

ACM: poder, mídia e política

*Antonio Albino Canelas Rubim**

A presença significativa de Antonio Carlos Magalhães (ACM) na política baiana e brasileira das últimas décadas ainda não ensejou a emergência de estudos que buscassem compreender e permitissem interpretar a trajetória e o poder do líder baiano e seu grupo político, desenvolvidos em circunstâncias societárias tão díspares como a situação pré-1964, o regime militar (1964-1985) e, em especial, o momento democrático atual (1985 em diante).

O presente texto, centrando seu olhar analítico no período contemporâneo, objetiva refletir e construir algumas interpretações sobre o poder e a trajetória singulares de ACM. Nesta perspectiva, ele retoma a bibliografia existente e, de modo privilegiado, os trabalhos, de diferentes colorações, que acompanham o itinerário carlista¹; introduz novas informações com base em investigações originais e sugere outros horizontes analíticos, pretendendo, com esses movimentos, compreender a intervenção deste significativo ator político-midiático da atualidade, brasileira e baiana, inaugurada com o fim da ditadura.

A emergência política de ACM acontece em 1954, com sua eleição para deputado estadual pela UDN, sob o comando de Juracy Magalhães, um tenente que, vindo do Ceará, foi interventor-governador na Bahia e se amoldou à política vigente no estado, tornando-se uma de suas maiores lideranças. ACM, discípulo sem parentesco com Juracy, nasce no seio de uma (cultura) política organizada em torno das elites do Recôncavo (poderosas e tradicionais famílias instaladas na Cidade da Bahia) e dos coronéis do sertão. Tal aliança domina a política baiana, que desconhece inclusive

* Professor de Comunicação na Univesidade Federal da Bahia, membro do Conselho Editorial C & P.

¹ Acerca da trajetória de ACM ver os textos de Almeida (1999), Cordeiro (1997), Magalhães (1995) e Mattos (1996). A tese de Gilberto Almeida interessa sobretudo nesta (re)discussão, pois enfatiza especificamente as interações entre mídia e política na trajetória de ACM. Desse modo, muitos dos episódios analisados no presente texto

no pré-64 qualquer movimento político de massas (urbanas) significativo, ao estilo de um populismo nacionalista, encarnado nacionalmente no PTB.

A ascensão e a consolidação de ACM e do carlismo guardam estrita relação com o momento político ditatorial imposto pelos militares com o Golpe de 1964. A nova circunstância se caracteriza pelo funcionamento formal do sistema político, agora submetido realmente ao poder militar. ACM mantém privilegiados laços com esse novo pólo de poder. Tais relacionamentos, já presentes antes nas articulações do golpe, consolidam-se com a sua posição francamente favorável ao golpe e à ditadura. A ocupação de importantes cargos, graças ao relacionamento e escolha do poder militar, tais como a prefeitura de Salvador (1967-1970), o governo do Estado da Bahia por duas vezes (1971-1975 e 1979-1983) e presidência da Eletrobrás (1975-1979), permite a formação e consolidação do carlismo, através da disputa e do escanteamento de outras correntes (famílias) políticas baianas conservadoras, que também apoiavam a ditadura, como o vianismo, o juracisismo e Roberto Santos, sem que esse último tenha conseguido formar uma “família” política. Portanto, ao final da ditadura militar, a política baiana encontra-se majoritariamente dominada por ACM e pelo carlismo.

A questão que interessa a esse texto pode então ser formulada: como explicar a persistência do poder de ACM e do carlismo e, mais que isso, sua expansão estadual e nacional na nova situação política? Tal contexto caracteriza-se pelo funcionamento competitivo do sistema político, tornado possível com o declínio do poder militar, e pela emergência de novos atores políticos, em especial, aqueles vinculados à luta pela democracia no país.

A hipótese sustentada e desenvolvida aqui aciona um conjunto de dimensões explicativas, esboçadas adiante, mas destaca como essencial a atualização – conservadora, sem dúvida – empreendida por ACM e pelo carlismo no sentido de adequar-se às novas condições de competição política vigentes na sociedade brasileira pós-ditadura, configurada agora como Idade Mídia, isto é, como uma sociabilidade estruturada e ambientada pela comunicação midiática². Em razoável medida, a rede midiática começou a ser desenvolvida durante o período da ditadura militar, sendo esse então orientado por uma subsunção da cultura e da comunicação ao capital, nos moldes de uma indústria cultural (Rubim, 1985). Essa circunstância socie-

podem encontrar informações preciosas sobre os mesmos na referida tese.

tária supõe que o sistema de mídias não só se torna ator político com imenso poder de intervenção e com interesses próprios, mas também implica a criação do cenário e de um espaço, por excelência, da luta política na contemporaneidade, inclusive na brasileira.

A construção de cenário e espaço aqui abrange duas dimensões distintas. Em uma perspectiva, comumente aceita, ela significa transmitir e incorporar dados não-presenciais à cena política. Em outra, certamente não corriqueira, significa constituir um novo ambiente, no qual se trava a disputa política. Assim, o espaço eletrônico, conformado pelas redes midiáticas onipresentes que perpassam e conectam todo o social hoje, possibilita a televivência, conjunto de vivências à distância essenciais ao modo de viver a atualidade, e a telerrealidade, ou seja, a crescente parcela da realidade construída de maneira não-presencial, imprescindível ao homem contemporâneo para instalá-lo no mundo. Em tal ambiente acontece agora a maior parte da luta política: uma intensa disputa, através do confronto dos imaginários, dos ideários e das imagens públicas dos atores políticos, individuais e coletivos.

A atualização de ACM e do carlismo não implica a mudança de traços essenciais de sua conformação, tais como sua formatação de família política comandada por um líder/pai, através de tensas relações de autoridade e de afeição e de uma orientação inscrita em um ideário capitalista de modernização conservadora. A atualização mantém essas características, mas busca adequá-las politicamente à nova circunstância societária, configurada como uma sociabilidade estruturada e ambientada pela mídia, e ao novo pólo de produção de poder, inclusive político, presente na atualidade brasileira e baiana. Antes de enfrentar esse procedimento, cabe dizer algo sobre os outros componentes explicativos da persistência e do desenvolvimento de ACM e do carlismo.

Transições e outras pistas mais

A transição (lenta e gradual, como se dizia na época) para a democracia no país foi marcada por enormes limitações e inúmeras ambigüidades. A derrota do movimento das Diretas Já, em 1984, oferece um exemplo notável dos compromissos da transição pelo alto, então realizada. O produto acabado dessa transição conservadora foi a (auto)proclamada “Nova República”, em cujo governo, comandado por Tancredo Neves e depois José Sarney, conviviam ilustres personalidades e forças que servi-

ram fielmente à ditadura e sujeitos políticos que contra ela lutaram, empenhando-se na democratização do país. O ministério da “Nova República” aparece como exemplar na sua composição. Nele três baianos, bem díspares, têm assento: ACM (Ministro das Comunicações), Waldir Pires (Ministro da Previdência Social) e Carlos Santana (Ministro da Saúde), então ligado ao grupo de Roberto Santos. Mas se a transição em patamar nacional apresenta visíveis limites, a situação na Bahia mostra ainda mais debilidade.

Em muitos estados, apesar de suas manifestas limitações, a transição para a democracia, pelo menos em seu momento inicial, abalou o predomínio das forças políticas ligadas à ditadura. Na Bahia, o processo não foi tão diferente. ACM, que já havia sido derrotado ao apoiar Mário Andreazza contra Paulo Maluf como candidato do regime militar à sucessão de João Figueiredo, sofreu uma seqüência expressiva de revezes no estado. Perdeu a eleição à prefeitura de Salvador em 1985 para Mário Kértész (PMDB); em 1988, para Fernando José (PMDB) e em 1992, para Lídice da Matta (PSDB)³. Mais grave que isso: o carlismo teve uma de suas maiores derrotas⁴, ao perder o governo do estado em 1986 para Waldir Pires (PMDB). Aparentemente, o poder de ACM e do carlismo se esvaia juntamente com o poder que havia possibilitado seu surgimento, desenvolvimento e consolidação: a ditadura militar.

Mas não foi exatamente isso que aconteceu. A transição pelo alto, com o predomínio das conciliações sobre as rupturas, demonstrou fragilidades ainda mais profundas no caso baiano. Tasso Franco, não sem certo exagero, chegou a escrever: “*A verdade é que Antonio Carlos Magalhães nunca perdeu o poder na Bahia*” (Franco, 1992, 199). Cabe então elucidar os movimentos efetuados pelo carlismo para, em um quadro desfavorável, conseguir manter algum poder; em seguida, efetuar sua recomposição e principalmente ampliá-lo na nova circunstância político-societária aparentemente hostil e com expressivas dificuldades para uma família política construída em um contexto autoritário.

O “retorno” do carlismo começou a ser construído antes do final da ditadura. Derrotado na escolha do candidato do regime, ACM não apóia Maluf, como fazem os vianistas e os juracistas, e se aproxima de Tancredo

² Para uma explicação mais ampla acerca da situação de Idade Média consultar Rubim (2000 – II).

³ Para acompanhar a trajetória das eleições em Salvador e sua complicada relação com os governos estaduais, de um ponto de vista de uma esquerda não-petista, que durante quase todo o período apostou em manter a frente de luta pela democracia, consul-

Neves, então ávido por seus votos no Colégio Eleitoral para a escolha do presidente da República. Em 4 de setembro de 1984, ACM protagoniza um *affair* com o ministro da Aeronáutica, Brigadeiro Délio Jardim de Mattos, e através da Rede Globo critica o militar⁵, “rompe” com o sistema e passa a apoiar abertamente Tancredo contra Maluf. Começava a ser costurada a sua nomeação como ministro das Comunicações da “Nova República”.

Como ministro, ACM conseguiu manter sob seu comando uma parcela razoável das repartições federais instaladas na Bahia ou fora dela, mas que tinham forte incidência sobre o estado, como a Sudene, então dirigida por Paulo Souto (Almeida, 1999, 448). Através dessas agências, ACM garante recursos para intervir na Bahia, atendendo demandas em todo o estado. Com a saída de Waldir Pires do ministério e seu posterior distanciamento de Sarney, já como governador do estado, o quadro pendeu ainda mais para ACM, agora muito próximo do presidente, em especial por seu papel na articulação política que permitiu à Sarney obter um mandato presidencial de cinco anos. Os estudos de Paulino Motter (1994 - I e II) demonstram de modo cabal, através de diversos dados, gráficos e interpretações, a utilização política que o ministério e o governo fizeram das concessões de rádio e televisão no período visando à obtenção do mandato de cinco anos. Waldir Pires colocou-se claramente contrário a esse expediente. Por conseguinte, a presença de ACM na Bahia, através do poder federal, não só se manteve, mas ampliou-se intensamente durante o governo Sarney.

Além da permanência pela via do poder e dos cargos federais, a persistência do carlismo também se mostra sedimentada em outros lugares relevantes da sociedade baiana. A afirmação da presença carlista no poder judiciário parece ser uma constante na política estadual. O significativo apoio de setores do empresariado baiano ao projeto carlista de modernização capitalista da Bahia também não pode ser considerado um componente desprezível. Essa modernização conservadora consegue costurar uma significativa teia de interesses compartilhados e de poderes que dão lastro político e econômico ao carlismo no estado. Cabe lembrar ainda que ACM e os seus aliados adquiriram um peso econômico igualmente importante no estado. Só a Bahiapar Participações e Investimentos Ltda., *holding* das empresas da família de ACM, por exemplo, engloba as seguintes em-

tar Dantas Neto, Paulo, 2000.

⁴ Isto é reconhecido pelo próprio ACM. Ver: Magalhães, 1995, 84 e 233.

presas: Bahia Telecomunicações Ltda., a Bahiasat Comunicações, a Santa Helena de Informática e Comunicações Ltda., a Bahia Eventos Ltda., a Empresa Baiana de Jornalismo (que edita o jornal *Correio da Bahia*), a Gráfica Santa Helena Ltda. e a Santa Helena S/A Incorporações e Construções (Farias, 2000, 312).

Outro dado essencial para o “retorno” do carlismo foi a incapacidade dos setores anticarlistas de constituir uma efetiva alternativa de poder, em termos político-administrativos no Estado e também na Prefeitura de Salvador. As experiências de governo no estado, entre 1986 e 1990, com Waldir Pires (1986-1989) e Nilo Coelho (1989-1990), e na cidade do Salvador, de 1985 até 1996, com Mário Kértész, Fernando José e Lídice da Matta, tiveram um desempenho bastante aquém das expectativas de mudança e do necessário enfrentamento dos graves problemas sociais, que atingiam a imensa maioria da população. Tais experiências de gestão contribuíram sobremodo para tornar possível o “retorno” do carlismo, primeiro ao governo estadual (1990) e depois ao governo municipal (1996).

Merece destaque o caráter conservador do anticarlismo que chegou ao poder estadual e municipal. Waldir Pires, através de amplíssimas alianças, forjou um governo composto por uma significativa presença das famílias políticas tradicionais, alijadas àquela altura pelo carlismo, e de “novas” oligarquias políticas regionais, como Nilo Coelho, escolhido vice-governador na chapa. Ele posteriormente viria a assumir o governo, em 1989, com a saída de Waldir Pires para concorrer à vice-presidência da República pelo PMDB, em dobradinha com Ulisses Guimarães, candidato à presidente.

No governo municipal, a situação manifesta-se como análoga. Mário Kértész, oriundo do carlismo, havia rompido com ACM e se bandeado para a oposição. Seu governo teve como marca um distanciamento expressivo da esquerda. O radialista Fernando José, que havia aproveitado a repercussão e o apelo popular de seus programas de rádio e televisão para se eleger prefeito, sempre esteve subordinado aos interesses das empreiteiras e, durante bom tempo, ligado ao grupo político do deputado Pedro Irujo, que vem transitando sucessivas vezes entre as siglas do PMDB e do PFL, em um movimento periódico de aproximação e distanciamento do carlismo. Finalmente, o governo Lídice da Matta, ex-militante do PC do B, certamente o nome mais progressista dentre todos estes, representou um singular momento de poder para a esquerda não-petista que, enfim, tentava um possível projeto de autonomização frente ao anticarlismo conserva-

dor. Entretanto, ela fez um governo caracterizado por um afastamento progressivo entre a Prefeitura e a esquerda.

A fragilidade de uma alternativa progressista ao anticarlismo conservador e ao carlismo fica evidenciada em todo o período, seja pelo caráter assumido e pelas políticas desenvolvidas nos governos anticarlistas; seja pela opção, em quase todo o período, do setor majoritário da esquerda em fazer alianças anticarlistas amplas; seja pela votação que os projetos políticos progressistas independentes obtêm nas inúmeras eleições acontecidas na época. O Partido dos Trabalhadores, por exemplo, em 1986 não apresentou candidato nas eleições, em um apoio velado à Waldir Pires, e em 1990, com candidato próprio a governador, ficou em quinto lugar com 112.233 votos, 3,46% dos eleitores (Franco, 1992, 214). Situação que começa a mudar a partir das eleições municipais de 1996.

A explicação da persistência do carlismo na Bahia reivindica ainda o acionamento de alguns outros componentes. Podem ser lembrados, além dos anteriormente citados, o atraso sócio-econômico do estado e o peso político-eleitoral significativo do interior e das pequenas cidades, em comparação com a capital e as cidades médias.

Sem subestimar a capacidade de aglutinação de interesses, o papel da liderança de ACM e os seus mecanismos de coerção, cooptação, controle e comando, a multiplicidade de dimensões assinaladas busca compor o complexo horizonte elucidativo da persistência e desenvolvimento do carlismo. Mas, apesar de sua influência nada desprezível, tais componentes não se apresentam como suficientes, conforme a hipótese central deste texto, para a compreensão da permanência e principalmente da expansão estadual e nacional da figura de ACM e do carlismo. Desse modo, cabe introduzir na cena política um outro componente essencial a uma sociabilidade estruturada e ambientada pela mídia: as estratégias político-midiáticas conformadas para adaptarem e realizarem a política nas novas circunstâncias sócio-políticas contemporâneas.

Política em tempos e espaços de mídia

Fica difícil precisar o momento inicial de “sensibilização” e de surgimento da percepção de ACM acerca da relevância da mídia, enquanto investimento político, na atualidade. Certamente sua anterior atividade de jornalista pode ter influenciado em tal “sensibilidade”. A realização de documentários sobre suas obras que alteraram a configuração urbana de

Salvador, ainda como prefeito nos anos 60, manifesta já esta “sintonia”. Fred de Góes, em outro exemplo, comentando a fotografia publicada no *Diário Oficial* de 24 de janeiro de 1975, na qual ACM aparece junto com Dodô e Osmar, assinala que Antônio Carlos Magalhães “...não costuma perder oportunidade em nada que tenha repercussão junto ao grande público” (Góes, 1982, 82). Mesmo as perseguições ao *Jornal da Bahia* (anos 70) e à *Tribuna da Bahia* (anos 80 e 90), pelo negativo, apontam sua preocupação com o papel político desempenhado pela mídia (Almeida, 1999, 262-267 e 412).

Igualmente torna-se uma tarefa difícil entender porque a escolha do Ministério das Comunicações. Várias versões apontam a ligação entre ACM e Roberto Marinho, da Rede Globo, como o dado explicativo para a opção de Tancredo Neves pelo político baiano para aquele ministério. As motivações da escolha, por mais importantes que sejam para elucidar o episódio, tornam-se certamente secundárias, diante da mudança drástica no caráter do órgão empreendida pela nova gestão. Gilberto Almeida acredita mesmo que o ministério “marca a virada” de ACM, no sentido que o atualiza e o sintoniza com as novas condições de sociabilidade (Almeida, 1999, 390). Independente da aceitação dessa fronteira, em verdade, sob o comando de ACM, o ministério sofre uma significativa guinada. De um ministério encarado como quase técnico, sempre ocupado, desde que foi criado em 1967, por militares ou técnicos, ele passa a ser orientado por uma visão eminentemente política. Tal diretriz se expressa seja no papel de articulação que começa a desempenhar, seja por conceber as concessões, não só na perspectiva de uma relação de apadrinhamento como então acontece, mas como uma preciosa moeda de negociação no jogo político. O valor dessa moeda está alicerçado na percepção, fina e simultaneamente perversa, do poder de intervenção política inscrito na mídia contemporânea e na sua possibilidade de manipulação, ensejado pelo controle da concessão.

ACM não utilizou as concessões como moeda de troca somente no apoio aos cinco anos de mandato presidencial para Sarney, aproximando-se mais ainda do presidente. Em um patamar de atuação regional, ele destinou, para a Bahia, 96 concessões de rádio e seis de televisão, isto é, 10,2% do total de concessões efetuadas pelo ministério. Mais que isso, os “*aliados políticos (deputados e prefeitos), parentes e amigos do ex-ministro foram deliberadamente os grandes beneficiários na Bahia*” (Motter, 1994—II, 109).

Anteriormente havia acontecido um outro episódio essencial para a construção do dispositivo que, ao propiciar a “atualização” político-

mediática de ACM e do carlismo, potencializa o poder de sua intervenção. Trata-se da conquista, em 1987, do direito de retransmitir na Bahia a programação da Rede Globo de Televisão. Até então a TV Bahia, inaugurada em março de 1985 pela família de ACM, transmitia a Rede Manchete, enquanto a TV Aratu, ligada à família Viana, estava vinculada ao esquema Globo. Com o episódio, a TV Bahia ganha o direito de veicular a programação da rede, tornando-se rapidamente a emissora líder de audiência no estado. Essa mudança foi considerada por muitos como uma retribuição de Roberto Marinho ao apoio do Ministério no polêmico caso da NEC, adquirida pela Globo, e que resultou inclusive em uma CPI.

Todos esses movimentos possibilitam que ACM e o carlismo passem a dispor de uma rede de televisão, com índices de audiência bastante elevados (algo em torno dos 60 a 70%), que conecta praticamente toda a Bahia. Além disso, eles mantêm uma ampla rede de rádio, também presente em todo o estado. A mídia eletrônica encontra-se, em boa medida, sob o controle de seu grupo político. ACM monta um verdadeiro partido eletrônico que, cotidianamente, atinge, funciona e exercita poder em toda a Bahia (Lemos, 1997). Aliás, a utilização do poderio desse partido eletrônico tem sido uma constante na Bahia. A instrumentalização política da TV Bahia já está documentada inclusive em alguns estudos (Almeida, 1996 e Santos, 1997).

Um partido eletrônico pode ser pensado como sendo uma apropriação partidarizada daquilo que Octávio Ianni chamou de “príncipe eletrônico” (Ianni, 1998), instituto fundamental à dinâmica política (na contemporaneidade), tal como o foram o príncipe no Renascimento para Maquiavel e o partido, príncipe moderno, conforme Antonio Gramsci.

Mas o poder político-midiático de ACM não se restringe à Bahia. Suas relações privilegiadas com Roberto Marinho fazem com que ele disponha de um imenso capital político: o livre acesso e trânsito continuado

Quadro 1 – Resultados Eleitorais de ACM

Ano	Cargo	Partido	Votação	Colocação
1958	Dep. Federal	UDN	18.446	10° no Estado
1962	Dep. Federal	UDN	19.617	9° no Estado
1966	Dep. Federal	Arena	59.077	2° no Estado
1990	Governador	PFL	1.642.726	1° no Estado
1994	Senador	PFL	1.926.500	1° no Estado

Fonte: Folha de São Paulo, 31 de Agosto de 1997 citado em Blumm, 2000, p. 190.

na tela, em “lugares” destacados de espaço eletrônico nacional, para constantemente fazer política. Com tal poder de acesso e trânsito, ACM pode, como ninguém, agendar temas, impor enquadramentos, difundir ideários, produzir e desconstruir imagens públicas a até silenciar adversários e assuntos incômodos. Enfim, sua intervenção político-midiática torna-se ainda mais potente.

A dinâmica político-midiática somente começa a ser revertida com a ascensão dos filhos de Roberto Marinho à direção da Globo e tem como marco inicial o recente episódio da divulgação pela Rede Globo das acusações de Nicéia Pitta, que terminaram por envolver ACM. A partir do episódio, a situação de afinidades eletivas entre ACM e a Rede Globo parece, pelo menos, tornar-se bem menos imediata e previsível.

Mas a presença política de ACM na mídia nacional não pode ser imputada apenas às suas relações privilegiadas com Roberto Marinho e a Rede Globo. Nessa emissora, mesmo programas aparentemente livres da ingerência mais contundente da direção, como o *Casseta & Planeta, Urgente*, caracterizado por um humor cáustico e demolidor para com os políticos, dentre eles o presidente da República, têm aberto espaço para ACM. Mais do que isso, o programa enfatiza uma imagem pública de ACM, na qual são destacados aspectos como seu poder de mandar, inclusive na Bahia (como pai e/ou como dono), sua ascendência sobre FHC e sua baianidade (Carneiro, 2000). Como pode-se perceber facilmente, tais “qualificativos” associados ao personagem ACM, antes de possuírem um caráter corrosivo, como em regra acontece no programa, reforçam uma imagem pública que, se negativa pelo verniz regionalista, por vezes autoritário e até provinciano, aparece como (surpreendentemente?) positiva pela afirmação da capacidade de mandar e decidir, imprescindível aos políticos, especialmente quando encontram-se instalados em lugares de poder⁶.

ACM não é propriamente fotogênico, ou melhor “telegênico”. Sua (tele)presença constante no espaço eletrônico não pode ser resolvida, sem mais, pela suposta predileção da mídia por rostos, corpos e gestos políticos belos. Tal suposição implica uma resolução fácil (e frágil) das complexas relações contemporâneas entre política e mídia. Aqui, como em geral,

⁵ A revista *Veja* de 16 de janeiro de 1985 registrou que pela primeira vez em 20 anos um civil levantava a voz para um militar no país (Almeida, 1999, 381).

⁶ Tais conclusões, ainda preliminares, fazem parte da pesquisa em andamento acerca das Novas Configurações da Política na Idade Mídia, coordenada por Antonio Albino Canelas Rubim e apoiada pelo CNPq. Mais especificamente, a análise está sendo

Quadro 2 – Eleições para Governador da Bahia pós-ditadura

Colocação	Candidato	Partido	Ano	Nº de votos absolutos
1º	Waldir Pires	PMDB	1986	2.670.000
2º	César Borges	PFL	1998	2.410.000
3º	Paulo Souto	PFL	1994	2.230.000
4º	ACM	PFL	1990	1.640.000

Fonte: *A Tarde*, Salvador

ela pouco se sustenta. De maneira semelhante, também não pode ser atribuída à ACM nenhuma (super)capacidade de espetacularização da política, tão ao gosto de alguns “estudos” que “explicam” toda a dinâmica política na atualidade através de uma presumida potência da mídia, que subsumiria toda a política ao espetacular, realizando essa noção mágica. Cabe, por conseguinte, buscar itinerários mais consistentes de elucidação da intensa presença político-midiática de ACM, agora em patamar decididamente nacional.

De modo algum pode ser esquecida a dimensão política. O capital político acumulado, os lugares de poder ocupados e o seu traquejo no jogo político não devem ser olvidados. Como desdenhar o grande poder conquistado na Bahia; o lugar por ele ocupado no cenário político nacional, com destaque para sua atuação na costura e manutenção da aliança PFL–PSDB e na condução das reformas (neoliberais) no parlamento nacional, além de sua situação de presidente do Senado e do Congresso Nacional entre 1997 e 2001, quando potencializou o cargo, além de suas capacidades políticas individuais, tais como aglutinação e representação de interesses, liderança, articulação e prospeção. Em suma, diferente do que imaginam certos autores (pós-modernos), a dinâmica eminentemente política aparece como essencial para iluminar a continuada presença de ACM no cenário nacional, midiático e político. Ele, sem dúvida, ao adquirir toda essa autoridade, transformou-se em personalidade de domínio e interesse públicos, com uma notoriedade assegurada. Em suma, alguém a ser escutado (sempre).

Mas ressaltar a dimensão política, também não pode servir para obscurecer a atualização de seu comportamento que, simultaneamente adequando-se às condições do novo contexto e mantendo traços originários de outros momentos históricos, realça essa presença e a intervenção política do líder baiano.

Outro componente nessa perspectiva tem que ser considerado. Sua habilidade de tornar-se uma fonte preciosa para a imprensa, malgrado seus

atritos com profissionais de comunicação. O conhecido jornalista Marcos Sá Corrêa chegou a escrever que ACM:

“...é, de longe, o político brasileiro que melhor trafica com a moeda de mais alta cotação nesse mercado, a única universalmente válida para comprar espaço na imprensa ano após ano, regime após regime. Essa moeda é a notícia” (Corrêa apud Magalhães, 1995, 16).

Pouco adiante, o jornalista enumera ainda alguns traços que reforçam esse lugar de fonte privilegiada: a capacidade de dar impressão de sempre saber tudo e a mania de se informar, que faz dele uma espécie de arquivista, que sabe de sua vida e da alheia. Com isso, ACM passa a dispor de um grande trunfo político: *“...o fato de ser reconhecido como um assunto jornalisticamente interessante”* (Corrêa apud Magalhães, 1995, 17).

Acontece que esse papel de fonte pode ser exercido de maneiras muito diferenciadas, variando desde um acionamento esporádico, do tipo depoimento de um homem comum, até uma fonte contínua e reverenciadamente ouvida. Inscrito no interior da pesquisa anteriormente citada na nota quatro, um subprojeto em andamento acerca das aparições de ACM no jornal *Folha de São Paulo*, tomando como *corpus* os anos recentes (2000 e 2001), sugere que o político baiano ocupa o lugar de uma fonte sistematicamente ouvida.

Recorrer ao jornal parece indicado, pois ele parece, em princípio insuspeito, de qualquer veleidade pró-ACM. Como porta-voz da elite modernizante paulista, portanto isento de qualquer tentação regionalista, que não a paulistana, o jornal reiteradamente tem se afirmado como cônsocio de seu papel de vanguarda ideológica da modernização capitalista do país, emitindo um conjunto de exigências para que esse projeto se implemente.

Quadro 3 – Eleições para Senador da Bahia pós-ditadura

Colocação	Candidato	Partido	Ano	N de votos absolutos
1°	Paulo Souto	PFL	1998	2.580.000
2°	Ruy Bacelar	PMDB	1986	2.030.000
3°	ACM	PFL	1994	1.920.000
4°	Jutahy Magalhães Jr.	PMDB	1986	1.880.000
5°	Waldeck Ornélas	PFL	1994	1.280.000

Fonte: *A Tarde*, Salvador

Fácil entender que ACM – um líder de acentuada tradição, de forte inserção regional e de características não tão modernas e cosmopolitas, em conformidade com o receituário expresso pela *Folha de São Paulo* – não tenha a simpatia e o beneplácito do jornal. Sua cotidiana presença na gazeta deve ser resolvida então pelo acionamento de outros fatores explicativos.

A investigação em andamento, ainda sem resultados conclusivos, parece sugerir que, apesar da ambivalente relação de ódio e admiração, ACM ocupa lugar de uma “fonte oracular” no diário. A noção de “fonte oracular”, desenvolvida por Emiliano José Silva Filho (1999), define um tipo de fonte sistemática e reverencialmente ouvida sobre os assuntos considerados relevantes, mas de teor variado, podendo ou não estar circunscritos ao campo de competências de especialista e da função político-administrativa do entrevistado. No período, ACM torna-se fonte obrigatória do jornal para um sem número de temáticas, em especial, aquelas que envolvem os rumos do país. O diário paulistano termina reconhecendo nele implicitamente um lugar de eminência parda do governo FHC. Se o *Casseta & Planeta, Urgente* afirma essa situação para fazer rir, a *Folha de São Paulo* parece assumi-la decididamente, através do lugar de fala privilegiado no qual instala a fonte ACM.

Imanente às estratégias político-midiáticas efetivadas por ACM, emergem dispositivos outros acionados para produzir uma imagem pública e uma identidade social articuladas, que dêem substância e viabilizem a sua atuação na Idade Mídia brasileira. Urge dizer algumas palavras sobre esses tópicos essenciais.

Sigla, imagem e identidade

A transformação de Antonio Carlos Magalhães em ACM parece ter sido paulatina, talvez consciente. O ex-presidente do Senado, inclusive, tem orgulho da sigla que o nomeia. Ele chegou a dizer: “*Só duas siglas pegaram neste país: JK e ACM*” (Magalhães, 1995, 46). Entretanto, a associação pretendida entre a sigla e os qualificativos Ação, Competência e Moralidade foi produzida intencionalmente na sua campanha para retorno ao governo estadual em 1990. Tais associações naquela conjuntura serviam para diferenciá-lo, pela (auto)reivindicada ação e eficiência, de Waldir Pires (rotulado pelo carlismo na época como Waldir moleza) e, pela (auto)proclamada probidade, de Nilo Coelho, além de inscrevê-lo em uma onda, na qual o tema da corrupção aparece como central e muito sensível

à população, como havia demonstrado a eleição do “caçador de marajás”, no ano anterior.

Acerca do discurso carlista, Paulo Fábio, no estudo anteriormente citado, fez o seguinte comentário:

Em sua performance de fênix, o carlismo reforçou a dimensão paroquial de seu discurso, usando a imagem de maus baianos para estigmatizar os adversários vencidos, apelando para os brios de uma baianidade ferida por fracassos administrativos e anunciando uma nova era de reconstrução e progresso (ação, competência e moralidade) para a Bahia, que passaria a ser uma virtual ilha de prosperidade num país tomado pela recessão e por uma crise de credibilidade política (Dantos Neto, 2000, 77).

A afirmação da associação intentada nesses qualificativos busca desde então ser reforçada pelo e para o grupo carlista. Assim, nas eleições municipais de 2000 para a Prefeitura Municipal de Salvador, os temas da ação e da competência foram, mais uma vez, insistentemente reiterados como qualidades do candidato Antônio Imbasshay (PFL), por contraposição aos seus opositores destituídos de tais atributos⁷. A sigla parece adquirir uma dinâmica própria. No Pelourinho, mais recentemente, a marca ACM foi retraduzida em uma praça intitulada Artes, Cultura e Memória.

A dimensão nacional alcançada por ACM na última década e especialmente suas pretensões presidenciais têm feito que a esses qualificativos busquem ser associados outros, com destaque para aqueles de apelo popular, atentos aos problemas sociais. Não por acaso, a insistência de ACM em assumir um discurso e uma atuação publicamente mais voltados para temáticas sociais. Fundo de combate à pobreza, aumento do salário mínimo (acima da proposição do governo que integra) e CPI do judiciário, visando resgatar moralmente e melhorar seu acesso e funcionamento. Aliás, a imagem de paladino contra a corrupção vem sendo perseguida com empenho por ACM, inclusive em episódios bem recentes. A afirmativa de Marcos Sá Corrêa—“*ACM difere de Antônio Carlos Magalhães por ser um monstro mitológico*” (Corrêa apud Magalhães, 1985, 13)—apresenta-se como totalmente justificada. A sigla ACM sintetiza o ponto de chegada do percurso de Antônio Carlos Magalhães em direção ao mito, sua marca em estado mais puro.

realizada por Adriana Jacob Carneiro através do subprojeto Comunicação e Política: uma Análise do *Casseta & Planeta, Urgente*.

⁷ Observações também preliminares da pesquisa em andamento intitulada Estratégias

Quadro 4 – Eleições para Prefeito de Salvador pós-ditadura

Colocação	Candidato	Partido	Ano	Percentual do total de votos
1°	Mário Kértész	PMDB	1985	61,60%
2°	Lídice da Mata	PSDB	1992	47,19%
3°	Antônio Imbasshay	PFL	2000	47,14%
4°	Antônio Imbasshay	PFL	1996	43,36%
5°	Fernando José	PMDB	1988	33,78%

Fonte: *A Tarde*, Salvador

A sigla ACM e a imagem pública a ela associada necessitam sistematicamente ser inscritas e reivindicam mesmo um texto identitário, a baianidade, somente no qual parecem ganhar sentido. ACM, para o mal e para o bem, inclusive dele mesmo e de seus planos políticos, apresenta-se como, antes de tudo, um político que ama a Bahia, que a defende acima de qualquer coisa. A baianidade então se traduz, em uma primeira significação, como esse amor à Bahia. Mas ela não se limita a esse sentido semântico. Ela reivindica uma pertença e uma apropriação de signos do texto identitário da baianidade⁸, um orgulho de ser e se afirmar baiano. Além disso, o texto configura uma via de acesso privilegiada à tradição, a uma ancestralidade assumida pelos baianos, a um mito de raiz, que encara a “boa terra” como nascedouro da pátria e da brasilidade. A Bahia aqui se reivindica, com orgulho, como um lugar de tradições, sejam elas de suas famílias e elites oligárquicas, sejam elas de seu povo, sertanejo ou afro-descendente.

Para assumir esse texto da baianidade, ACM e o carlismo se apossaram das cores da Bahia e de sua(s) bandeira(s), utilizadas continuamente nas campanhas eleitorais do grupo. Mas não só se apropriam das cores e da bandeira: os signos da baianidade, oriundos da tradição afro-descendente

político-midiáticas na eleição de 2000 para a prefeitura de Salvador.

⁸ Retomo aqui a noção proposta por Milton Moura (2000, 173-272), por entender que a baianidade opera como um texto identitário, através do qual os baianos se representam e a Bahia encontra-se hoje representada no cenário nacional e internacional. Tal texto identitário, como aliás qualquer construção de identidade sócio-cultural, tem sido produzido por um conjunto complexo e heterogêneo de falas, de práticas e de sujeitos, em posições de força muito diferenciadas. Apesar das tentativas de harmonização e apagamento desses conflitos e da busca de imposição de um universo simbólico comum, tem-se como resultante um texto contaminado, de modo diferenciado a depender das correlações de forças, por tensões, ambigüidades e possibilidades distintas de leitura, também elas virtualmente em disputa nas arenas públicas da sociedade. Tal postura distancia-se, por conseguinte, de interpretações que reduzem tal texto unilateralmente a uma mera ideologia e parecem contentes em fazer sobressair o texto da baianidade como construção de somente alguns poucos sujeitos sociais e

ou cristã, pelo menos desde a campanha de 1990, integram-se decididamente ao arsenal de recursos simbólicos utilizados para dar identidade e produzir a imagem de ACM e, em seqüência, de sua família política (Neto, 1992). Outro procedimento operado nessa transição em termos de mudança de imagem acontece com a intentada transformação do “Toninho malvadeza” em “Toninho ternura” ou em “ACM, meu amor”.

A assimilação – e simultaneamente a (re)criação – da baianidade por ACM não se inicia, entretanto, com a estratégia político-midiática de retorno do carlismo, ainda que se intensifique enormemente nesse processo, ganhando lugar privilegiado no imaginário, como se deseja demonstrar nesse texto. Toda a ênfase da política de turismo do estado, quando governado por ACM e seus afilhados, desde os anos 70, tem como ideólogo maior Paulo Gaudenzi e se propõe a louvar a Bahia a partir de suas belezas naturais e de suas tradições culturais, com destaque para aquela de verniz afro-descendente, todas elas inscritas indubitavelmente no texto da baianidade (Gaudenzi, 1999). Ele serve de inspiração a essas políticas e, ao mesmo tempo, tem no turismo um de seus focos de (re)criação e irradiação mais potentes (Farias, 2000, 230-316 e Almeida, 1999, 302-309).

Também a política cultural implementada nos governos carlistas busca se associar e mesmo (re)ler esse texto. Não parece estranho que esses governos estaduais façam convergir, inclusive institucionalmente, os órgãos de cultura e turismo da Bahia, conformando uma unitária Secretaria de Cultura e Turismo, atualmente dirigida por Paulo Gaudenzi, como se viu um mentor da conjunção entre turismo, cultura e baianidade.

A associação, assimilação e apropriação do texto identitário da baianidade operado de modo intencional e sistemático pelo carlismo não se restringe às atividades políticas, como campanhas eleitorais, nem se circunscreve à implementação de políticas oficiais de cultura e de turismo. Aciona-se também o potente partido eletrônico, constituído no estado. A TV Bahia e depois a Rede Bahia, formada pela televisão e por quase todas as emissoras do interior do Estado, têm lugar destacado na socialização, cristalização, construção, apropriação e divulgação do texto da baianidade (Rubim, 2000 – I).

Uma competente campanha de *marketing* institucional da TV Bahia buscou realizar essa conjunção. Edson Farias, na sua tese de doutorado, observa o interesse da direção da televisão em:

“...definir eles que aproximassem a emissora de uma ‘regionalidade baiana’; ou, segundo as palavras da própria direção, a intenção de moldá-la, dar-lhe uma

‘cara da Bahia’, porque sua imagem ‘estava restrita à de repetidora da Globo e faltava identidade entre o veículo e a comunidade’(Farias,2000,234)

O maior desafio desse engenhoso procedimento, sem dúvida, deriva da obrigatória existência de uma rígida e ampla grade de programação em rede, imposta e produzida de modo centralizado pela Globo. Apesar disso, a TV Bahia engendrou um conjunto articulado de iniciativas, que a associaram intimamente à imagem da Bahia e ao texto da baianidade. Muitas dessas iniciativas, em especial os eventos de entretenimento cultural, como o Projeto Verão lançado em 1992, obtiveram grande repercussão, levando o grupo empresarial da família de ACM a investir fortemente nessa área, inclusive através de novas empresas, como a Bahia Eventos Ltda. O projeto, por exemplo, pretendia “...*integrar o veículo à comunidade, tornando a TV mais baiana e(...) criar novas opções de lazer para a população e os turistas*” (Farias, 2001,234). Recentemente um novo e significativo passo nessa perspectiva foi dado pelo grupo empresarial com a criação da TV Salvador. Um canal, inserido na rede NET de TV à cabo implantado na cidade, totalmente voltado à Cidade da Bahia, a partir de uma proposta cultural imersa nos signos do texto identitário da baianidade.

Todo esse investimento amplifica enormemente a presença do texto identitário da baianidade, além de fazer prevalecer uma leitura específica desse texto. Assim, ACM e o carlismo se inscrevem com facilidade no texto da baianidade, pela via dessa leitura particular. Amoldam e cimentam uma identidade com a Bahia, que, muitas vezes, torna-se aceita, sem mais, inclusive por seus adversários políticos, em especial aqueles não baianos. A imagem do dono, do vice-rei ou do pai da Bahia apenas estigmatizam essa percepção, naturalizando-a, permitindo sua utilização mesmo em programas com pretensões demolidoras, como o *Casseta & Planeta, Urgente*.

Se a “*imagem do pai tradicionalmente legítima o poder*”, como assinalou Schwartzberg (1978,83), dentre outros autores⁹, e se a imagem paterna tem um significativo peso político nas organizações e nas práticas de poder no Brasil, como sugere, por exemplo, Ricardo Bresler (2000), tem-se aqui uma possibilidade explicativa para o poder de ACM, uma outra costura simbólica que alimenta o seu poder. Cultuar a imagem do pai(nho) da Bahia aparece como outra face das suas estratégias político-midiáticas de

políticos, como, por exemplo, acontece em Almeida (1999).

⁹ Sigmund Freud acredita mesmo que da atração pelo pai emana a base da necessidade coletiva de autoridade (Freud, 1967, 148-149).

acumulação de poder. No lugar de pai, o “cabeça branca”, como também tem sido denominado, pode exercer seu domínio enquanto provedor que assegura benefícios – efetivos ou fictícios, mas percebidos como tal – em troca da aceitação de sua liderança. A designação “cabeça branca”, em outra dimensão de sentido, também conectada à ordem simbólica do pai, pode fazer emergir dois outros conteúdos semânticos associados tradicionalmente a essa figura: a experiência e a sabedoria.

Tal autoridade exercida, ora com afetividade e fraternidade, ora com severidade e violência, com suas atitudes previsíveis ou intempestivas, legitima-se então com base nessa situação de um patriarca familiarizado com os valores comuns e identitários, inscritos no texto da baianidade. Aliás, como salientou Milton Moura (2001, 260-262), o texto da baianidade tem como um de seus componentes nucleares a familiaridade. Um modo de agir ambivalente que supõe a Bahia como uma terra de comadres e compadres, na qual todos se relacionam como pessoas e com acentuada pessoalidade, escamoteando as imensas desigualdades sociais existentes e a dificultada constituição da cidadania no estado. Nesse contexto, a expressão “família baiana” do radialista e político França Teixeira adquire pleno sentido. A figura do pai/patriarca, em suma, integra-se à política, não só através da interação entre o político/pai e a população, aqui nitidamente infantilizada, mas também conformando uma cultura de organização política impregnada por um forte recorte familiar e patriarcalista.

Algumas palavras finais

O itinerário traçado até aqui buscou demonstrar a atualização da intervenção política-midiática de ACM e do carlismo, na perspectiva de um movimento de adequação ao novo momento societário brasileiro, caracterizado como uma sociabilidade estruturada e ambientada pela mídia, por consequência apresentando alterações significativas nos diversos campos sociais em decorrência da midiaticização da sociedade. Sugerir tal atualização não significa desconhecer a (co)existência, em novo contexto de sentidos, de modalidades de realização da política, tais como o clientelismo, o autoritarismo e o patriarcalismo. Afirma-se aqui a possibilidade de convivência, por vezes tensa, outras vezes harmoniosa, de tais modos de fazer política. Afirma-se fundamentalmente que a intervenção político-midiática passa a ser imprescindível, em situações normais nessa nova circunstância societária. Justo essa percepção propõe-se que esteja desenvolvida em ACM

e no carlismo, o que enseja a vigorosa trajetória de poder desse personagem na política baiana e brasileira recentes.

Tomando-se a proposição de Weber sobre os tipos de dominação, pode-se acompanhar essa dinâmica de miscigenação dos modos de fazer política. Aliás, o próprio Weber, no concernente aos tipos de dominação, já sugere como “...*extremamente raras as associações de dominação pertencentes somente a um ou a outro dos tipos ‘puros’*” (Weber, 1998, 173). Observe-se então os tipos de dominação exercidos por ACM. Ela aparece, em uma primeira aproximação, como racional, porque, pelo menos desde 1985, acontece dentro de um ordem legal e legítima no país. Ela ancora-se na tradição, desde que, como analisado, recorre politicamente à figura do pai/patriarca e assume muitos dos signos de tradições vigentes com base no texto identitário da baianidade.

Nessa perspectiva, não pode ser considerado esquisito encontrar um retrato de ACM ao lado de um “santo” cristão ou um “orixá” do candomblé em algumas casas populares ou comerciais, como acontece no Pelourinho, por exemplo. A foto, incentivada pelas autoridades, pode expressar uma verdadeira convicção de proteção do santo/orixá/pai ou apenas servir de senha de “fidelidade” para “proteger” do despotismo político. Essa relação nítida de mitificação pode ser encontrada reiterada em materiais midiáticos, como, por exemplo, na esplendorosa tomada inicial do horário eleitoral gratuito levado ao ar na campanha de Imbassahy nas eleições de 2000. Por fim, ela retém traços carismáticos do líder ACM, como sua capacidade de articulação política, sua paixão pela política, seu mando autocrático. Tais traços carismáticos têm sido potencializados, na nova circunstância societária, pelos dispositivos midiáticos, a favor ou contra as pretensões do personagem político.

O poder conquistado na Bahia e no Brasil, pelo acionamento sintonizado de estratégias político-midiáticas, sem dúvida, mostra-se vigoroso. Governar a quase totalidade – entre 390 e 400, conforme as variadas estatísticas – dos 417 municípios baianos, inclusive Salvador e Feira de Santana, e ter uma cota pessoal de dois ministérios no governo FHC, além de ter indicado inúmeros outros cargos importantes, só para citar dois indicadores insofismáveis, demonstram cabalmente o poder acumulado por ACM. Isso não permite, entretanto, esquecer as tensões e, em seqüência, as limitações engendradas pelo processo de conquista e manutenção de poder. Não se pode desconhecer, nem menosprezar, as votações pessoais de ACM ou do carlismo, como pode-se observar nos quadros em anexo, nem a persistência de um anticarlismo na Bahia, seja ele conservador ou de es-

querda. Igualmente não se deve olvidar os obstáculos encontrados por ACM em um patamar nacional, seja as características regionalistas da liderança carlista, seja aos seus modos tradicionais de fazer política, seja as marcas autoritárias inscritas em seu passado e no seu presente, para lembrar apenas algumas das dificuldades enfrentadas pelo político baiano em uma dimensão nacional.

A história recente de ACM e do carlismo conforma-se, por conseguinte, como poderosa e polêmica. Aglutina enormes interesses, mas simultaneamente desperta intensos contrapontos. A oposição aberta, velada ou latente a suas modalidades de intervenção político-midiática certamente insere ACM e o carlismo em uma dinâmica de contradições e em um campo de forças, que reafirmam uma história aberta e em processo. Nela, a única certeza que se pode possuir é que essa luta acontece agora através de estratégias político-midiáticas cada vez mais elaboradas em sua sintonia fina, para o mal ou para o bem, com a Idade Mídia.

Bibliografia

- ALMEIDA, Gilberto Wildberger de. *Política e mídia na Bahia (com ênfase na trajetória de Antônio Carlos Magalhães)*. Salvador, Faculdade de Comunicação - Ufba, 1999 (tese de doutorado).
- ALMEIDA, Leila. O discurso político de ACM analisado a partir de suas formas de estruturação no cobertura dos telejornais da TV Bahia e TVE. Salvador, 1994 (monografia para o Projeto de Pesquisa Mídia e Eleições de 1994: cenários eleitorais, jornalismo político e propaganda política)
- _____. *A vitrine do poder: análise da definição das candidaturas à sucessão municipal/96 em Salvador através do BA TV 2ª Edição*. Salvador, Facom - Ufba, 1996 (trabalho de conclusão da graduação).
- BLUM, Márcia. Possibilidades e constrangimentos à autonomia política dos municípios brasileiros: o caso de Salvador (1963-1996). In: *Organização & Sociedade*. Salvador, (18):183-198, maio - agosto de 2000.
- BRESLER, Ricardo. O pai e as organizações: práticas de poder no Brasil. In: *Organização & Sociedade*. Salvador, (18):125-140, maio/agosto de 2000.
- BROTAS, Antonio Marcos Pereira. *A cobertura do jornal A Tarde nas eleições municipais de 1966 em Salvador*. Salvador, Facom - Ufba, 1997 (trabalho de conclusão da graduação).
- CAMPOS, Ana Carolina Freire de. *A imprensa e a política na Bahia: um estudo comparado da cobertura das eleições/90 nos quatro jornais*. Salvador, Facom - Ufba, 1991 (trabalho de conclusão da graduação).
- CARNEIRO, Adriana Jacob. Comunicação e política: uma análise do Casseta & Planeta, Urgente. Salvador, Facom-Ufba, 2000 (Relatório preliminar de pesquisa – Texto inédito).

- CORDEIRO, Maria Consuelo Saphira. ACM: uma história em andamento. Salvador, FFCH-UFBA, 1997 (texto inédito).
- DANTAS NETO, Paulo Fábio. Caminhos e atalhos: autonomia política, governabilidade e governança em Salvador. In: IVO, Anete Brito Leal (org.) *O poder da cidade. Limites da governança urbana*. Salvador, Edufba, 2000, p.51-83.
- FARIAS, Edson. *Ócio e negócio: festas populares e entretenimento – turismo no Brasil*. Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas - Unicamp, 2000 (tese de doutoramento).
- FERREIRA, Marinalva Alves. *Campanha política eleitoral para a prefeitura de Salvador: uma análise comparativa entre os jornais A Tarde e Correio da Bahia*. Salvador, Facom -Ufba, 1992 (trabalho de conclusão da graduação).
- FRANCO, Tasso. *O círculo do poder na Bahia*. Salvador, Editora FPE, 1990.
- FRANCO, Tasso. Waldir x ACM, a disputa na terra de todos os santos. In: GRANDI, Rodolfo; MARINS, Alexandre e FALCÃO, Eduardo (orgs.) *Voto é marketing...o resto é política*. São Paulo, Loyola, 1992, p.199-214.
- FREUD, Sigmund. *Moisés et le monothéisme*. Paris, Gallimard, 1967.
- GAUDENZI, Paulo. *Operário do turismo. Retalhos de idéias e pensamentos*. Salvador, Omar G Editora, 1999.
- GÓES, Fred de. *O país do carnaval elétrico*. Salvador, Corrupio, 1982.
- GUIMARÃES, Ary e NETO, Joviniano (orgs.) *O voto da mudança: eleições Bahia/86*. Salvador, Egba/Serpro, 1988.
- IANNI, Octávio. O príncipe eletrônico. In: *Primeira Versão*. Campinas, (78):1-30, novembro de 1998.
- LEMOS, Jane. *Rádio e televisão na Bahia: o partido eletrônico de ACM*. Salvador, Facom - Ufba, 1997 (trabalho de conclusão da graduação).
- MAGALHÃES, Antonio Carlos. *Política é paixão* (entrevista). Rio de Janeiro, Revan, 1995.
- MATTOS, José Batista Freitas. *ACM: o mito*. Salvador, BDA, 1996.
- MELLO, Clarissa. As várias faces de ACM em 25 anos de Tribuna da Bahia. In: *Pauta Geral*. Salvador, 3(3):72-86, janeiro - dezembro de 1995.
- MOTTER, Paulino. *A batalha invisível da Constituinte. Interesse privado versus caráter público da radiodifusão no Brasil*. Brasília, Ciência Política – Unb, 1994 (dissertação de mestrado).
- MOTTER, Paulino. O uso político das concessões das emissoras de rádio e televisão no governo Sarney. In: *Comunicação & Política*. Rio de Janeiro, 1(1):89-115, agosto - novembro de 1994 (nova série).
- MOURA, Milton. *Carnaval e baianidade. Arestas e curvas na coreografia de identidades do carnaval de Salvador*. Salvador, Facom - UFBA, 2001 (tese de doutoramento).
- NETO, Joviniano. Eleições baianas de 1990: velhas e novas polarizações. In: *Revista de Filosofia e Ciências Humanas*. Salvador, (3):5-40, setembro de 1992.
- OLIVEIRA, Francisco de. *O elo perdido. Classe e identidade de classe*. São Paulo, Brasiliense, 1987.
- RUBIM, Antonio Albino Canelas. Democracia, cultura e comunicação. In: *Cadernos do Ceas*. Salvador, (100):56-62, novembro - dezembro de 1985.

- _____. Comunicação, mídia e cultura na Bahia contemporânea. In: *Bahia. Análise & Dados*. Salvador, 9(4):74-89, março de 2000.
- _____. *Comunicação & Política*. São Paulo, Hacker, 2000.
- SANTOS, Luciana Silva. *Política e mídia: Salvador na era dos plurais. (A construção da imagem pública da Prefeitura de Salvador – Gestão Lídice da Mata – pelo BA TV 2ª Edição)*. Salvador, Curso de Comunicação da Universidade do Estado da Bahia, 1997 (trabalho de conclusão das graduação).
- SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. *O estado espetáculo*. São Paulo, Difel, 1978.
- SEIXAS, Lia da Fonseca. *A retórica do absoluto: um discurso de atos declaratórios em A Tarde sobre as campanhas de ACM para o governo do estado da Bahia*. Salvador, Facom - Ufba, 1996 (trabalho de conclusão da graduação).
- SILVAFILHO, Emiliano José. *Constituição de 1988, as reformas e o jornalismo de campanha*. Salvador, Facom-Ufba, 1999 (tese de doutorado).
- TEIXEIRA, Tattiana Gonçalves. *O panfleto do rei: análise histórico-discursiva do Correio da Bahia*. Salvador, Facom - Ufba, 1995 (trabalho de conclusão da graduação).
- WEBER, Max. Os tipos de dominação. In: _____. *Economia e Sociedade*. Brasília, UNB, 1998, p.139-198.

EM TODAS AS LIVRARIAS

*A política e o poder
através do olhar
de um psicanalista*

