedidas a ele. Na constituição brasileira, observamos que uma mesma empresa não pode ter monopólio dos meios de comunicação, ou seja, a mesma empresa não pode controlar rádio, televisão e jornal impresso. No entanto, a Rede Globo possui o monopólio de todos esses meios. Vamos na direção de entender como tem se dado essas concessões – e as discussões em torno delas – ao longo dos governos no Brasil.

CONCLUSÃO

Concluimos que, sendo a comunicação uma instância da luta política, e os meios de comunicação instrumentos de hegemonia, é fundamental entender como se dá a relação desse ator com o Estado. A Globopar se associa de diversas formas com o Estado brasileiro, em uma constante disputa de poder, e é uma peça-chave na história política do nosso país ao longo dos anos. A liberdade de comunicação é constantemente apontada como fator fundamental para a garantia da democracia nos países ocidentais – precisamos, portanto, entender como se dá a relação desses atores políticos, que são também organizações econômicas, com o Estado.



13ª JORNADA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

REFERÊNCIAS

POULANTZAS, N. O Estado, o poder, o socialismo. Rio de Janeiro/RJ: Graal, 1985.

LAZZARINI, S. G. Capitalismo de laços. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

COUTINHO, Carlos Nelson. Gramsci: Um estudo sobre seu pensamento político. 2ª edição, Rio de Janeiro, editora Civilização Brasileira.

GRAMSCI, A. Maquiavel, a política e o Estado moderno. Rio de Janeiro: ed. Civilização Brasileira, 1978.

SORJ, Bernardo (org). Poder Político e meios de comunicação: da representação política ao reality show. São Paulo, editora Paz e Terra, 2010.

COUTINHO, Eduardo Granja (org). Comunicação e contra-hegemonia. Editora UFRJ, Rio de Janeiro, 2008.

ROCHA, M. A., Grupos Econômicos e Capital Financeiro: Uma História Recente do Grande Capital Brasileiro, Tese de doutoramento em Economia, Campinas: Unicamp, 2013.

HERZ, Daniel. A história secreta da Rede Globo. São Paulo, editora Ortiz, 1991.

Queiroz, Maurício Vinhas de. "Os Grupos Econômicos no Brasil". In: Revista do Instituto de Ciências Sociais. Rio de Janeiro: UFRJ, vol1, ano 1, 1962