



## **TV Verdes Mares, uma janela para o Grupo Edson Queiroz<sup>1</sup>**

Bruno Marinoni Ribeiro de Sousa<sup>2</sup>

Universidade Federal de Pernambuco

### **Resumo**

Esse artigo apresenta uma proposta teórico-metodológica de análise da Televisão Verdes Mares, pertencente ao grupo econômico Edson Queiroz, afiliada da Rede Globo e detentora dos maiores índices de audiência no Ceará. Ao mesmo tempo, pretende-se apresentar um panorama sobre sua condição de empresa privada de comunicação vinculada a disputas de espaço-político econômico. Faz parte de uma pesquisa de mestrado que está em fase inicial

### **Palavras-chave**

TV Verdes Mares; capitalismo dependente; internacionalização da economia

### **1. A TV Verdes Mares**

Os veículos eletrônicos de comunicação de massa no Ceará, assim como em outros estados brasileiros, surgem vinculados a interesses de poder político e econômico, variando a proporção com que cada uma dessas esferas influi no desenvolvimento dessas estruturas de produção e difusão de conteúdos (CAPARELLI, 1982; MATTOS, 2002). A concentração de meios nas mãos de grupos econômicos e políticos é também uma das marcas do estado. A propriedade das concessões públicas de canais de rádio e TV, em número representativo de casos, é privilégio de algumas famílias de empresários ou de políticos de carreira. Um dos mais expressivos desses casos é o da Televisão Verdes Mares Ltda, sob a gerência do Grupo Edson Queiroz, e afiliada da Rede Globo.

A TV Verdes Mares foi inaugurada em 31 de janeiro de 1970, sendo o segundo canal de televisão no estado. Foi precedida apenas pela TV Ceará (1960), propriedade dos Diários Associados, do grupo de veículos de comunicação de Assis Chateaubriand. Em 1962, Edson Queiroz comprou sua primeira rádio, a Verdes Mares AM, emissora que havia pertencido aos Diários Associados e ao ex-prefeito Paulo Cabral, dando início aos seus investimentos no campo da comunicação. Neste mesmo ano, o empresário Moisés

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao GT de Audiovisual, do IX Congresso de Ciências da Comunicação da Região Nordeste

<sup>2</sup> Mestrando no Programa de Pós-Graduação da UFPE, na linha de Mídia e Processos Sociais e graduado pelo curso de Comunicação Social (Jornalismo) da UFC.



Pimentel ganhou a concessão do canal 10 de televisão em Fortaleza. Proprietário da rádio Dragão do Mar e deputado federal pelo Partido Social Trabalhista (PST), do qual foi um dos fundadores, Pimentel deu início ao seu novo empreendimento fazendo desfilar diante da população fortalezense o equipamento da emissora. Porém, após o golpe militar, teve seu mandato de parlamentar cassado por estar vinculado ao ideário nacionalista representado por João Goulart. Nesse contexto, o prefeito de Fortaleza, general Murilo Borges (1963/66), denunciou ao Conselho Nacional de Telecomunicações (Contel), em junho de 1965, o caráter subversivo da emissora: “Uma emissora de televisão nas mãos dos comunistas seria mais perigoso que metralhadoras” (CARVALHO, 2006, p. II). Um mês depois da denúncia, Edson Queiroz solicitaria ao Contel uma concessão de TV, que seria aprovada pelo presidente Costa e Silva no dia 23 de maio de 1969. O contrato foi firmado no dia 30 de julho, concluindo aquilo que CAPARELLI (1982, p. 165) lança luz quando diz que:

Em vez do sistema de concessões favorecer o pluralismo ideológico, serviu para reforçar o monopólio das emissões dentro de um bloco ideológico politicamente identificado com a doutrina da Segurança Nacional. Por outro lado, a filtragem dos detentores de concessões favorece uma censura indireta, operada pela raiz e, eventualmente, há facilidades para a difusão da ideologia dos grupos dominantes no aparelho do Estado.

Afiliada à Rede Globo desde 1975, uma das maiores estruturas de produção e difusão televisiva do mundo, a TV Verdes Mares atinge hoje altos índices de audiência no Ceará. Segundo o departamento de marketing do Sistema Verdes Mares, no mês de agosto, no horário da novela *Páginas da Vida*, a emissora contou com 51% da audiência fortalezense, ou em número estimado: 690 mil telespectadores. Isso em uma cidade que possui uma população estimada de 2.374.944, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (IBGE). Ou seja, pouco menos do que um terço da quarta maior capital do país em número de habitantes estava ligado nas emissões de apenas um dos veículos de comunicação vinculados ao Grupo Edson Queiroz. Embora não seja um fato extraordinário, se comparado com outras capitais brasileiras, é sintomático de como se relaciona a emissora com a cidade.

A emissora faz parte de um grupo de meios de comunicação, que se denomina Sistema Verdes Mares. Entre eles pode-se contar o jornal Diário do Nordeste, criado em 1981, que se afirma no slogan como o maior jornal do norte-nordeste. A TV Diário, canal UHF, inaugurada em 1º de julho de 1998, com programação totalmente produzida no



Ceará e captada em diversas regiões do país, inclusive possuindo afiliadas no Maranhão, Roraima, Tocantins, Amapá e São Paulo. A rádio Verdes Mares AM, comprada pelo grupo em 1962, atinge hoje 57% dos índices de audiência. A FM 93 registra liderança de audiência há 19 anos consecutivos. O Sistema possui também o Portal Verdes Mares na internet e a Rádio Recife FM em Pernambuco, com 24 anos e que detém uma significativa fatia do mercado (36% no horário de 7h às 19h)<sup>3</sup>.

O Grupo Edson Queiroz, surgido em 1951, está inserido em vários ramos de atividades econômicas. Seu principal e pioneiro negócio é a distribuição de gás liquefeito de petróleo (GLP). Hoje, é líder do Brasil nesse setor, possui a maior indústria de água mineral do país (com sede no estado mais marcado pela seca) e sétima colocação no ranking mundial. Atua ainda nos ramos de alimentos, bebidas (sucos, refrigerantes e chá gelado), mineração, produção de tintas, eletrodomésticos e educação, possuindo a primeira universidade privada do Ceará, a Unifor. Essas informações publicizadas pelo próprio grupo são suficientes para demonstrar o poder econômico que representa.

Essa história tem como marco o início da segunda metade do século XX. Edson Queiroz vendeu ao seu pai a parte da Genésio Queiroz & Cia (empresa do pai) e investiu todo seu capital em uma distribuidora de gás fortalezense, a Ceará Gás Butano, que possuía cerca de cem clientes. No ano seguinte, seu pai compraria 25% de sua empresa, mantendo essa proporção em todos os negócios do filho até 1976, quando se retiraria totalmente, vendendo a participação ao filho (HUMBERG, 1986, p.56).

O grande impulso que tiveram os negócios com o gás vieram com a criação da Refinaria de Mataripe (atual Landulfo Alves), na Bahia, que reduziu o ônus causado pelos custos da importação do GLP de outros países. Tudo isso no embalo da política de substituição de importações e nacionalização do petróleo encampada pelo governo de Getúlio Vargas (1950/54), que visava, entre outras coisas, diminuir a intensidade da dependência brasileira ao capital estrangeiro.

Embora, em outros locais do Brasil as famílias proprietárias dos veículos de comunicação sejam compostas por políticos profissionais influentes, no caso do Grupo esse vínculo se faz indiretamente. O empresário Edson Queiroz foi associado ao banqueiro, industrial e suplente de senador José Afonso Sancho, na direção do jornal Tribuna do Ceará. Esse jornal fazia parte do grupo de mídia ligado ao grupo político de um dos grandes coronéis cearenses: Virgílio Távora, governador por duas vezes e

---

<sup>3</sup> As informações sobre o sistema estão disponíveis no site [www.edsonqueiroz.com.br](http://www.edsonqueiroz.com.br) (em 23/03/2007).



senador pelo PDS (SÁ, 1982, p. 12-13). Uma das filhas do empresário é casada com o senador Tasso Jereissati, presidente da executiva nacional do PSDB, ex-governador do Ceará e político que representa na história do estado a substituição da antiga oligarquia pelo empresariado moderno cearense no comando da máquina estatal.

## **2. Televisão dependente, televisão global**

Propõe-se aqui uma forma de abordagem que compreenda a TV Verdes Mares como uma emissora de televisão dependente, que surge em um contexto de capitalismo dependente no Brasil (CAPPARELLI, 1982) e que integra um grupo econômico de bases erguidas a partir do investimento em GLP; e é dessa perspectiva que se pretende partir.

Ou seja, como primeiro passo busca-se compreender o cenário político-econômico em que surgem e se desenvolvem os grupos econômicos no Ceará e no Brasil na segunda metade do século XX. Os efeitos do capitalismo dependente vão exercer influência na formatação que se desenhará para a estrutura organizativa do mercado interno e externo brasileiro e, conseqüentemente, nas características das próprias instituições atuantes nesse mercado. É preciso entender que o desenvolvimento capitalista no Brasil não chegou a impor

1- a ruptura com a associação dependente, em relação ao exterior (ou aos centros hegemônicos da dominação imperialista); 2- a desagregação completa do *antigo regime* e de suas seqüelas ou, falando-se alternativamente, das formas pré-capitalistas de produção, troca e circulação; 3- a superação de estados relativos de subdesenvolvimento, inerentes à satelização imperialista da economia interna e à externa concentração social e regional resultante da riqueza. (FERNANDES, 2006, p. 262)

Nesse sentido, o Grupo Edson Queiroz vai se encontrar posicionado em um quadro de disputas entre grupos interessados no aprofundamento desta dependência ou na ampliação da autonomia do país em relação aos interesses delineados nos centros de gerência do capital no exterior. Primeiro como empresário que abastece seu principal produto no exterior, depois como beneficiado pela nacionalização da produção de derivados do petróleo, promovida durante a última gestão de Getúlio Vargas (1950-54). Da mesma forma, isso vai influenciar na sua aquisição de equipamentos, produtos e nos



cenários políticos, econômicos e sociais relevantes para o desenvolvimento do seu negócio.

Pode-se considerar que os grupos de mídia, de certa forma, têm origem na transição da sociedade colonial para a nacional, o que é relevante para identificá-los socialmente. Essa mudança, do ponto de vista econômico, pode ser indetificada com a consolidação de uma ordem social racionalmente organizada no Brasil. Segundo FERNANDES, “esse processo abrange duas fases: 1º) a ruptura da homogeneidade da “aristocracia agrária”; 2º) o aparecimento de novos tipos de agentes econômicos, sob a pressão da divisão do trabalho em escala local, regional ou nacional” (2006, p. 45).

A televisão, em uma fase posterior, porém não distante desse momento de ruptura, aparece como novidade que possibilita a ampliação da produção capitalista, a propaganda de produtos, a ampliação do mercado e do setor de comunicação e a difusão e reforço da ideologia dominante (CAPARELLI, 1982 p. 59). Reforça assim o caráter de instrumento de poder na mão desses novos agentes econômicos que são os empresários de comunicação.

Mostra-se assim fundamental a compreensão da formação do capital que vai dar sustentação ao conglomerado de comunicação, todo o processo de constituição de uma lógica administrativa, voltada para o lucro, associada com interesses político-econômicos derivados ou opostos a esta condição de nação dependente. É dentro do Grupo Edson Queiroz que está inserida a TV Verdes Mares, funcionando a partir de características específicas com as quais esse ramo se constituiu historicamente, mas em funcionamento integrado aos demais setores da economia em que se inserem os Queiroz. O interessado no desenvolvimento dos negócios com o GLP é o mesmo interessado no bom andamento das empresas de comunicação. Essas trazem também em seu conteúdo a publicidade das demais empresas. Para perceber o funcionamento interno do grupo, a administração desse capital, logo, parte de sua natureza, só é possível a partir dessa visão global do grupo. E para isso, a empresa Ceará Gás Butano parece ser uma importante chave.

No entanto, propõe-se essa abordagem como uma análise da própria biografia de Edson Queiroz no cenário de surgimento do empresariado nordestino, o que nos faz retornar a leitura do capitalismo dependente.

O segundo passo dessa pesquisa trata de relacionar a fundação e funcionamento da TV Verdes Mares nesse mesmo cenário, articulada com o Grupo Edson Queiroz. Forma-se então o maior grupo de comunicação do Ceará, seguindo uma tendência nacional de



concentração de veículos nas mãos de famílias com influência política e econômica regional ou nacional (CAPPARELLI, 1982; LIMA, 2004). Durante a Ditadura Militar, período em que vai ser inaugurada a emissora, a preocupação com o direcionamento ideológico do conteúdo veiculado pelos meios de comunicação vai ganhar status de política de estado (o que, embora não seja novidade no Brasil, assume novo patamar no contexto de uma doutrina de Segurança Nacional). As opções do governo no momento de escolher o beneficiário da concessão serão marcadas por uma homogeneização da ideologia difundida em torno do projeto do grupo dominante.

A política nacional-militarista e o desenvolvimento de um novo campo de investimento vão dar o tom e a cor da nova televisão que desponta nessa nova fase marcada pela internacionalização mais intensa do setor.

Dentro dessa perspectiva de convergência ou adequamento ideológico do ator local com as forças políticas no comando do país e os interesses econômicos estrangeiros, será analisado o papel ideológico da TV Verdes Mares no Ceará em três partes: 1- a partir da opção do governo militar pelo Grupo Edson Queiroz como concessionário da emissora de televisão; 2- das implicações da filiação desta à Rede Globo de Televisão; 3- da exaltação de alguns valores morais através da realização de eventos como o prêmio “Sereia de Ouro”, oferecido pelo Grupo a “personalidades” do Ceará, e a campanha do Cearense do Século, em que foram escolhidos alguns cidadãos cearenses para serem candidatos a este status.

Para esta etapa do trabalho, é possível contar com uma bibliografia significativa de análise sobre a história da televisão no Brasil e suas ligações com o poder e sobre as Organizações Globo. Aqui se fará a análise mais detida da regulamentação da radiodifusão e do conteúdo televisivo transmitido, em sua maior parte proveniente da cabeça-de-rede, haja vista que a produção local se limita a noticiários e programas esportivos.

A exaltação de personalidade será analisada em seu funcionamento ideológico de manutenção dos valores hegemônicos. Para isso, apresenta-se de forma muito útil a proposta de Thompson (1995, p. 76) de tratar a ideologia enquanto “maneiras como o sentido serve para estabelecer e sustentar relações de dominação” na análise da exaltação do empresariado, de políticos e de artistas locais. Decorre dessa concepção a observação das estratégias de promoção e recusa de valores, grupos, projetos etc.

O terceiro passo para realizar a pesquisa proposta é partir da compreensão de que “A Terra mundializou-se de tal maneira que o globo deixou de ser uma figura astronômica



para adquirir mais plenamente sua significação histórica” (IANNI, 2002, p. 13). Esse fenômeno do qual nos fala o autor apresenta-se inacabado e tem implicações importantes na prática das comunicações e em realidades mais especificamente regionais. No caso da televisão, podemos considerar o início dessa nova configuração no que CAPARELLI (1982, p. 21), chamou de o “pecado original” do contrato Globo/Time-Life. Segundo esse autor, a internacionalização não se inicia nesse momento, mas adquire particularidades que a diferenciam do período anterior, contrastando uma fase caracterizada pelo “capital nacional” e outra, “pela entrada de investimentos estrangeiros na indústria da informação, indicando que a internacionalização do mercado brasileiro também marca a norte-americanização da indústria cultural, especialmente no setor da televisão” (CAPPARELLI, 1982, p. 21). Embora essa tendência seja anterior, parece-me que é na década de 1990, com a hegemonia das políticas neoliberais no Brasil, após a reabertura política, que os efeitos dessa internacionalização se farão mais sentidos, dentro do quadro apontado por Octavio Ianni (IANNI, 2002). Dessa forma, a condição de televisão dependente exigirá uma nova leitura, levando em consideração, por exemplo, o papel que a Rede Globo desempenha como exportadora de produtos culturais, a manutenção de serviços digitais pelo Sistema Verdes Mares vinculados com o portal Globopontocom e o papel das multinacionais da cultura no sistema televisivo cearense.

Representa um momento significativo para as comunicações no Brasil, nessa perspectiva, a decisão do governo Fernando Henrique Cardoso de privatizar as telecomunicações, transferindo para o capital estrangeiro vultosa fatia do poder e do mercado nacionais. Entretanto, não se altera “o poderio da Globo no conjunto das indústrias culturais, mesmo que importantes rearranjos tenham ocorrido, sobretudo no que se refere ao aumento da competitividade do capital internacional [...] no mercado brasileiro” (BOLAÑO, 2005, p.23). O mesmo se pode dizer em relação à abertura do mercado brasileiro de comunicação ao capital estrangeiro, definido em 2002.

Segundo BOLAÑO,

a tendência do atual sistema brasileiro de televisão comercial é a de uma suave mas consistente decadência, sujeita a tropeços mais ou menos graves, dada a importância que o elemento financeiro passou a adquirir no jogo competitivo, reduzindo sensivelmente o poder de barganha da Globo e de outros setores conhecidos da mídia.



A TV Verdes Mares sofre implicações diretas e indiretas com a perda desse “poder de barganha”, catalisado pelo advento das novas tecnologias digitais. Entretanto, assim como Bolaño, LIMA (2004, p. 94) defende a tese da permanência do poderio dos atuais grupos da televisão brasileira, a despeito das tendências econômicas recentes.

Enfim, a compreensão de que as indústrias culturais estão vinculadas às mesmas regras básicas da economia capitalista, como afirmam os estudiosos recentes deste conceito (REBOUÇAS, 2003, p. 17) implica na utilização de categorias de análise desse sistema como as classes sociais e a mercadoria, contextualizadas nas expressões contemporâneas dessa formação social. Assim, serão analisados dados empíricos como circulação, receita, estrutura, audiência e cobertura dos produtos da TV Verdes Mares.

Os estudos específicos sobre a televisão no Ceará de uma forma geral são escassos, o que de certa forma pode ser explicado pela inexistência de um curso de pós-graduação no estado. A despeito da estrutura político-econômica que possuem ou da influência ideológica que as mídias exercem, a produção científica, apesar da qualidade, é pouca e toca o objeto, na maioria das vezes, de forma marginal, como pano de fundo para outras problemáticas. Consideramos como contribuição mais sistematizada e significativa sobre o assunto “A televisão no Ceará” de CARVALHO (2004), que trata dos primeiros anos da primeira emissora no estado a TV Ceará. Essa escassez e a recorrência a fontes oficiais podem funcionar como obstáculos a uma visão clara do problema, o que só pode ser superado com um trabalho árduo de verificação em fontes difusas, além de exigir uma boa capacidade crítica do pesquisador.

### **3. Aproximando-se da TV cearense**

O objetivo principal desse projeto é realizar uma análise da relação da principal televisão cearense com as tendências econômicas atuais em que “a onda internacional liberalizante de privatizações e desregulamentações [...] provocou uma avalanche de aquisições, fusões e *joint ventures* envolvendo Estados nacionais, bancos, grandes empreiteiras e empresas transnacionais privadas, estatais e mistas” (LIMA, 2004, p. 91), compreendendo a particularidade brasileira em que “o histórico domínio no setor por uns poucos grupos familiares e pelas elites políticas locais e/ou regionais” permanece (LIMA, 2004, p.94). Na medida em que forem compreendidas as respostas da empresa à esse movimento internacional e suas especificidades na realidade do país, pretende-se



apresentar um panorama geral da estrutura e funcionamento do grupo cearense, sua origem e suas implicações econômicas, políticas e sociais.

Além do objetivo principal desse trabalho de realizar uma abordagem da situação da TV Verdes Mares em relação às tendências atuais de mundialização e regionalização das comunicações podemos definir alguns outros objetivos secundários, mas não por isso menos importantes.

O desenvolvimento do projeto vai permitir a realização de um panorama das comunicações no Ceará, focado nas emissoras de televisão, no confronto com a realidade de outras empresas e grupos do ramo. Será realizada também uma pesquisa sobre a origem do grupo que comanda o Sistema Verdes Mares, suas relações e representações políticas, sociais e econômicas além de um dimensionamento do seu poder de difusão de ideologias (sem entrar num estudo mais detido da recepção).

O trabalho servirá também como reflexão sobre o papel da TV Verdes Mares e da Rede Globo no Ceará, as implicações dessa relação, das mediações e adaptações locais e do quadro de concentração de veículos sob o jugo do mesmo proprietário.

No decorrer da pesquisa serão apresentadas as possibilidades e tendências seguidas ou abandonadas que fizeram com que as políticas de comunicação, assim como os atores políticos, levassem a estrutura de concentração de poder e exclusão atual no Ceará. Dessa forma, estarão disponíveis subsídios para que se escolham os novos caminhos sem que se repitam os velhos erros.

Esse esforço se apresenta como contribuição sobre o assunto num ramo de pesquisa específico que, apesar da qualidade da produção, ainda apresenta escassez, principalmente se tratando do Nordeste e Ceará.

#### **4. Caminhos e estratégias**

A metodologia proposta nesse trabalho se baseia principalmente naquilo que foi exposto no texto “Por uma perspectiva metodológica para os estudos dos sistemas e grupos de mídia: o caso do Nordeste brasileiro como referência” produzido por FADUL e REBOUÇAS (2005).

Tentando escapar das limitações das perspectivas empírico-quantitativas ou descritivo-ensaísticas, e da centralização dos estudos no eixo sudeste, os autores propõem os seguintes passos: apresentar uma visão geral do Nordeste (indicadores demográficos,



econômicos, sociais etc., além de ter uma visão de conjunto de suas principais regiões e municípios); coletar dados e entrevistas sobre os sistemas de comunicação na região; realizar uma análise interpretativa a partir da perspectiva crítica dos estudos das indústrias culturais.

Para a coleta de material empírico, o pesquisador deverá se lançar, em sua primeira fase, sobre pesquisas realizadas por órgãos que fazem levantamentos sócio-econômicos da região como IGBE e Sudene, além da produção acadêmica sobre a formação social do Estado do Ceará e da região Nordeste. Na segunda e terceira parte da pesquisa, o foco será em publicações relacionadas ao mercado de comunicação como o “Anuário de Mídia” do jornal “Meio e Mensagem”, o anuário “Mídia Dados” do Grupo de Mídia de São Paulo e edições anuais da revista “Exame – Maiores e Melhores”, documentos da Secretaria de Radiodifusão do ministério das Comunicações, Sistema de Informação do Serviço de Comunicação de Massa da Anatel e da Junta Comercial da cidade. Embora cada passo da pesquisa se detenha mais especificamente em certo tipo de material empírico, é certo que a proposta de um trabalho globalmente articulado não permite a limitação dos desdobramentos de uma interpretação apenas àquela seção do trabalho. Esses dados podem ser coletados ainda nas associações de classe e na imprensa local. Serão realizadas também, com foco na segunda fase do trabalho, entrevistas semi-estruturadas com proprietários, diretores e figuras históricas vinculadas ao veículo para a obtenção de novos dados e confrontação com aqueles já coletados.

Para a análise interpretativa e crítica, serão utilizados autores que estudam as indústrias culturais, a mundialização e regionalização da mídia, a economia-política da comunicação no Brasil e na América Latina, a globalização da economia e a formação do empresariado nacional. Somado a isso, buscar publicações sobre a história dos principais personagens relacionados com o grupo, como Edson Queiroz, Virgílio Távora e Tasso Jereissati.

Toda essa metodologia deve ser aplicada nos limites de uma compreensão dialético-estrutural (DEMO, 1995, p.88), em que a realidade social em parte é dada e em parte é feita, em que o que diz respeito às ciências humanas é a constante transformação do ser humano, em um movimento ininterrupto (histórico) realizado por condições objetivas e subjetivas e que “toda formação social é suficientemente contraditória, para ser historicamente superável” (DEMO, 1995, p. 89).



## 7. Bibliografia

- BOLAÑO, C. R. S. Mercado brasileiro de televisão, 40 anos depois. In: BRITTOS, V. C.; BOLAÑO, C. R. S. **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005.
- CAPARELLI, S. **Televisão e capitalismo no Brasil: (com dados da pesquisa da ABEPEC)**. Porto Alegre: L&PM, 1982.
- CAMPOS, E. **Edson Queiroz**. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2006
- CARVALHO, G. **A televisão no Ceará: consumo, lazer e indústria cultural**. Fortaleza: Omni, 2004.
- CARVALHO, G. “Trinta e sete anos de posfácio”. In: NOBRE, G. S. **Introdução à História do Jornalismo Cearense** Fortaleza: NUDOC, 2006
- CARVALHO, R. V. A. “Virgílio, Adauto e César Cals: a política como arte da chefia”. In: PARENTE, J; ARRUDA, J. M. **A era Jereissati: Modernidade e Mito**. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2002
- DEMO, P. **Metodologia Científica em Ciências Sociais**. São Paulo: Atlas, 1995.
- FADUL, A.; REBOUÇAS, E. “Por uma perspectiva metodológica para os estudos dos sistemas e grupos de mídia: o caso do Nordeste brasileiro como referência”. In: **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 28**, 2005. Rio de Janeiro. Anais. São Paulo: Intercom, 2005. CD-ROM.
- FERNANDES, F. **A revolução burguesa no Brasil: ensaio de interpretação sociológica**. São Paulo: Globo, 2006.
- FONTENELE, S. M. C. **Rádio Dragão do Mar: de 1958 a 1964**. Monografia (graduação em Comunicação Social) – Universidade Federal do Ceará, 1992
- HUMBERG, M. E.(org) **Edson Queiroz: um homem e seu tempo**. São Paulo: CL-A Comunicações Ltda, 1986
- IANNI, O. **Teorias da globalização**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.
- JUCÁ, G. N. M. “Fortaleza: cultura e lazer (1945-1960)” In: Souza, S; Gonçalves, A... [et al]. **Uma nova história do Ceará**. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2004
- LIMA, V. A. **Mídia: teoria e política**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.
- MATTOS, S. A. S. **A História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política**. Petrópolis: Vozes, 2002
- MATTELART, A., MATTELART, M. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2001.
- PARENTE, F. J. C. “O Ceará dos Coronéis (1945-1983)” In: Souza, S; Gonçalves, A... [et al]. **Uma nova história do Ceará**. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2004



REBOUÇAS, E. Que bases teóricas para os estudos de políticas e estratégias de comunicações?. In: **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 26**, Belo Horizonte-MG, setembro de 2003. Anais. São Paulo: Intercom, 2003. [cd-rom].

SÁ, A. “Os Meios de Comunicação de Massa e os Grupos Dominantes no Ceará”. In: **Revista de Comunicação Social**, vol. 12, nº 1/2, jan-dez 1982.

SOUZA, S. “Da “Revolução de 30” ao Estado Novo”. In: Souza, S; Gonçalves, A... [et al]. **Uma nova história do Ceará**. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2004

THOMPSON, J. B. **Ideologia e Cultura Moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 1995