



A radiodifusão pernambucana sob o controle político: Um atentado ao direito à comunicação¹

Ana Maria da Conceição VELOSO²
Fabíola MENDONÇA³
Universidade Católica de Pernambuco
Edgard REBOUÇAS⁴
Universidade Federal do Espírito Santo

RESUMO

O trabalho resgata a histórica relação entre mídia, poder e política no Brasil, apontando traços da presença do fenômeno do chamado “coronelismo eletrônico” em Pernambuco, onde a participação de políticos no controle da radiodifusão é significativa. Para analisar essas relações, o texto busca referencial teórico nas produções de pesquisadores como Venício Lima (2006;2007), Pedrinho Guareschi (2005), Israel Bayma (2001;2007), Aline Gomes (2006) e Eduardo Coutinho (2008). Como conclusões, o artigo aponta que a ausência de políticas consistentes de comunicação no país favorece a apropriação indevida, pela classe política, de concessões públicas de rádio e TV e sua utilização para a perpetuação do *status quo*, e manutenção no poder é considerada entrave à democratização no setor.

PALAVRAS-CHAVE: Indústrias culturais, coronelismo eletrônico, direito à comunicação, radiodifusão, Política.

Desde que o liberalismo econômico posicionou o mercado como base da sociedade, a regulação das atividades da sociedade, por parte do Estado, ficou submissa ao mercado. É difícil falar de supremacia política nacional diante das forças econômicas potencializadas pela globalização. No Brasil, não ocorre diferente. O Estado brasileiro tem corporificado a noção marxista do Estado de classe. Esse Estado contribui com o fortalecimento das classes dominantes favorecendo a concentração de capitais.

Uma das consequências dessa ação do Estado reside nas contradições presentes na apropriação do público pelo privado. O fenômeno ocorre também quando as concessões de rádio e televisão, no Brasil, foram, e continuam sendo utilizadas como barganha política entre o Estado e os mercadores da informação. E isso sem falar dos empréstimos a fundo perdido e das modificações na legislação com a finalidade de permitir investimento privado estrangeiro nos meios de comunicação social do país.

¹ Trabalho apresentado ao GP de Políticas e Estratégias de Comunicação do XI Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista, mestra em comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), professora do curso de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP), doutoranda em comunicação do PPGCOM da Universidade Federal de Pernambuco/UFPE (com orientação do professor Dr. Edgard Rebouças). E-mail: velosoanam@gmail.com.

³ Mestra em comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), professora do curso de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco. E-mail: fabiolamendonca@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho e professor da Universidade Federal do Espírito Santo, e-mail: edreboucas.br@gmail.com.



No Brasil, e em vários outros países, os direitos humanos estão sendo violados pela formação de oligopólios e por restrições técnicas e políticas ao acesso da sociedade aos meios de comunicação. De acordo com a ativista do Coletivo Intervezes e da Rede Mulher e Mídia, Bia Barbosa (2009), “há 20 anos, 50 corporações dominavam o mercado da mídia nos EUA. Eram 23 no início da década passada. Hoje são cinco”.

Essas interdições impedem a população de produzir seus próprios conteúdos e difundí-los de forma ampla e irrestrita. A concentração da mídia brasileira contraria a Constituição Federal de 1988, que, no artigo 220, parágrafo 5º, enuncia: “Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio”.

Outro exemplo de “flexibilização” da Carta Magna é a concentração da propriedade de canais de TV e emissoras de rádio por grupos, muitos das quais com familiares de membros ocupantes de cargos públicos (Jereissati, no Ceará; Sarney, no Maranhão; Collor de Mello, em Alagoas; Antonio Carlos Magalhães, na Bahia; Barbalho, no Pará). Nesse cenário, notamos que as elites empresarial e política, possuidoras da maior parte da riqueza nacional, estenderam seus tentáculos para o mercado da comunicação, observando-o como um negócio altamente lucrativo diante da posição que o consumo de bens culturais ocupa no cotidiano da população do país, como adverte Venício Lima:

Não há mais como duvidar da centralidade da mídia na vida brasileira, inclusive como importante setor de atividade econômica. A divulgação pelo IBGE, na quarta-feira (29/11/06), do Sistema de Informações e Indicadores Culturais, revela os primeiros números que dimensionam o peso da chamada "economia da cultura" em nossa sociedade: 10% da riqueza gerada no país, ou cerca de 66,5 bilhões de reais em 2003; quarto lugar entre os gastos familiares e cerca de 3,7 milhões de trabalhadores envolvidos (LIMA, 2006).

A comercialização dos bens simbólicos privatiza a liberdade de expressão e transforma o direito à informação em mercadoria de consumo. Ao invés de servir ao interesse público, as corporações de mídia operam em favor da globalização, sob impulso do mercado capitalista. A perpetuação das relações de poder por meio da lógica cultural e econômica que move a imprensa desfavorece a apropriação dos meios pela população, destituída de recursos para “competir” com o poderio das grandes corporações, uma vez que as mídias independentes não dispõem de meios capazes de fazer frente ao conglomerado privado.

Dentro desse contexto, tem ocorrido, no Brasil, a formação dos conglomerados de mídia por meio da distribuição de outorgas para operação de rádio e televisão para partidos aliados, no decorrer dos governos FHC (1995/2002) e Lula (2003/2010), só para citar casos mais recentes de uma prática que tem origem nos governos militares. Sendo assim, a associação entre parlamentares e a mídia é explícita: um terço dos senadores e mais de 10% dos deputados eleitos



para o quadriênio 2007-2010 violaram a legislação ao controlar rádios e televisões em todo o país.

Concluimos que os interesses privados e políticos andam de mãos dadas com o setor:

O critério de distribuições das quase 2.000 outorgas de estações retransmissoras de TV, até 1997, privilegiou os “amigos” do presidente candidato à reeleição, Fernando Henrique Cardoso, da seguinte forma: 268 foram entregues a políticos; 342 ao grupo Sistema Brasileiro de Telecomunicações (SBT); 319 à Rede Globo; 310 à Rede Vida, ligada à Igreja Católica; 252 à Bandeirantes; 151 à Rede Record, da Igreja Universal do Reino de Deus; e, por último, 125 às TVs educativas (COSTA, *apud* GUARESCHI, 2005, p. 56).

Nesse cenário, o Estado não aparece como defensor da comunicação voltada ao interesse público. Seja por uma regulamentação deficiente e caduca, seja por abdicar do seu papel de fiscalizador, falta ao Estado brasileiro criar estruturas que impeçam os atentados cometidos pelas empresas de comunicação de massa contra os direitos humanos. Pois, o cenário local nos leva a constatar que se, por um lado, boa parte da sociedade desconhece que tem direito à comunicação, por outro, a possibilidade de produção e proposição de representações próprias vem sendo cotidianamente impedida pelas gigantes e cada vez mais concentradas corporações de mídia e suas associações perversas com parlamentares atuantes nessa arena.

Pedrinho Guareschi (2010, p. 8-10) reconhece que, apesar de as emissoras de radiodifusão não divulgarem este fato, e, portanto, a maior parte da sociedade não ter conhecimento disto, as rádios e TVs abertas do Brasil operam com concessões públicas. O conteúdo transmitido pelas emissoras trafega pelo ar, no espectro eletromagnético, um bem público e finito. Assim, para veicular uma programação, as emissoras precisam de uma autorização do Estado ou o que se chama de concessão pública. Está definido no artigo 21 da Constituição Federal: “Compete à União (...) explorar, diretamente ou mediante autorização, concessão ou permissão (...) os serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens”¹².

Ainda de acordo com o autor, mesmo sendo uma concessão pública, os canais são utilizados para fins privados. Assim, as emissoras podem utilizar esse espaço para promover a criminalização de movimentos sociais, impor uma agenda política que lhes interessa, discriminar mulheres, índios, negros, homossexuais. Dessa forma, estipulam-se padrões estéticos, morais, consolidando valores que reproduzem o preconceito. A sociedade, em nome de quem é dada a autorização, não tem como se proteger, apesar de a Constituição garantir isso.

Na prática, as concessões públicas são usadas para dar lucro aos proprietários das emissoras, que determinam a programação de acordo com o mercado publicitário. Outro fator alarmante é que essas outorgas são dadas a empresários, políticos, líderes religiosos sem a necessária avaliação de suas condições para o oferecimento, com qualidade, do serviço público de radiodifusão. Nesse sentido, não há mecanismos para avaliar, por exemplo, se as empresas



respeitam o que determina o artigo 221 da Constituição Federal, que afirma que a programação das emissoras deve dar preferência às finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas, assim como promover a cultura regional e estimular as produções independentes.

“Coronelismo eletrônico” em Pernambuco

Quando estudamos a mídia brasileira identificamos um conjunto de instituições que, articuladas, causam sérios atentados à democratização da comunicação no país: o Estado, as corporações do setor e os grupos políticos e religiosos. Nesse sentido, o Estado tem atuado como “fiador” da política de concessões e mantenedor do atraso no marco legal da radiodifusão.

Em Pernambuco, no Nordeste brasileiro, constatamos a reprodução desse modelo concentrado e altamente desregulado de negócios nas indústrias culturais, fato que colabora com a negação do exercício do direito à comunicação por parte da sociedade local. Para além da existência de poucos grupos de mídia no comando de vários ramos do setor (propriedade cruzada), há a ocorrência histórica do chamado “coronelismo eletrônico”.

O termo “coronelismo eletrônico”, utilizado de forma metafórica por pesquisadores do campo da comunicação para definir o controle por parte de políticos das outorgas de rádio e televisão, traduz muito bem uma face da realidade da radiodifusão em Pernambuco. Após uma breve observação na relação de sócios e diretores de radiodifusão, divulgada em maio de 2011 pelo governo brasileiro, é possível identificar uma grande quantidade de políticos no comando de rádios e televisões comerciais, sobretudo em municípios do interior pernambucano. Alguns deles têm a licença do Governo Federal para administrar essas concessões públicas há mais de 30 anos, como é o caso do deputado federal Inocêncio Oliveira, que controla a rádio A Voz do Sertão, no município de Serra Talhada, desde 1978. Além de operar a emissora, ele ainda recebeu a autorização para explorar comercialmente outras duas rádios, ambas no Sertão de Pernambuco, e uma televisão, a TV Asa Branca, em Caruaru. Acrescido a esse plantel, o deputado tem várias licenças para RTVs e é acionista em outras rádios.

A literatura aponta dois grandes momentos na História política brasileira que acentuaram a liberação de outorgas de radiodifusão para políticos, as chamadas farras das concessões. Israel Bayma (2007), na pesquisa *A concentração da propriedade de meios de comunicação e do coronelismo eletrônico no Brasil*, define o final do governo José Sarney e o final do primeiro mandato do presidente Fernando Henrique Cardoso como os dois principais episódios que marcaram esse quadro. No primeiro caso, o pesquisador identifica a liberação das outorgas como uma premiação aos deputados constituintes que votaram a favor do quinto ano do mandato de



Sarney e do presidencialismo como sistema de governo, dois projetos votados durante a discussão da Constituição de 1988. Dentro destas barganhas políticas, foram liberadas 1.048 concessões públicas de radiodifusão.

Foi nesse período que Inocêncio Oliveira garantiu a concessão da primeira rádio FM, a Líder do Vale, em Serra Talhada. Logo em seguida, no final do governo Sarney, o parlamentar ainda ganhou as outorgas da segunda rádio FM, a Transertaneja, em Afogados da Ingazeira, e da TV Asa Branca. A outorga da rádio Líder do Vale é de 1988, enquanto a da Transertaneja é de 1989. A concessão da televisão é do início de 1990, antes do então presidente eleito, Fernando Collor de Mello, assumir o governo. Outro fato relevante é que em 1989, pouco depois de receber a outorga da Líder do Vale e pouco antes de receber as concessões da Transertaneja e da televisão, o deputado arquivou, na Câmara dos Deputados – quando presidia interinamente a casa – uma CPI que apurava denúncias de corrupção no governo Sarney (MOTTER, 1994).

Sobre as acuações que recaem no período de FHC, Bayma afirma que, na votação da emenda constitucional que garantiu sua reeleição, Fernando Henrique liberou uma série de concessões de estações retransmissoras de TV, que não precisavam ser licitadas, em troca da votação da reeleição do seu mandato.

Instrumento de poder e de troca de favores e interesses, as concessões de rádio e televisão têm servido, no Brasil, como moeda de troca entre o governo federal e o setor privado. Entre 1985 e 1988, o então presidente Sarney concedeu um grande número de licenças de emissoras de rádio e TV para as empresas ligadas a parlamentares federais, os quais ajudaram a aprovar a emenda que lhe deu cinco anos. Já na era Fernando Henrique Cardoso, até setembro de 1996, foram autorizadas 1848 licenças de RTV, repetidores de televisão, sendo que 268 para entidades ou empresas controladas por 87 políticos, todos favoráveis à emenda da reeleição (BAYMA, 2001, p. 1).

Além de Inocêncio Oliveira - político tradicional de Pernambuco, que ocupa seu décimo mandato como deputado federal e já presidiu a Câmara dos Deputados entre 1993 e 1994 – outro caso do fenômeno no Estado está associado à família do ex-governador de Pernambuco e atual deputado federal, José Mendonça Filho. Ele é herdeiro político do ex-deputado federal José Mendonça Bezerra, falecido em abril de 2011, que chegou a fazer parte da Comissão de Ciência, Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI) da Câmara dos Deputados nos anos de 2003 e 2004 (LIMA, 2006). Suas empresas de radiodifusão não estão em seu nome e sim nos de sua esposa, Estefânia Maria Bezerra, e de duas filhas, Andrea Moura Bezerra e Isabela Bezerra Coutinho. Segundo consta no Ministério das Comunicações, os familiares de José Mendonça têm a outorga de duas rádios AM, nos municípios de Belo Jardim e Santa Cruz do Capibaribe.

Com ainda mais posse do que as famílias Inocêncio Oliveira e José Mendonça no tocante à radiodifusão se encontra a oligarquia Coelho, com tradição política no Sertão do São Francisco. Liderada pelo ex-deputado federal Oswaldo Coelho e tendo ocupado vários cargos políticos no



Estado, a família tem a concessão de três rádios AM, quatro FM e uma televisão, a TV Grande Rio, afiliada da Rede Globo que cobre toda a região do Sertão de Pernambuco.

Outro “coronel eletrônico”, com predominância no rádio, é o ex-deputado estadual e ex-prefeito de Vitória de Santo Antão, município da Zona da Mata, José Aglailson. Ele controla cinco rádios FM e uma AM. Mas, o interesse por concessões públicas de radiodifusão por parte do campo político no Estado não fica por aí, como mostra o quadro, abaixo, montado com base na relação de sócios e diretores de empresas de radiodifusão, divulgada pelo Ministério das Comunicações em maio de 2011.

POLÍTICOS PERNAMBUCANOS, SEUS SÓCIOS E DIRETORES, QUE CONROLAM EMISSORAS DE RÁDIO E DE TELEVISÃO NO ESTADO

Inocêncio Oliveira (Deputado Federal)

Radio A Voz do Sertão Ltda - Fm (Afogados da Ingazeira)

Ana Elisa Nogueira Oliveira (Sócio/Diretor)

Inocêncio Gomes de Oliveira (Sócio)

Rede Nordeste de Comunicacao Ltda – RTV (Arcoverde)

Abel Severiano Malta Leite (Diretor)

Geraldo Jorge Da Silva Rodrigues Espindola (Diretor)

Inocencio Gomes De Oliveira (Sócio)

LF - Administracao Participacao e Empreendimentos Ltda. (Sócio)

Luiz de Franca Leite (Diretor)

Sheila Oliveira Laluca (Sócio/Diretor)

Shely Nogueira Oliveira (Sócio)

Shirley Nogueira Oliveira (Sócio/Diretor)

Vicente Jorge Espindola Rodrigues (Diretor)

VJE Administracao e Participacao Ltda (Sócio)

Sistema Agreste De Comunicacao Ltda – FM (Caruaru)

Djaneide Maria de Franca (Sócio/Diretor)

Jose Nunes de Farias (Sócio)

Maria Aparecida Alves Freire (Sócio/Diretor)

Rede Nordeste de Comunicacao Ltda (Sócio)

Rede Nordeste de Comunicacao Ltda – TV (Caruaru)

Abel Severiano Malta Leite (Diretor)

Geraldo Jorge da Silva Rodrigues Espindola (Diretor)

Inocencio Gomes de Oliveira (Sócio)

LF - Administracao Participacao e Empreendimentos Ltda. (Sócio)

Luiz de Franca Leite (Diretor)

Sheila Oliveira Laluca (Sócio/Diretor)

Shely Nogueira Oliveira (Sócio)

Shirley Nogueira Oliveira (Sócio/Diretor)

Vicente Jorge Espindola Rodrigues (Diretor)

VJE Administracao e Participacao Ltda (Sócio)

Rede Nordeste De Comunicacao Ltda – RTV (Garanhuns)

Abel Severiano Malta Leite (Diretor)

Geraldo Jorge da Silva Rodrigues Espindola (Diretor)

Inocencio Gomes de Oliveira (Sócio)

LF- Administracao Participacao e Empreendimentos Ltda. (Sócio)

Luiz de Franca Leite (Diretor)

Sheila Oliveira Laluca (Sócio/Diretor)

Shely Nogueira Oliveira (Sócio)

Shirley Nogueira Oliveira (Sócio/Diretor)

Vicente Jorge Espindola Rodrigues (Diretor)

VJE Administracao E Participacao Ltda (Sócio)

Rede Nordeste de Comunicacao Ltda – RTV (Pesqueira)



Abel Severiano Malta Leite (Diretor)
Geraldo Jorge da Silva Rodrigues Espindola (Diretor)
Inocencio Gomes de Oliveira (Sócio)
LF - Administracao Participacao E Empreendimentos Ltda. (Sócio)
Luiz de Franca Leite (Diretor)
Sheila Oliveira Laluce (Sócio/Diretor)
Shely Nogueira Oliveira (Sócio)
Shirley Nogueira Oliveira (Sócio/Diretor)
Vicente Jorge Espindola Rodrigues (Diretor)
VJE Administracao e Participacao Ltda (Sócio)
Radio A Voz do Sertão Ltda – OM (Serra Talhada)
Ana Elisa Nogueira Oliveira (Sócio/Diretor)
Inocencio Gomes De Oliveira (Sócio)
Radio A Voz do Sertão Ltda – FM (Serra Talhada)
Ana Elisa Nogueira Oliveira (Sócio/Diretor)
Inocencio Gomes de Oliveira (Sócio)
Rede Nordeste de Comunicacao Ltda – RTV (Taquaritinga Do Norte)
Abel Severiano Malta Leite (Diretor)
Geraldo Jorge da Silva Rodrigues Espindola (Diretor)
Inocencio Gomes de Oliveira (Sócio)
LF- Administracao Participacao e Empreendimentos Ltda. (Sócio)
Luiz de Franca Leite (Diretor)
Sheila Oliveira Laluce (Sócio/Diretor)
Shely Nogueira Oliveira (Sócio)
Shirley Nogueira Oliveira (Sócio/Diretor)
Vicente Jorge Espindola Rodrigues (Diretor)
VJE Administracao e Participacao Ltda (Sócio)
Sistema Agreste de Comunicacao Ltda – FM (Timbaúba)
Djaneide Maria de Franca (Sócio/Diretor)
Jose Nunes de Farias (Sócio)
Maria Aparecida Alves Freire (Sócio/Diretor)
Rede Nordeste de Comunicacao Ltda (Sócio)

José Mendonça Bezerra (Ex-Deputado Federal)

Radio Bituri Ltda – OM (Belo Jardim)
Estefania Maria Nazare Moura Bezerra (Sócio/Diretor)
Joao Torres Cordeiro (Sócio)
JMB Empreendimentos Ltda – OM (Santa Cruz do Capibaribe)
Andrea Moura Bezerra (Sócio)
Estefania Maria Nazare Moura Bezerra (Sócio/Diretor)
Isabela Bezerra Coutinho de Melo (Só)

Cintra Galvão (Ex-Deputado Estadual, Ex-Prefeito de Belo Jardim)

Itacaite Radiodifusao Ltda – FM (Belo Jardim)
Dilza Maria Barbosa Galvao (Sócio/Diretor)
Dorvagil Rodrigues Galvao (Sócio)
Francisco Cintra Galvao (Sócio)

Hélio Urquiza (Ex-Deputado Estadual, Marido da Ex-Prefeita de Olinda, Jacilda Urquiza)

Radio Bom Conselho Ltda – Om (Bom Conselho)
Helio Urquiza Silvestre (Sócio)
Joao Jose Cavalcanti Do Amaral (Sócio)
Joao Luiz Filho (Sócio/Diretor)

Família Coelho (Oligarquia com vários políticos tradicionais que já ocuparam e ocupam cargos em várias instâncias de poder municipal, estadual e federal)

Radio Felicidade FM Ltda – OM (Cabrobó)
Ana Josepha Cruz de Souza Coelho (Sócio/Diretor)
Anamaria Cruz de Souza Coelho (Sócio/Diretor)
Radio Felicidade FM Ltda – FM (Cabrobó)
Ana Josepha Cruz de Souza Coelho (Sócio/Diretor)
Anamaria Cruz de Souza Coelho (Sócio/Diretor)



Radio FM Voluntarios da Patria Ltda – OM (Ouricuri)

Fernando Antonio Bezerra Coelho (Sócio)

Oswaldo de Souza Coelho (Sócio)

Patricia Coelho Medeiros (Sócio/Diretor)

Radio do Grande Rio Ltda – OM (Petrolina)

Adalberto de Souza Coelho (Sócio/Diretor)

Augusto de Souza Coelho (Sócio/Diretor)

Geraldo de Souza Coelho (Sócio/Diretor)

Radio e Televisao Grande Rio FM Stereo Ltda – FM (Petrolina)

Oswaldo de Souza Coelho (Sócio)

Patricia Coelho Medeiros (Sócio/Diretor)

Radio Felicidade FM Ltda – FM (Petrolina)

Ana Josepha Cruz de Souza Coelho (Sócio/Diretor)

Anamaria Cruz De Souza Coelho (Sócio/Diretor)

Radio e Televisao Grande Rio FM Stereo Ltda – TV (Petrolina)

Oswaldo de Souza Coelho (Sócio)

Patricia Coelho Medeiros (Sócio/Diretor)

Radio e Televisão Grande Rio FM Stereo Ltda – FM (Santa Maria da Boa Vista)

Oswaldo de Souza Coelho (Sócio)

Patricia Coelho Medeiros (Sócio/Diretor)

José Aglailson (Ex-Deputado Estadual, Ex-Prefeito de Vitória de Santo Antão)

Sistema Horizonte De Comunicacao Ltda – FM (Carpina)

Gustavo Glaser Gualvares (Sócio)

Jose Aglailson Gualvares Junior (Sócio/Diretor)

Jose Aglailson Queralvares (Sócio)

Sergio Romero Glaser Queralvares (Sócio)

Radio Cultural de Vitoria Ltda – FM (Custódia)

Eduard Glaser Gualvares (Sócio/Diretor)

Gustavo Glaser Gualvares (Sócio)

Jose Aglailson Gualvares Junior (Sócio)

Jose Aglailson Queralvares (Sócio)

Radio Cultural de Vitoria Ltda – FM (Escada)

Eduard Glaser Gualvares (Sócio/Diretor)

Gustavo Glaser Gualvares (Sócio)

Jose Aglailson Gualvares Junior (Sócio)

Jose Aglailson Queralvares (Sócio)

Radio Cultural de Vitoria Ltda – FM (Exu)

Eduard Glaser Gualvares (Sócio/Diretor)

Gustavo Glaser Gualvares (Sócio)

Jose Aglailson Gualvares Junior (Sócio)

Jose Aglailson Queralvares (Sócio)

Agreste Radiodifusão Ltda – FM (Limoeiro)

Adriana Siqueira Queralvares (Sócio)

Aelda Correia De Siqueira (Sócio)

Alexandre Siqueira Queralvares (Sócio/Diretor)

Jose Aglailson Queralvares (Sócio)

Radio Cultural de Vitoria Ltda – OM (Vitória de Santo Antão)

Eduard Glaser Gualvares (Sócio/Diretor)

Gustavo Glaser Gualvares (Sócio)

Jose Aglailson Gualvares Junior (Sócio)

Jose Aglailson Queralvares (Sócio)

Oswaldo Rabelo (Ex-Deputado Estadual)

Goiana FM Ltda – OM (Goiana)

Alcides Pereira de Franca (Diretor)

Arnaud Batista Nogueira Neto (Sócio/Diretor)

Carlos Alberto Nogueira Rabelo (Sócio)

Iracema Nogueira Rabelo (Sócio)

Leonardo Rabelo (Sócio)

Paulo Geraldo Rabelo (Sócio/Diretor)

Goiana FM Ltda – FM (Goiana)



Alcides Pereira de Franca (Diretor)
Arnaud Batista Nogueira Neto (Sócio/Diretor)
Carlos Alberto Nogueira Rabelo (Sócio)
Iracema Nogueira Rabelo (Sócio)
Leonardo Rabelo (Sócio)
Paulo Geraldo Rabelo (Sócio/Diretor)

Geraldo Melo (Ex-Deputado Estadual, Ex-Prefeito de Jaboatão dos Guararapes)

Guararapes Metropolitana FM Ltda – FM (Jaboatão dos Guararapes)

Geraldo Jose De Almeida Melo (Sócio)
June Cristina Da Cruz Santos Melo (Sócio/Diretor)

Gonzaga Patriota (Deputado Federal)

Rede Brasil De Comunicacoes Ltda – Fm (Lagoa Grande)

Geannedy Laurelisa Leite Patriota (Sócio/Diretor)
Georgynna Gayre Leite Patriota (Sócio/Diretor)
Luiz Gonzaga Patriota (Sócio)

Rede Brasil de Comunicacoes Ltda - FM (Salgueiro)

Geannedy Laurelisa Leite Patriota (Sócio/Diretor)
Georgynna Gayre Leite Patriota (Sócio/Diretor)
Luiz Gonzaga Patriota (Sócio)

Nelson Pereira (Ex-Deputado Estadual)

Radio Mirandiba FM Ltda – FM (Mirandiba)

Marilia de Dirceu Pereira Carvalho (Sócio/Diretor)
Nelson Pereira De Carvalho (Sócio)

Sérgio Pinho Alves (Ex-Deputado Estadual)

Maranguape FM Ltda – FM (Paulista)

Luciana de Menezes Silva (Sócio/Diretor)
Marilia Russel Pinho Alves (Sócio)
Sergio Russell de Pinho Alves (Sócio)

José Marcos Lima (Ex-Deputado Estadual)

Rádio Cultura de São Jose do Egito Ltda – OM (São José do Egito)

Jose Marcos De Lima (Sócio)
Luciana Crispim Mayer Ramalho (Sócio/Diretor)
Marcos Cesar Crispim Lima (Sócio/Diretor)
Maria Madalena Crispim Lima (Sócio)

Henrique Queiroz (Deputado Estadual)

Rádio Vitoria FM Ltda – FM (Vitória de Santo Antão)

Henrique Jose Queiroz Costa (Sócio)
Jandira Carneiro de Lira (Sócio/Diretor)
Luiz de Franca Leite (Sócio)
Maria do Socorro de M. Breckenfeld (Sócio)
Tales Antonio Mauricio Lima (Sócio)

Mídia, política e poder

O quadro acima demonstra o grande o interesse da classe política pelas empresas de radiodifusão e como esse fenômeno é forte em Pernambuco. Segundo dados de 2005, divulgados pela ONG Transparência Brasil, que tomou como base um levantamento feito no mesmo ano pelo pesquisador Venício Lima, 28 dos 81 senadores são concessionários de rádio e televisão. Outra pesquisa, também de 2005, realizada pelo ProJor, revelou que 51 dos 513 deputados federais têm



concessões de radiodifusão. Esses índices referentes aos deputados podem ser ainda maiores se for considerado que os números não estão contabilizando as concessões em nome de “laranjas” ou de familiares dos parlamentares.

Em reportagem veiculada no jornal *Folha de S. Paulo* nas edições de 27 e 28 de março de 2011, a jornalista Elvira Lobato revela que a utilização de terceiros nas licitações para concessão de radiodifusão é comum no país. Das 91 empresas que obtiveram concessões entre 1997 e 2010, 44 não funcionam nos endereços informados ao Ministério das Comunicações. “Entre seus ‘proprietários’ constam, por exemplo, funcionários públicos, donas de casa, cabeleireira, enfermeiro, entre outros trabalhadores com renda incompatível com os valores pelos quais foram fechados os negócios” (LOBATO, 2011). Ainda segundo a jornalista, a prática de utilizar “laranjas” nas concessões não está restrita a políticos. Muitos empresários e igrejas estão recorrendo a este método para esconder interesses religiosos ou para lavagem de dinheiro.

Seja com interesses políticos ou capitalistas, os veículos de comunicação e, por consequência, esses empresários da mídia têm uma forte ligação com o poder, o que facilita a barganha política em torno das concessões de radiodifusão e, por conseguinte, a prática do “coronelismo eletrônico”. Esse poder extrapola as relações pessoais e perpassa pelo conteúdo gerado pelas empresas de comunicação. Eduardo Granja Coutinho (2008), no texto *Gramsci: A comunicação como política*, afirma que “a mídia é, seguramente, a mais importante daquelas fortificações que protegem o aparelho de Estado do impacto das crises político-econômicas. (...) Ela garante as relações de produção e propriedade, criando e recriando o consenso necessário à dominação do capital” (COUTINHO, 2008, p. 47). E vai mais além, ao afirmar que, “pela comunicação, formam-se e transformam-se as ideologias que agem ética e politicamente na transformação da história. (...) Historicamente, o poder exercido pelos grupos dominantes conjurou força e persuasão ou, em termos gramscianos, *coerção* e *consenso* (COUTINHO, 2008, p. 44-45).

O mero repasse de informações, característica das redes comerciais e estatais de TV, apontado por Venício Lima e Arlindo Machado, se opõe à comunicação participativa, tomada aqui como o modelo de comunicação cidadã, que corresponde a um processo de troca, compartilhamento, comunhão e participação. Sob esse aspecto, Machado coloca que:

Ora, se entendemos comunicação como *troca simbólica*, lugar de uma mensagem e de uma resposta, a supressão de um dos pólos do canal comunicativo implica a instauração de um monopólio: a hegemonia daquele que fala sobre aquele que ouve (MACHADO, 1997, p. 26, grifo do autor).

Conclusões iniciais



As deformidades no exercício do papel dos meios de comunicação de massa no Brasil são fortemente sentidas em vários dos estados do País e contrastam com a defesa de que todas as pessoas têm direito à comunicação. Um direito que não está restrito ao acesso à informação. Vai além: trata da possibilidade de qualquer cidadão(ã) produzir e divulgar conteúdos por qualquer veículo, livre de fronteiras e de interdições políticas ou econômicas. Essa vertente defende que a comunicação não pode ser tratada como mercadoria e que a liberdade de expressão não pode justificar a violação de outros direitos humanos, nem ferir princípios éticos.

O contexto que evidencia traços do dito “coronelismo eletrônico” em Pernambuco nos leva a constatar que se, por um lado, boa parte da sociedade desconhece tais direitos, por outro, eles vêm sendo cotidianamente violados pelas corporações de mídia. Os grupos econômicos e políticos que controlam essa arena não observam a comunicação como um direito que vai além da possibilidade de dar e receber informação, como enuncia Murilo Ramos:

(...) cremos em uma sociedade da informação e da comunicação como a nova forma de organização hegemônica do capitalismo, em oposição a uma sociedade industrial em declínio. Entendemos que torna-se imperativo retomar o debate sobre o direito à comunicação enquanto um novo direito humano fundamental. Um direito social de “quarta geração”, aquele, quem sabe, mais adequado para amparar, nas sociedades da informação e da comunicação, nossas inesgotáveis expectativas de avanço crescente da democracia da igualdade em todo o mundo. Além disso, transformaram um direito humano em um bem que pode ser comercializado, ignorando que tal prática vai de encontro à produção e ampla circulação de conteúdo pela população e o controle público sobre o que é veiculado. (RAMOS, 2005, p.247)

Portanto, para que possamos empreender um estudo mais acurado acerca dos fenômenos que permeiam a produção, a circulação e o consumo de bens simbólicos no campo das indústrias culturais, é imprescindível lançar o olhar sobre as relações econômicas, sociais, culturais e políticas presentes nos processos de comunicação no País. Os maiores beneficiários desse imbricado sistema ignoram as recomendações da Declaração Universal dos Direitos Humanos, que convocam as pessoas ao exercício do direito de emitir e receber informações livremente, um ideal ainda não foi incorporado ao cotidiano da população brasileira. O Artigo 19 da Declaração enuncia: “Todos têm o direito à liberdade de opinião e expressão. Esse direito inclui a liberdade de ter opiniões sem interferência e de procurar, receber e transmitir informações e idéias através de qualquer meio e a despeito de fronteiras”.

Seguramente, os proprietários dos meios de comunicação brasileiros não estão respeitando os limites éticos que essa liberdade pressupõe, como recomenda Ignácio Ramonet:

A liberdade da mídia não passa de uma extensão da liberdade coletiva de expressão, um dos fundamentos da democracia. Enquanto tal, não pode ser confiscada por um grupo de poderosos. Além do mais, ela implica uma “responsabilidade social” e, conseqüentemente, seu exercício deve permanecer, em última instância, sob o controle responsável da sociedade. (RAMONET, 2003).



Dessa forma, identificamos, que, pelo menos em Pernambuco, o binômio político e radiodifusão é um dos grandes obstáculos para que se incorpore na sociedade brasileira a importância da democratização da comunicação e a sua compreensão como um direito humano, como propõe o pesquisador Venício Lima, no artigo “As Brechas ‘Legais’ do Coronelismo Eletrônico”, publicado pela revista Aurora, em 2007.

O “coronelismo eletrônico” é uma prática antidemocrática com profundas raízes históricas na política brasileira e perpassa diferentes governos e partidos políticos. Por isso mesmo, ele se constitui num dos principais obstáculos à efetiva democratização das comunicações. Através dele se reforçam os vínculos históricos que sempre existiram entre as emissoras de rádio e televisão e as oligarquias políticas locais e regionais na maior parte do país. (LIMA, 2007, p. 125).

Referências

- BAYMA, Israel. **A concentração da propriedade de meios de comunicação e do coronelismo eletrônico no Brasil**. Brasília: Bancada do PT na Câmara dos Deputados, 27 de novembro de 2007.
- BARBOSA, Bia. Comunicação no Brasil: cenário e desafios para a efetivação de um direito. In: in LIMA e VICENTE. **O Controle social da imagem da mulher na mídia**. São Paulo: Articulação Mulher e Mídia, 2009.
- BOLAÑO, César. **Indústria cultural: Informação e capitalismo**. São Paulo: Editora Polis, 2000.
- BOLAÑO, César; BRITO, Valério Cruz (orgs.). **Rede Globo – 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo, Paulus, 2005.
- BRITTOS, Valério Cruz. Globo, transnacional e capitalismo. In: BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César (orgs.). **Rede Globo – 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005.
- CALDAS, Graça. **O latifúndio no ar – Mídia e poder na Nova República**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 1995.
- CAPPARELLI, Sérgio. **Televisão e capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: L&PM, 1982.
- _____. **Comunicação de massa sem massa**. 3 ed. São Paulo: Summus, 1986.
- CAPPARELLI, Sérgio; SANTOS, Suzy dos. Coronelismo, radiodifusão e voto: A nova face de um de velho conceito. In: BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César (orgs.). **Rede Globo – 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005.
- CAPPARELLI, Sérgio; LIMA, Venício A. de. **Comunicação e televisão – Desafios da pós-globalização**. São Paulo: Hacker, 2004.
- COUTINHO, Eduardo Granja. Gramsci: a comunicação como política. In: **Mídia e poder – ideologia, discurso e subjetividade**. COUTINHO, Eduardo Granja; FREIRE FILHO, João; PAIVA, Raquel (orgs). Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.
- GUARESCHI, Pedrinho. **Mídia e democracia: o quarto versus o quinto poder**. Revista debates, Porto Alegre, v.1, n.1, p. 6-25, jul.-dez. 2007.
- _____. **Mídia, educação e cidadania**. I Fórum das Américas de Ouvidorias, Defensores Del Pueblo e Ombudsman. Tema: Os desafios da participação cidadã nas instituições de nosso continente. Salvador, Bahia, 2010. Disponível em: http://www.sfc.planalto.gov.br/Eventos/2010_forum_das_americas/Midia_Educacao_e_Cidadania.pdf Acesso em 1º abril 2011.
- GUARESCHI, Pedrinho A.; BIZ, Osvaldo. **Mídia e democracia**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2005.
- LEAL, Victor Nunes. **Coronelismo, enxada e voto – O município e o regime representativo no Brasil**. São Paulo: Alfa-Ômega, [1947(1978)].



_____. **O coronelismo e o coronelismo de cada um.** *Revista de Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, vol. 23, nº 1, 1980, p. 11 a 14.

LIMA, Venício A. de. **Mídia – Crise política e poder no Brasil.** São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

LIMA, Venício A. **As “brechas” legais do coronelismo eletrônico.** in Aurora: Revista Digital de Arte, Mídia e Política. 1º ed., São Paulo: PUC-SP, dezembro de 2007.

_____. **Mídia em debate, sem limite e sem medo.** Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=410IPB001>, 2006. Acesso, 22/04/2008, às 18h.

LOBATO, Elvira. **Laranjas compram rádios e TVs do governo federal.** Folha de São Paulo, 27/03/11. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/poder/po2703201102.htm>. Acesso em 24/06/2011.

MACHADO, Arlindo. **A arte do vídeo.** São Paulo: Brasiliense, 1997.

MENDONÇA VASCONCELOS, Fabíola. **Coronelismo eletrônico.** In: INTERCOM, **Enciclopédia INTERCOM de Comunicação.** São Paulo: Intercom, 2010, p.341-341.

MINISTÉRIO das Comunicações. **Relação de entidades por localidade.** Disponível em <http://www.mc.gov.br/radiodifusao/dados-de-outorga>. Acesso em 24/06/2011.

_____. **Relação de Sócios e Diretores por Entidades** Disponível em <http://www.mc.gov.br/radiodifusao/dados-de-outorga>. Acesso em 24/06/2011.

MOTTER, Paulino. **A batalha invisível da Constituinte – Interesses privados versus caráter público da radiodifusão no Brasil.** Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Faculdade de Estudos Sociais Aplicadas – Departamento de Ciência Política e Relações Internacionais. Brasília: UnB, 1994.

RAMONET, Ignácio. **O Quinto Poder.** Disponível em: <<http://diplo.uol.com.br/2003-10,a764>>. Acesso em: 10/07/2007, às 16h.

RAMOS, M. C. Comunicação, direitos sociais e políticas públicas. In: MARQUES DE MELO, J.; SATHLER, L (org). **Direitos à Comunicação na Sociedade da Informação.** São Bernardo do Campo, São Paulo: Umesp, 2005, p. 245 a 253.

SANTOS, Suzy dos. E-Sucupira: o coronelismo eletrônico como herança do coronelismo nas comunicações brasileiras. 2006b. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós).** Disponível em: <www.compos.com.br/e-compos>. Acesso em: 13 de fev. 2008

_____. Os prazos de validade dos coronelismos: A circunscrição a um momento de transição do sistema político nacional como herança conceitual do coronelismo ao coronelismo eletrônico. **Intercom – XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.** 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1219-2.html>>. Acesso em: 13 de fev. 2008.

SENADO FEDERAL. **Constituição Federativa do Brasil.** Texto promulgado em 5 de outubro de 1988. Brasília, 2006. Disponível em <<http://www.senado.gov.br/sf/legislacao/const/>>. Acesso em: 14 abr. 2009.