

## **Um olhar sobre os traços históricos do coronelismo eletrônico em Pernambuco**

Una mirada acerca de los trazos históricos del coronelismo electrónico en Pernambuco

A look at the historical features of the electronic "coronelismo"<sup>1</sup> in Pernambuco

### **Ana Maria da Conceição Veloso**

Doutora em comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), professora do Departamento de Comunicação da UFPE e integrante do Observatório de Mídia/UFPE: Gênero, Democracia e Direitos Humanos.

Contato: anavelosoufpe@gmail.com

### **Fabiola Mendonça de Vasconcelos**

Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e assessora de comunicação do Sindicato dos Servidores Públicos Federais (Sindsep).

Contato: fabiolamendonca@gmail.com

### **Lais Cristine Ferreira Cardoso**

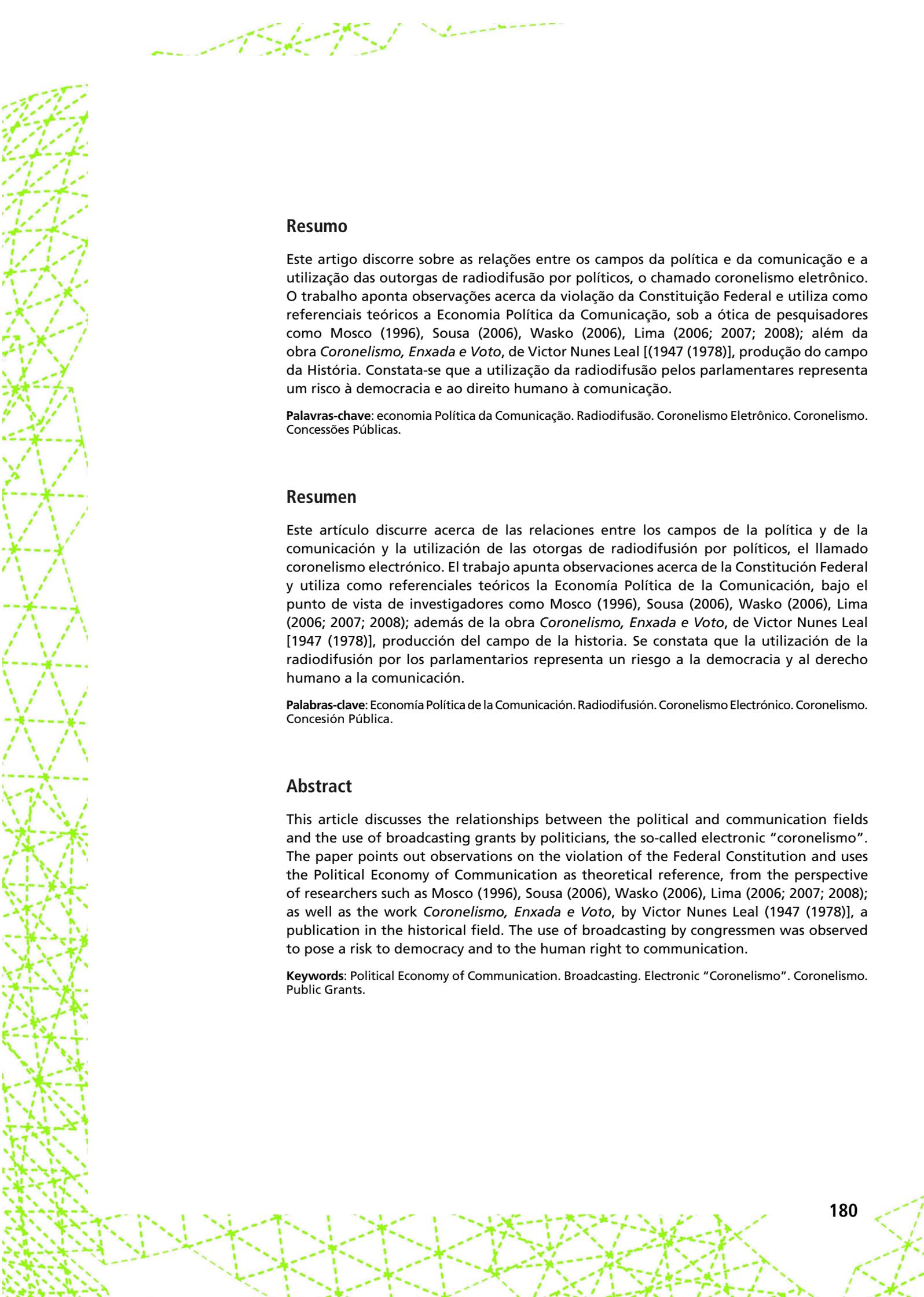
Mestranda em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

Contato: lais.ferreira@gmail.com

**Artigo enviado em 15/05/2016**

**Aprovado em 01/07/2016**

<sup>1</sup> "Coronelismo" = rule of the colonels = a term used to define the classic boss system under which the control of patronage was centralized in the hands of the locally dominant oligarch known as "colonel", particularly under Brazil's Old Republic, who would dispense favours in return for loyalty.



## Resumo

Este artigo discorre sobre as relações entre os campos da política e da comunicação e a utilização das outorgas de radiodifusão por políticos, o chamado coronelismo eletrônico. O trabalho aponta observações acerca da violação da Constituição Federal e utiliza como referenciais teóricos a Economia Política da Comunicação, sob a ótica de pesquisadores como Mosco (1996), Sousa (2006), Wasko (2006), Lima (2006; 2007; 2008); além da obra *Coronelismo, Enxada e Voto*, de Victor Nunes Leal [(1947 (1978))], produção do campo da História. Consta-se que a utilização da radiodifusão pelos parlamentares representa um risco à democracia e ao direito humano à comunicação.

**Palavras-chave:** economia Política da Comunicação. Radiodifusão. Coronelismo Eletrônico. Coronelismo. Concessões Públicas.

## Resumen

Este artículo discurre acerca de las relaciones entre los campos de la política y de la comunicación y la utilización de las otorgas de radiodifusión por políticos, el llamado coronelismo electrónico. El trabajo apunta observaciones acerca de la Constitución Federal y utiliza como referenciales teóricos la Economía Política de la Comunicación, bajo el punto de vista de investigadores como Mosco (1996), Sousa (2006), Wasko (2006), Lima (2006; 2007; 2008); además de la obra *Coronelismo, Enxada e Voto*, de Victor Nunes Leal [1947 (1978)], producción del campo de la historia. Se constata que la utilización de la radiodifusión por los parlamentarios representa un riesgo a la democracia y al derecho humano a la comunicación.

**Palabras-clave:** Economía Política de la Comunicación. Radiodifusión. Coronelismo Electrónico. Coronelismo. Concesión Pública.

## Abstract

This article discusses the relationships between the political and communication fields and the use of broadcasting grants by politicians, the so-called electronic "coronelismo". The paper points out observations on the violation of the Federal Constitution and uses the Political Economy of Communication as theoretical reference, from the perspective of researchers such as Mosco (1996), Sousa (2006), Wasko (2006), Lima (2006; 2007; 2008); as well as the work *Coronelismo, Enxada e Voto*, by Victor Nunes Leal (1947 (1978)), a publication in the historical field. The use of broadcasting by congressmen was observed to pose a risk to democracy and to the human right to communication.

**Keywords:** Political Economy of Communication. Broadcasting. Electronic "Coronelismo". Coronelismo. Public Grants.

## A judicialização do coronelismo eletrônico

Em resposta a uma das ações impetradas por entidades brasileiras ligadas ao Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), o Tribunal Regional Federal da 3ª Região indicou, em abril de 2016, o cancelamento das concessões de funcionamento de cinco emissoras de rádios que detinham, entre os sócios-proprietários, os deputados federais Paulo Roberto Gomes Mansur (PRB) – primeiro secretário da Câmara dos Deputados – e Luiz Felipe Baleia Tenuto Rossi (PMDB). A determinação atende a um pedido do FNDC para que o Ministério Público Federal ajuizasse ações civis públicas contra parlamentares concessionários de radiodifusão. Dessa forma, foram considerados ilegais os serviços executados pela Rádio Cultura FM Santos, da Sociedade Rádio Cultura São Vicente e da Empresa de Comunicação PRM LTDA, todas de Beto Mansur, e pelas rádios Show de Igarapava e AM Show, de Baleia Rossi.

A conquista do FNDC tenta reparar um dano que historicamente vem sendo reeditado por coronéis eletrônicos brasileiros sem que o Estado, por mais que tenha sido provocado, tenha veementemente se pronunciado. Como o diálogo com os sucessivos governos, nos âmbitos estadual e federal, não havia originado, até 2015, o enfrentamento da questão, a entidade protocolou junto ao MPF um processo contra a utilização de concessões de rádio e televisão por 32 parlamentares<sup>2</sup> de 19 estados brasileiros – dois deles pernambucanos: os deputados federais Adalberto Cavalcanti Rodrigues/PTB-PE e Luiz Gonzaga Patriota/PSB-PE. Os dados foram coletados diretamente junto ao Sistema de Acompanhamento de Controle Societário (Siacco), da Anatel.

Adalberto Cavalcanti Rodrigues aparece como concessionário da Rádio Rio Pontal FM, no município de Afrânio, Sertão de Pernambuco. Já Luiz Gonzaga Patriota<sup>3</sup> é proprietário da Rede Brasil de Comunicação, no município de Salgueiro, também no Sertão pernambucano. O parlamentar, inclusive, foi citado em reportagem no portal Ombudspe como um dos maiores representantes do coronelismo eletrônico no Estado.

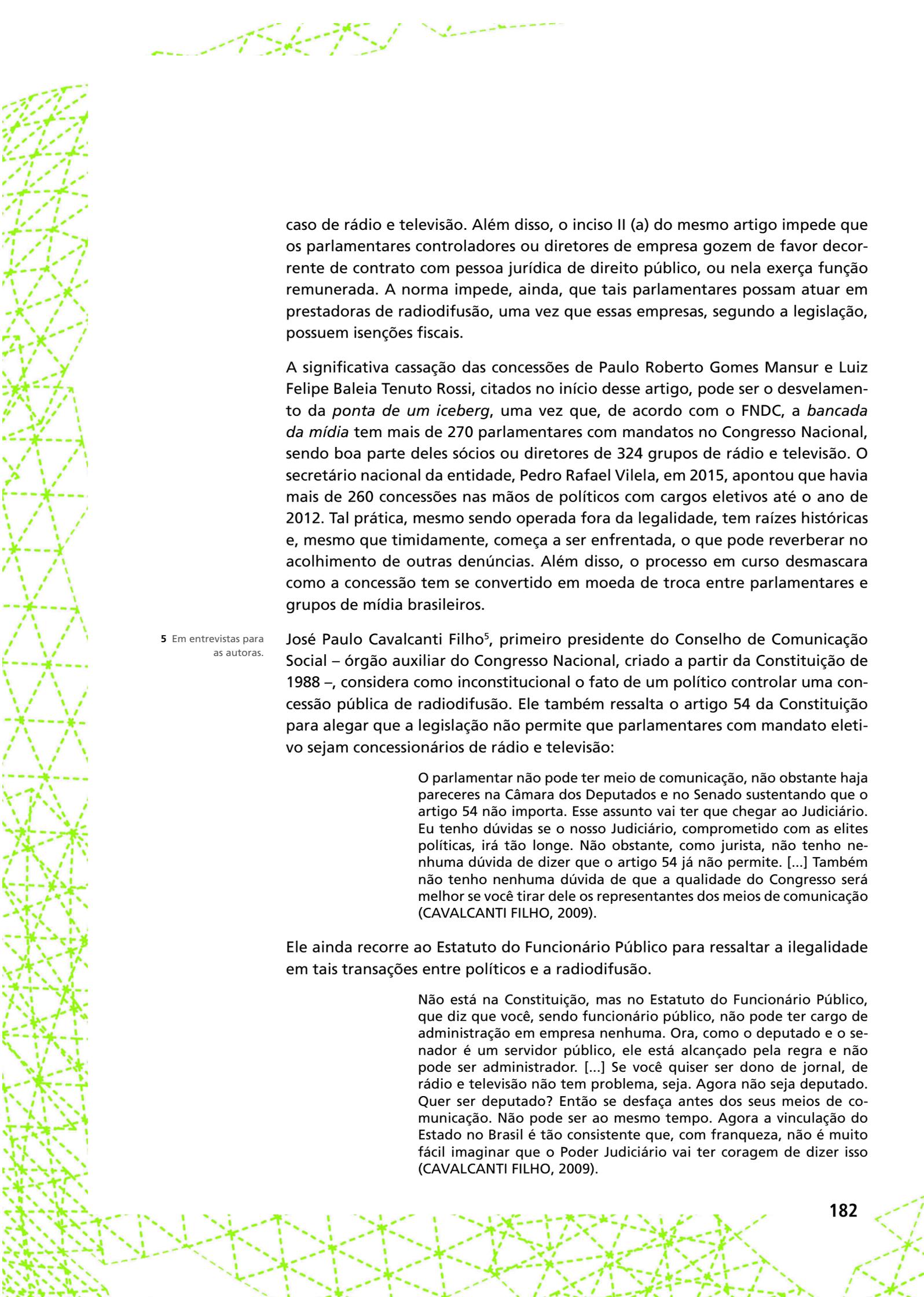
O coronel pernambucano da Mídia em maior evidência atualmente é Luiz Gonzaga Patriota. O deputado federal do PSB é sócio, juntamente com parentes (que assumem também a diretoria), da Rede Brasil de Comunicações, a qual possui duas concessões de rádio FM nas cidades de Lagoa Grande e Salgueiro. Seu filho, Gennedy Marcelo, ainda é sócio-diretor da Fundação Assistencial, Educativa e Cultural de Salgueiro, que possui a concessão do canal 261 FM em Sertânia (FEITOSA, 2016).

Semelhante ao processo do FNDC há outras ações de autoria do PSOL, do Coletivo Intervozes e de outras entidades da sociedade civil, envolvendo 40 parlamentares e 93 emissoras de rádio e televisão. As organizações<sup>4</sup> acusam de ilegal a concessão de radiodifusão para políticos com mandato e citam a Constituição Federal, na qual consta no artigo 54, inciso I, a, que senadores e deputados não podem celebrar ou manter contratos com concessionárias de serviço público, como é o

2 Levantamento realizado pelo Coletivo Intervozes aponta que há cerca de 40 senadores e deputados federais, da atual legislatura, operando concessões de rádio e televisão. <http://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/coroneis-eletronicos-continuam-no-congresso-5968.html>. Acesso em 05 mai 2016, as 18h40.

3 Para as eleições de 2014, Patriota declarou ao TRE possuir 90% do capital social da empresa Rede Brasil de Comunicações LTDA, CNPJ 03.754.007/0001-97, desde 2000, situada no município de Sertânia – PE, com filiais nas cidades de Salgueiro e Petrolina, no valor de 135 mil reais; e 90% do capital social da Rádio Sertânia FM LTDA, CNPJ 01.772.667/0001-75, adquirida em 1998, também localizada em Sertânia – PE, no valor de 80 mil.

4 Assinaram a representação, as entidades ligadas ao FNDC: Artigo 19, Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé, Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social, Andi – Comunicação e Direitos, Associação Juizes para a Democracia (AJD), Instituto de Estudos Socioeconômicos (INESC), Executiva Nacional dos Estudantes de Comunicação Social, Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec), Levante Popular da Juventude, Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), Movimento dos Trabalhadores Sem Teto (MTST) e Proteste – Associação Brasileira de Defesa do Consumidor.



caso de rádio e televisão. Além disso, o inciso II (a) do mesmo artigo impede que os parlamentares controladores ou diretores de empresa gozem de favor decorrente de contrato com pessoa jurídica de direito público, ou nela exerça função remunerada. A norma impede, ainda, que tais parlamentares possam atuar em prestadoras de radiodifusão, uma vez que essas empresas, segundo a legislação, possuem isenções fiscais.

A significativa cassação das concessões de Paulo Roberto Gomes Mansur e Luiz Felipe Baleia Tenuto Rossi, citados no início desse artigo, pode ser o desvelamento da *ponta de um iceberg*, uma vez que, de acordo com o FNDC, a *bancada da mídia* tem mais de 270 parlamentares com mandatos no Congresso Nacional, sendo boa parte deles sócios ou diretores de 324 grupos de rádio e televisão. O secretário nacional da entidade, Pedro Rafael Vilela, em 2015, apontou que havia mais de 260 concessões nas mãos de políticos com cargos eletivos até o ano de 2012. Tal prática, mesmo sendo operada fora da legalidade, tem raízes históricas e, mesmo que timidamente, começa a ser enfrentada, o que pode reverberar no acolhimento de outras denúncias. Além disso, o processo em curso desmascara como a concessão tem se convertido em moeda de troca entre parlamentares e grupos de mídia brasileiros.

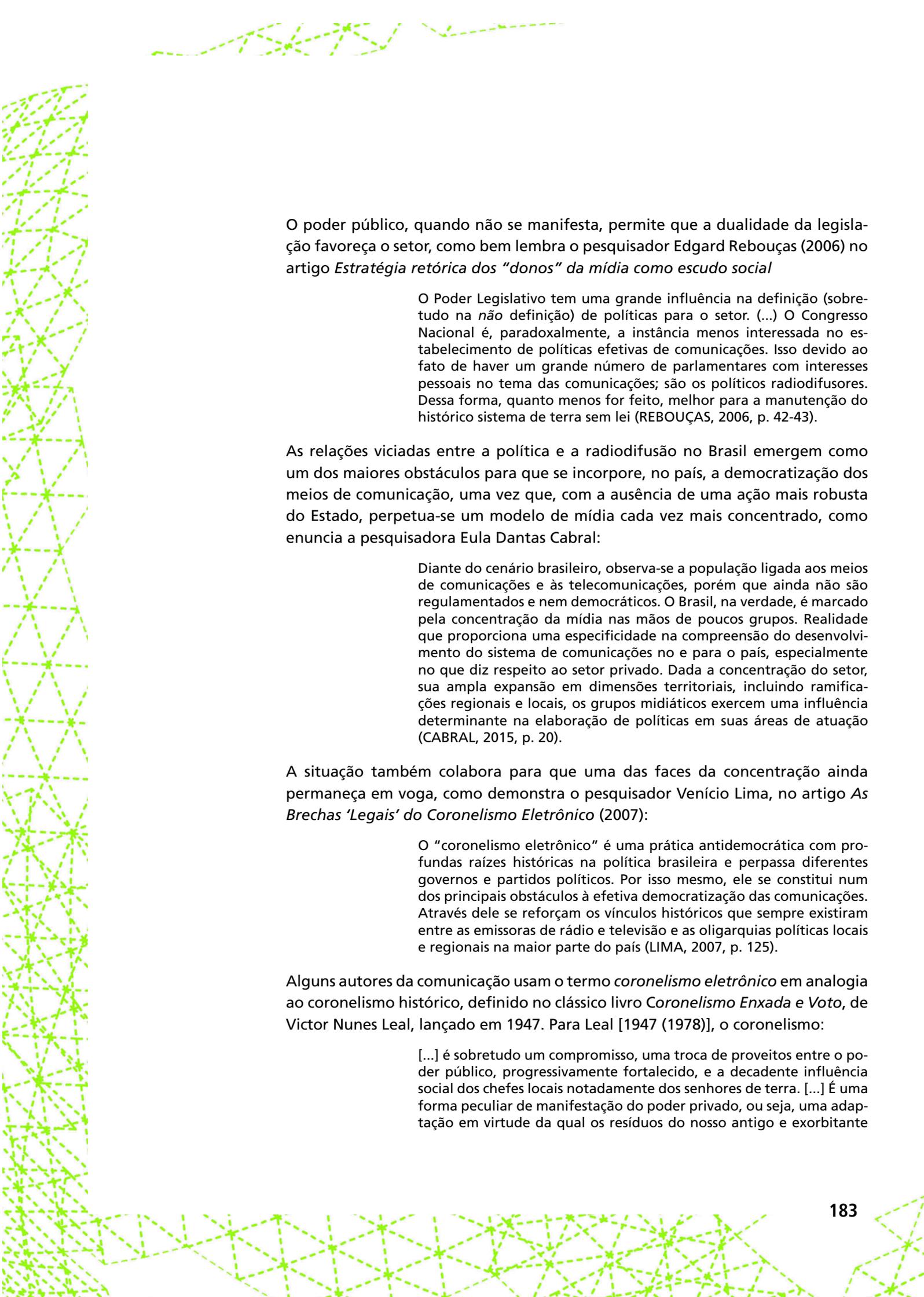
5 Em entrevistas para as autoras.

José Paulo Cavalcanti Filho<sup>5</sup>, primeiro presidente do Conselho de Comunicação Social – órgão auxiliar do Congresso Nacional, criado a partir da Constituição de 1988 –, considera como inconstitucional o fato de um político controlar uma concessão pública de radiodifusão. Ele também ressalta o artigo 54 da Constituição para alegar que a legislação não permite que parlamentares com mandato eletivo sejam concessionários de rádio e televisão:

O parlamentar não pode ter meio de comunicação, não obstante haja pareceres na Câmara dos Deputados e no Senado sustentando que o artigo 54 não importa. Esse assunto vai ter que chegar ao Judiciário. Eu tenho dúvidas se o nosso Judiciário, comprometido com as elites políticas, irá tão longe. Não obstante, como jurista, não tenho nenhuma dúvida de dizer que o artigo 54 já não permite. [...] Também não tenho nenhuma dúvida de que a qualidade do Congresso será melhor se você tirar dele os representantes dos meios de comunicação (CAVALCANTI FILHO, 2009).

Ele ainda recorre ao Estatuto do Funcionário Público para ressaltar a ilegalidade em tais transações entre políticos e a radiodifusão.

Não está na Constituição, mas no Estatuto do Funcionário Público, que diz que você, sendo funcionário público, não pode ter cargo de administração em empresa nenhuma. Ora, como o deputado e o senador é um servidor público, ele está alcançado pela regra e não pode ser administrador. [...] Se você quiser ser dono de jornal, de rádio e televisão não tem problema, seja. Agora não seja deputado. Quer ser deputado? Então se desfaça antes dos seus meios de comunicação. Não pode ser ao mesmo tempo. Agora a vinculação do Estado no Brasil é tão consistente que, com franqueza, não é muito fácil imaginar que o Poder Judiciário vai ter coragem de dizer isso (CAVALCANTI FILHO, 2009).



O poder público, quando não se manifesta, permite que a dualidade da legislação favoreça o setor, como bem lembra o pesquisador Edgard Rebouças (2006) no artigo *Estratégia retórica dos “donos” da mídia como escudo social*

O Poder Legislativo tem uma grande influência na definição (sobretudo na *não* definição) de políticas para o setor. (...) O Congresso Nacional é, paradoxalmente, a instância menos interessada no estabelecimento de políticas efetivas de comunicações. Isso devido ao fato de haver um grande número de parlamentares com interesses pessoais no tema das comunicações; são os políticos radiodifusores. Dessa forma, quanto menos for feito, melhor para a manutenção do histórico sistema de terra sem lei (REBOUÇAS, 2006, p. 42-43).

As relações viciadas entre a política e a radiodifusão no Brasil emergem como um dos maiores obstáculos para que se incorpore, no país, a democratização dos meios de comunicação, uma vez que, com a ausência de uma ação mais robusta do Estado, perpetua-se um modelo de mídia cada vez mais concentrado, como enuncia a pesquisadora Eula Dantas Cabral:

Diante do cenário brasileiro, observa-se a população ligada aos meios de comunicações e às telecomunicações, porém que ainda não são regulamentados e nem democráticos. O Brasil, na verdade, é marcado pela concentração da mídia nas mãos de poucos grupos. Realidade que proporciona uma especificidade na compreensão do desenvolvimento do sistema de comunicações no e para o país, especialmente no que diz respeito ao setor privado. Dada a concentração do setor, sua ampla expansão em dimensões territoriais, incluindo ramificações regionais e locais, os grupos midiáticos exercem uma influência determinante na elaboração de políticas em suas áreas de atuação (CABRAL, 2015, p. 20).

A situação também colabora para que uma das faces da concentração ainda permaneça em voga, como demonstra o pesquisador Venício Lima, no artigo *As Brechas ‘Legais’ do Coronelismo Eletrônico* (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).

Alguns autores da comunicação usam o termo *coronelismo eletrônico* em analogia ao coronelismo histórico, definido no clássico livro *Coronelismo Enxada e Voto*, de Victor Nunes Leal, lançado em 1947. Para Leal [1947 (1978)], o coronelismo:

[...] é sobretudo um compromisso, uma troca de proveitos entre o poder público, progressivamente fortalecido, e a decadente influência social dos chefes locais notadamente dos senhores de terra. [...] É uma forma peculiar de manifestação do poder privado, ou seja, uma adaptação em virtude da qual os resíduos do nosso antigo e exorbitante

poder privado têm conseguido coexistir com um regime político de extensa base representativa [LEAL, [1947 (1978), p 20].

Uma das características citadas pelos pesquisadores do campo da comunicação para explicar o fenômeno do coronelismo com o adendo eletrônico é a apropriação do público (as concessões de radiodifusão) pelo privado (empresas dos parlamentares). Parece ser um consenso entre eles a existência da troca de favores tendo como moeda a outorga de rádio e televisão, entregue a políticos para uso particular. A pesquisadora Suzy dos Santos (2006) se propôs a fazer uma ligação entre a obra de Victor Nunes Leal e o atual momento da comunicação no Brasil. Ela define coronelismo eletrônico como um sistema, assim como fez Nunes Leal.

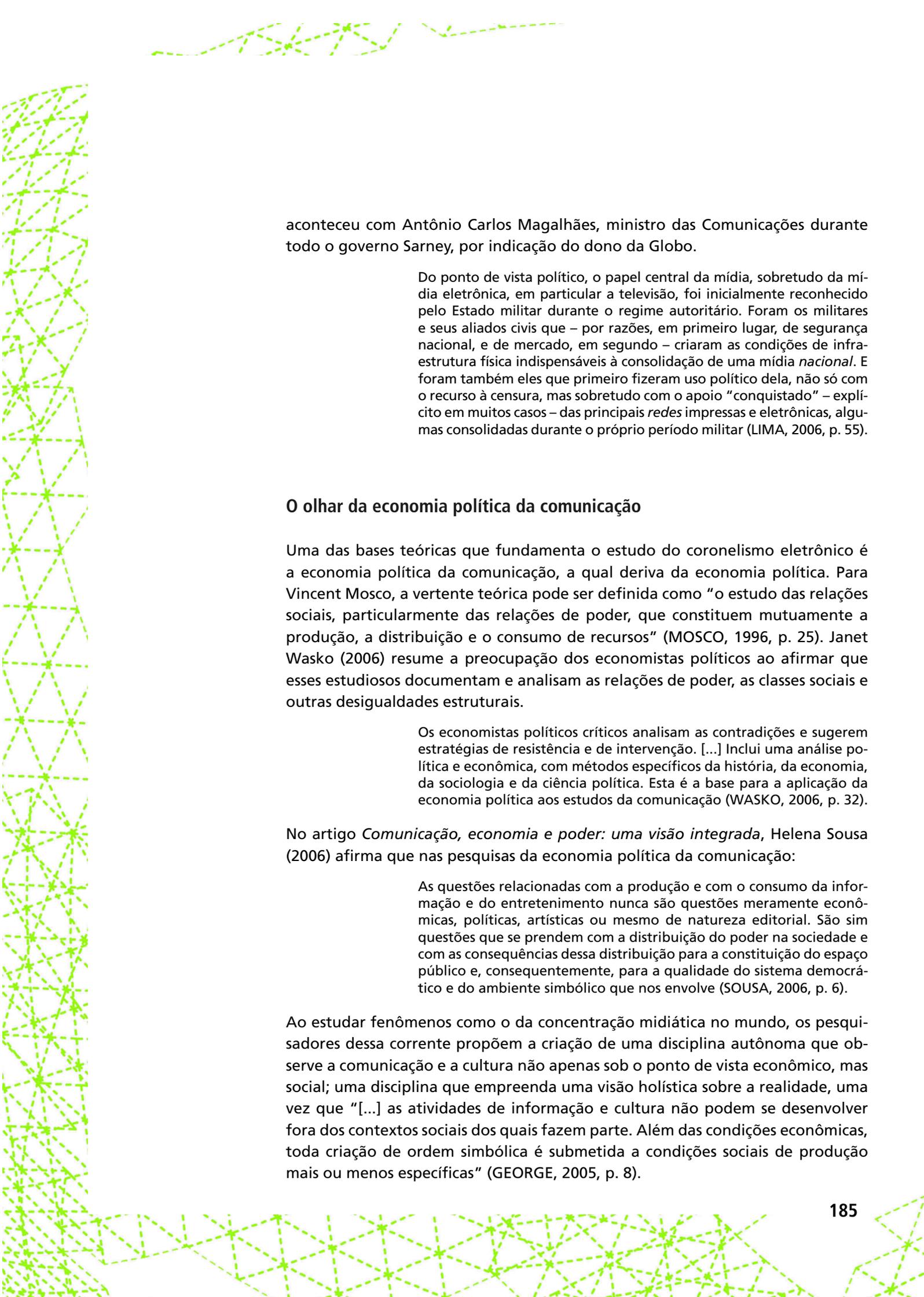
Entendemos por coronelismo eletrônico o sistema organizacional da recente estrutura brasileira de comunicações, baseado no compromisso recíproco entre poder nacional e poder local, configurando uma complexa rede de influências entre o poder público e o poder privado dos chefes locais, proprietários dos meios de comunicação (SANTOS, 2006).

Os traços desse fenômeno também já haviam sido reconhecidos em pesquisa anterior, realizada por uma das autoras desse artigo<sup>6</sup>, quando essa se debruçou acerca do conceito e reconheceu o termo como uma forma metafórica de retomar a definição histórica lançada por Leal. Entre as várias definições desse novo fenômeno, os pesquisadores Venício Lima e Cristiano Lopes (2007) apontam similaridades entre os dois termos.

As emissoras de rádio e televisão dão origem a um tipo de poder agora não mais coercivo, mas criador de consensos políticos. São esses consensos que facilitam (mas não garantem) a eleição (e a reeleição) de representantes – em nível federal, deputados e senadores – que, por sua vez, permitem circularmente a permanência do coronelismo como sistema. Ao controlar as concessões, o novo coronel promove a si mesmo e aos seus aliados, hostiliza e cerceia a expressão dos adversários políticos e é fator importante na construção da opinião cujo apoio é disputado tanto no plano estadual como no federal. No coronelismo eletrônico, portanto, a moeda de troca continua sendo o voto, como no velho coronelismo. Só que não mais com base na posse da terra, mas no controle da informação – vale dizer, na capacidade de influir na formação da opinião pública (LIMA; LOPES, 2007, p. 3).

Como podemos constatar, a apropriação do público pelo privado tem sido a maior característica de tais fenômenos. Com interesses políticos ou capitalistas, os veículos de comunicação e, por consequência, os 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. Um exemplo citado por Venício Lima no livro *Mídia – Crise política e poder no Brasil*, coloca em relevo o episódio que deu origem à indicação do ex-ministro da Fazenda Maílson da Nóbrega. Segundo o pesquisador, antes de nomear o economista para assumir o ministério, o então presidente José Sarney consultou a opinião de Roberto Marinho (LIMA, 2006), dono das Organizações Globo. Caso semelhante

<sup>6</sup> Disponível em: <[http://repositorio.ufpe.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/3607/arquivo84\\_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ufpe.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/3607/arquivo84_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y)>. Acesso em: 22 dez. 2014, às 16h.



aconteceu com Antônio Carlos Magalhães, ministro das Comunicações durante todo o governo Sarney, por indicação do dono da Globo.

Do ponto de vista político, o papel central da mídia, sobretudo da mídia eletrônica, em particular a televisão, foi inicialmente reconhecido pelo Estado militar durante o regime autoritário. Foram os militares e seus aliados civis que – por razões, em primeiro lugar, de segurança nacional, e de mercado, em segundo – criaram as condições de infraestrutura física indispensáveis à consolidação de uma mídia *nacional*. E foram também eles que primeiro fizeram uso político dela, não só com o recurso à censura, mas sobretudo com o apoio “conquistado” – explícito em muitos casos – das principais *redes* impressas e eletrônicas, algumas consolidadas durante o próprio período militar (LIMA, 2006, p. 55).

### O olhar da economia política da comunicação

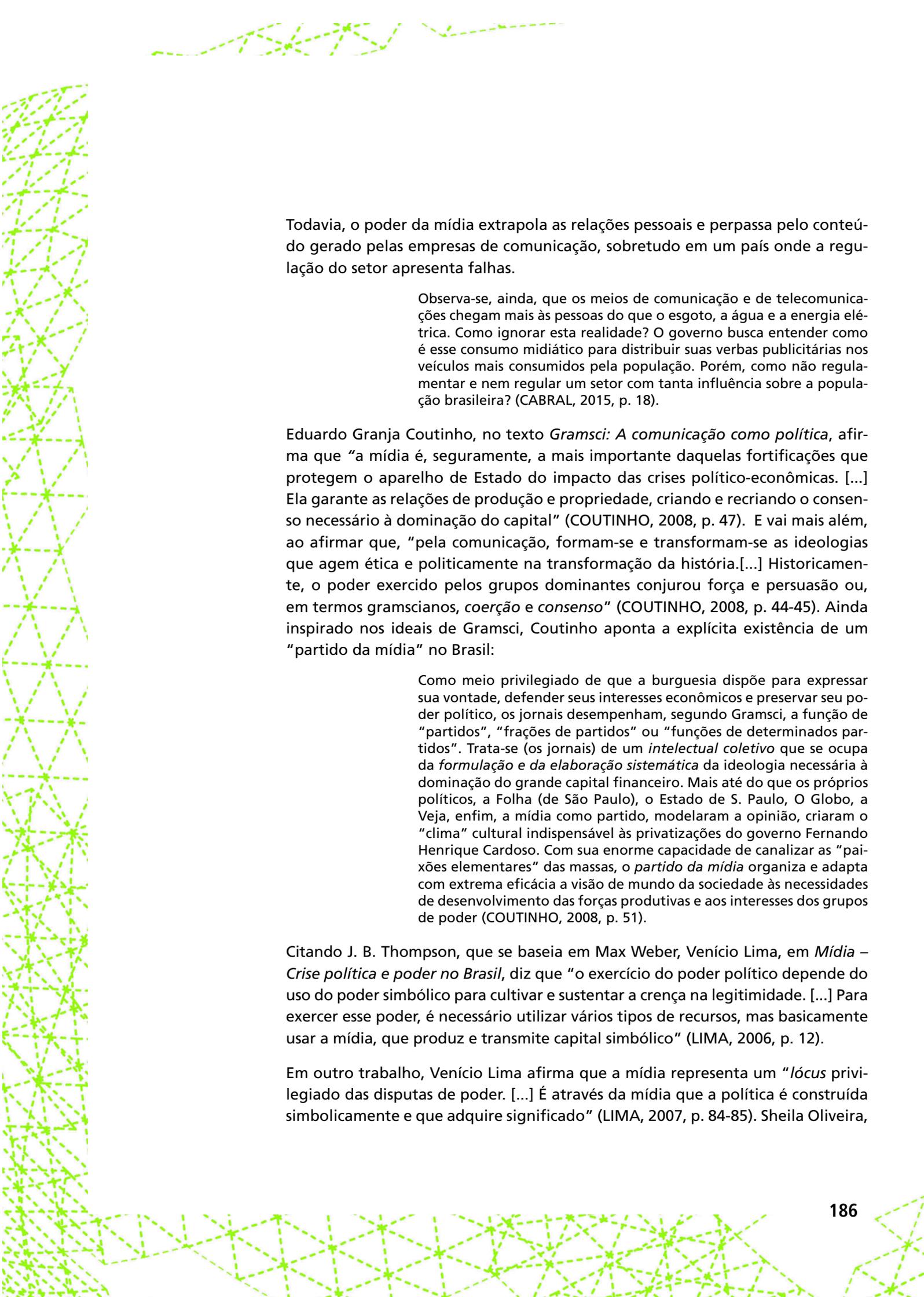
Uma das bases teóricas que fundamenta o estudo do coronelismo eletrônico é a economia política da comunicação, a qual deriva da economia política. Para Vincent Mosco, a vertente teórica pode ser definida como “o estudo das relações sociais, particularmente das relações de poder, que constituem mutuamente a produção, a distribuição e o consumo de recursos” (MOSCO, 1996, p. 25). Janet Wasko (2006) resume a preocupação dos economistas políticos ao afirmar que esses estudiosos documentam e analisam as relações de poder, as classes sociais e outras desigualdades estruturais.

Os economistas políticos críticos analisam as contradições e sugerem estratégias de resistência e de intervenção. [...] Inclui uma análise política e econômica, com métodos específicos da história, da economia, da sociologia e da ciência política. Esta é a base para a aplicação da economia política aos estudos da comunicação (WASKO, 2006, p. 32).

No artigo *Comunicação, economia e poder: uma visão integrada*, Helena Sousa (2006) afirma que nas pesquisas da economia política da comunicação:

As questões relacionadas com a produção e com o consumo da informação e do entretenimento nunca são questões meramente econômicas, políticas, artísticas ou mesmo de natureza editorial. São sim questões que se prendem com a distribuição do poder na sociedade e com as consequências dessa distribuição para a constituição do espaço público e, conseqüentemente, para a qualidade do sistema democrático e do ambiente simbólico que nos envolve (SOUSA, 2006, p. 6).

Ao estudar fenômenos como o da concentração midiática no mundo, os pesquisadores dessa corrente propõem a criação de uma disciplina autônoma que observe a comunicação e a cultura não apenas sob o ponto de vista econômico, mas social; uma disciplina que empreenda uma visão holística sobre a realidade, uma vez que “[...] as atividades de informação e cultura não podem se desenvolver fora dos contextos sociais dos quais fazem parte. Além das condições econômicas, toda criação de ordem simbólica é submetida a condições sociais de produção mais ou menos específicas” (GEORGE, 2005, p. 8).



Todavia, o poder da mídia extrapola as relações pessoais e perpassa pelo conteúdo gerado pelas empresas de comunicação, sobretudo em um país onde a regulação do setor apresenta falhas.

Observa-se, ainda, que os meios de comunicação e de telecomunicações chegam mais às pessoas do que o esgoto, a água e a energia elétrica. Como ignorar esta realidade? O governo busca entender como é esse consumo midiático para distribuir suas verbas publicitárias nos veículos mais consumidos pela população. Porém, como não regulamentar e nem regular um setor com tanta influência sobre a população brasileira? (CABRAL, 2015, p. 18).

Eduardo Granja Coutinho, 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). Ainda inspirado nos ideais de Gramsci, Coutinho aponta a explícita existência de um “partido da mídia” no Brasil:

Como meio privilegiado de que a burguesia dispõe para expressar sua vontade, defender seus interesses econômicos e preservar seu poder político, os jornais desempenham, segundo Gramsci, a função de “partidos”, “frações de partidos” ou “funções de determinados partidos”. Trata-se (os jornais) de um *intelectual coletivo* que se ocupa da *formulação* e da *elaboração sistemática* da ideologia necessária à dominação do grande capital financeiro. Mais até do que os próprios políticos, a Folha (de São Paulo), o Estado de S. Paulo, O Globo, a Veja, enfim, a mídia como partido, modelaram a opinião, criaram o “clima” cultural indispensável às privatizações do governo Fernando Henrique Cardoso. Com sua enorme capacidade de canalizar as “paixões elementares” das massas, o *partido da mídia* organiza e adapta com extrema eficácia a visão de mundo da sociedade às necessidades de desenvolvimento das forças produtivas e aos interesses dos grupos de poder (COUTINHO, 2008, p. 51).

Citando J. B. Thompson, que se baseia em Max Weber, Venício Lima, em *Mídia – Crise política e poder no Brasil*, diz que “o exercício do poder político depende do uso do poder simbólico para cultivar e sustentar a crença na legitimidade. [...] Para exercer esse poder, é necessário utilizar vários tipos de recursos, mas basicamente usar a mídia, que produz e transmite capital simbólico” (LIMA, 2006, p. 12).

Em outro trabalho, Venício Lima afirma que a mídia representa um “*lôcus* privilegiado das disputas de poder. [...] É através da mídia que a política é construída simbolicamente e que adquire significado” (LIMA, 2007, p. 84-85). Sheila Oliveira,

7 Os nomes de sócios e diretores das concessões públicas de radiodifusão sempre foram tratados de forma nada transparentes pelo Estado brasileiro, que hesitava em divulgá-los. Em 2006, o governo disponibilizou no endereço eletrônico do Ministério das Comunicações a relação com estes nomes, mas em muito pouco tempo a retirou, atendendo uma solicitação dos próprios radio difusores, muitos deles políticos tradicionais.

8 As empresas do então deputado federal Inocêncio Oliveira foram estudadas na pesquisa *Coronelismo Eletrônico ou Indústria Cultural – Uma análise das empresas de radiodifusão do deputado federal Inocêncio Oliveira*, dissertação de mestrado de Fabiola Mendonça.

em sua pesquisa *Palanque eletrônico: O horário gratuito da propaganda eleitoral e os gêneros do telejornalismo*, também se debruçou sobre essa temática. Para a autora, “os políticos se pautam pela mídia para que o seu discurso e a sua imagem ganhem a credencial de entrada na esfera pública da visibilidade” (OLIVEIRA, 2005, p. 38). Oliveira apoia-se em Rubim, para quem:

Quando o campo da política não abarca toda a população do modo pleno e satisfatório, deixando-a órfã de representação, ela encontra-se amplamente disponível para se representar através de outros dispositivos, que canalizem, real ou imaginariamente, seus anseios e demandas. A mídia apresenta-se como um destes mecanismos de representação (RUBIM *apud* OLIVEIRA, 2005, p. 39).

## O coronelismo eletrônico em Pernambuco nos anos 2000

Em uma breve observação na relação de sócios e diretores de empresas de radiodifusão, divulgada em maio de 2011 pelo governo brasileiro<sup>7</sup>, é possível identificar um grande número de políticos controlando emissoras comerciais, sobretudo em municípios do interior de Pernambuco. Alguns deles têm a licença do governo federal para administrar essas concessões públicas há mais de 30 anos, como o ex-deputado federal Inocêncio Oliveira<sup>8</sup>, que exerce o controle da rádio A Voz do Sertão, no município de Serra Talhada, desde 1978. Além da 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, Agreste do Estado. Acrescido a esse plantel, o deputado possuía várias licenças para RTVs e figurava, ao menos até 2010, como 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. Em meio a essas barganhas políticas, foram liberadas 1.048 concessões públicas de radiodifusão.

Foi nesse período que Inocêncio Oliveira – deputado federal por Pernambuco entre 1975 e 2014, que se retirou da cena parlamentar depois de 40 anos de vida pública – garantiu a concessão da primeira rádio FM, a Líder do Vale, em Serra

9 As concessões das duas rádios e da televisão foram liberadas no final do governo Sarney, porém a TV Asa Branca e a Transertaneja precisaram da apreciação do Congresso Nacional, determinação que passou a valer a partir da promulgação da Constituição Federal, em 5 de outubro de 1988. A Líder do Vale foi liberada antes da Constituição, quando a prerrogativa de conceder outorgas era apenas do presidente da República.

Talhada. Logo em seguida, no final do governo Sarney, o parlamentar ainda recebeu 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,<sup>9</sup> 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 ganhar as concessões da Transertaneja e da televisão, o então deputado arquivou, quando presidia interinamente a Câmara dos Deputados, uma CPI que apurava denúncias de corrupção no governo Sarney (MOTTER, 1994).

Sobre as acusações 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, 2007, p. 1).

Além do histórico de Inocêncio Oliveira e dos deputados federais Adalberto Cavalcanti Rodrigues e Luiz Gonzaga Patriota como radiodifusores, outro caso de coronelismo eletrônico em Pernambuco está associado à família do ex-governador José Mendonça Filho, que assumiu o Ministério da Educação no governo provisório de Michel Temer, em maio de 2016. 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), e atuou em causa própria, defendendo os interesses dos concessionários de rádio e televisão. As empresas de radiodifusão da família Mendonça Bezerra estão em nome da mãe de Mendonça Filho, Estefânia Maria Bezerra, e de duas irmãs, Andrea Moura Bezerra e Isabela Bezerra Coutinho. Segundo consta no Ministério das Comunicações, os familiares de Mendonça têm a outorga de duas rádios AM, nos municípios de Belo Jardim e Santa Cruz do Capibaribe. Em reportagem publicada no Blog do Alceu<sup>10</sup> – que aponta os nomes de sete dos 23 ministros do governo Temer como coronéis eletrônicos –, a família de Mendonça Filho aparece como acionista da TV Jornal do Commercio e das rádios difusoras de Caruaru, Garanhuns e Limoeiro.

10 Disponível em: <http://outraspalavras.net/alceucastilho/2016/05/13/sete-dos-23-ministros-de-temer-possuem-ou-controlam-radio-e-tv/#more-3170>> Acesso em: 13 maio 2016, às 14h30.

Outra oligarquia pernambucana que controla outorgas de radiodifusão é a Coelho, com forte tradição política no Sertão do São Francisco. Liderada pelo ex-deputado

11 Além dos nomes contidos neste quadro, constavam na relação do Ministério das Comunicações duas rádios controladas por políticos que não têm atuação política em Pernambuco. A primeira é a Rede Central de Comunicação – FM (Recife), a qual tem com um dos sócios o ex-governador de São Paulo Orestes Quercia. A segunda é a Radio Asa Branca de Salgueiro LTDA – OM, que tem como sócio o ex-senador Mansueto de Lavor, falecido e que não deixou herdeiro político.

federal Oswaldo Coelho – político que já ocupou vários cargos no estado, morto no final de 2015 –, 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. O clã dos Coelho também compõe o ministério de Temer, tendo como representante Fernando Bezerra Coelho Filho, na pasta de Minas e Energia. 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.

**Tabela 1 – Políticos pernambucanos, seus sócios e diretores, que controlam rádio e televisão em Pernambuco até 2010<sup>11</sup>**

NOME	PARTIDO	CARGO	CONCESSÃO
<b>Adalberto Cavalcanti Rodrigues</b>	PHS	Ex-prefeito de Afrânio	Rádio Rio Pontual, em Afrânio
<b>Cintra Galvão</b>	PTB	Ex-deputado estadual e ex-prefeito de Belo Jardim	Rádio Itacatié FM, em Belo Jardim
<b>Fernando Lyra João Lyra Neto</b>	PDT	Família de políticos como Fernando Lyra, ex-deputado federal e ex-ministro da Justiça, e do ex-vice-governador de Pernambuco, João Lyra Neto. Aparece como sócio da empresa João Lyra Filho	Rádio Cultura do Nordeste S.A. (AM), Caruaru
<b>Fernando Alves Tavares de Sá</b>	DEM	Ex-prefeito de Verdejante	Rádio Verdejante FM, em Verdejante
<b>Geraldo Coelho</b>	PTB	Ex-deputado estadual	Rádio Grande Rio FM, em Petrolina
<b>Geraldo Melo (falecido)</b>	----	Ex-deputado estadual e ex-prefeito de Jaboatão dos Guararapes	Guararapes Metropolitana FM LTDA/ Sucesso FM, em Jaboatão dos Guararapes
<b>Gonzaga Patriota</b>	PSB	Deputado Federal	FN Rede Brasil de Comunicações LTDA, em Salgueiro
<b>Hélio Urquiza</b>	PMDB	Ex-deputado estadual e esposo da ex-prefeita de Olinda Jacilda Urquiza	Rádio Papacaca LTDA (AM), em Bom Conselho
<b>Henrique Queiroz</b>	PR	Deputado estadual	Rádio Vitória FM LTDA, em Vitória de Santo Antão
<b>Inocência Oliveira</b>	PR	Ex-deputado federal	Rádio A Voz do Sertão (AM), em Serra Talhada; Rádio Transertaneja FM, em Afogados da Ingazeira; Rádio Líder do Vale FM, em Serra Talhada; Rede Nordeste de Comunicação/TV Asa Branca, afiliada da Rede Globo em Caruaru.
<b>João Barbosa Camelo Neto</b>	PTB	Ex-prefeito de Casinhas	RGJ Comunicações, em Casinhas
<b>José Aglailson</b>	PSB	Ex-deputado estadual e ex-prefeito de Vitória de Santo Antão	Sistema Horizonte de Comunicação Ltda (FM), em Carpina; Agreste Radiodifusora Ltda (FM), em Limoeiro; Rádio Cultural de Vitória Ltda, em Vitória de Santo Antão.
<b>José Ailton Costa</b>	----	Ex-prefeito de Jurema	FM Comunitário Boas Vindas, em Felipe Guerra (RN)

NOME	PARTIDO	CARGO	CONCESSÃO
<b>José Mendonça (falecido)</b>	-----	Ex-deputado federal e pai do ex-governador de Pernambuco e atual ministro da Educação e Cultura no governo interino de Michel Temer, Mendonça Filho	JMB Empreendimentos Ltda, no Recife; Rádio Bituri Ltda (AM), em Belo Jardim; JMB Empreendimentos Ltda (AM), em Santa Cruz do Capibaribe.
<b>José Pereira de Araújo</b>	PSB	Ex-prefeito de Paudalho	Líder FM, em João Câmara (RN); Ceará Rádio Clube, em Fortaleza.
<b>Henrique José Queiroz Costa</b>	PR	Deputado Estadual	Rádio Vitória FM, em Vitória de Santo Antão
<b>Manoel Ferreira</b>	PMDB	Ex-prefeito de Tupanatinga	Fundação Jaime Martins
<b>Manoel José da Silva</b>	DEM	Ex-prefeito de Carnaubeira da Penha	Ceará Rádio Clube, em Fortaleza (CE); Rádio Clube AM, em Teresina (PI); TV Clube, em Teresina (PI).
<b>Oswaldo Coelho Geraldo Coelho Fernando Coelho</b>	DEM PTB PSB	Família tradicional do Sertão pernambucano que tem como seus principais líderes políticos e oligárquicos os ex-prefeitos de Petrolina e ex-deputados Oswaldo Coelho, Geraldo Coelho	Rádio e Televisão Grande Rio FM Stéreo Ltda, em Petrolina e em Santa Maria da Boa Vista; Rádio Felicidade FM Ltda, em Santa Maria da Boa Vista; Rádio da Grande Serra (AM), em Araripina; Rádio Felicidade FM Ltda, em Cabrobó; Rádio FM Voluntários da Pátria Ltda. (AM), em Ouricuri; Rádio Felicidade FM Ltda., em Petrolândia; Rádio do Grande Rio Ltda. (AM), em Petrolina

Fonte: Dados do Ministério das Comunicações – Quadro de Sócios e Diretores dos Canais de Rádios em Frequência Modulada (FM), Ondas Médias (AM) e TV. Anatel – Sistema de Acompanhamento de Controle de Cotas (Siacco). Acesso em 3 de julho de 2010.

12 Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2015/12/1720519-eduardo-cunha-vendeu-emissora-de-radio-sem-ter-aval-de-ministerio.shtml>> Acesso em: 9 maio 2016, às 22h.

Além desses políticos locais, algumas rádios instaladas no Estado têm como concessionários parlamentares de outras regiões, como é o caso do presidente afastado da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha (PMDB-RJ). Segundo matéria publicada pelo jornal Folha de São Paulo<sup>12</sup>, o parlamentar consta como sócio da Rádio Satélite. O texto afirma que Cunha teria vendido a emissora em 2011 a Romildo Rodrigues Soares, religioso fundamentalista conhecido como RR Soares, que teria como sócio Victor Soares Marques Ferreira, apresentador de programas evangélicos. No entanto, de acordo com a reportagem da Folha, na Anatel ainda consta o deputado – que também é evangélico – como concessionário da Rádio Satélite.

O cenário de coronelismo eletrônico pode ser ainda maior se for considerado o número de laranjas ou empresas fantasmas controladas por políticos radiodifusores. Em reportagem veiculada no jornal Folha de S. Paulo nas edições de 27 e 28 de março de 2011, a jornalista Elvira Lobato aponta dados que mostram ser uma prática comum em utilizar terceiros nas licitações para concessão de rádio e televisão. 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). A reportagem

mostra também que a prática de utilizar “laranjas” não está restrita a políticos: muitos empresários e igrejas estão recorrendo a este método para esconder interesses religiosos ou para lavagem de dinheiro.

Como exposto, uma das principais características do coronelismo eletrônico é sua transversalidade nas estâncias de poder e sua permanência independente de governo ou partido. Os recentes acontecimentos políticos do Brasil, no qual a admissibilidade do processo de impeachment da presidenta Dilma Rousseff foi aprovada no Senado – afastando-a por até 180 dias do comando do país –, é um claro exemplo disso.

Ao assumir o governo interino, o vice-presidente Michel Temer nomeou 23 ministros, dos quais sete são donos ou possuem parentes donos de concessões de radiodifusão, incluindo Mendonça Filho e Fernando Coelho Filho, já citados anteriormente.

A proporção é inédita. Quase 1/3 dos 23 ministros de Temer – ao todo, sete – possui ou controla pelo menos uma rádio ou televisão. A maioria, várias. O coronelismo eletrônico que ajudou a depor Dilma Rousseff (que também teve ministros donos de rádios e TVs, assim como Lula, assim como FHC, Collor, Sarney) ganha sem pudores seu quinhão na Esplanada dos Ministérios. Como se ela se tornasse uma extensão do latifúndio midiático do Congresso (BLOG DO ALCEU, 2016).

**Tabela 2 – Ministros do governo Temer que possuem concessão ou parentes com concessões de radiodifusão**

POLÍTICO	PARTIDO / ESTADO	CARGO	PARTRICIPAÇÃO EM COTAS DE VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO
<b>Helder Barbalho</b>	PMDB/PA	Ministro da Integração Nacional	Declarou cotas em: - Rede Brasil Amazônia de Televisão, retransmissora da Band; - Rádio Clube do Pará; - Sistema Clube do Pará de Comunicação, com duas concessões em Belém e seis retransmissoras no interior do estado; - Diário do Pará; - Rádio Carajás FM.
<b>José Sarney Filho</b>	PV/ MA	Ministro do Meio Ambiente	Herdeiro de um império da comunicação, com cotas em: - Rádio Mirante; - Rádio Litoral Maranhense; - TV Mirante, afiliada da Rede Globo.
<b>Henrique Eduardo Alves</b>	PMDB/RN	Ministro do Turismo	Possui cotas em: - Rádio Cabugi; - TV Cabugi; - Televisão Costa Branca, retransmissora da Rede Globo - Jornal Tribuna do Norte.
<b>Ricardo Barros</b>	PP/PA	Ministro da Saúde	Possui 99% das cotas da Rádio Jornal Maringá
<b>Romero Jucá</b>	PMDB/RR	Ministro do Planejamento	Seu patrimônio foi transferido para os filhos, entre eles o ex-deputado Rodrigo Jucá, que possui cotas na empresa Societat Participações. Essa empresa controla a TV Caburaí, retransmissora da Band em Boa Vista, capital de Roraima.

POLÍTICO	PARTIDO / ESTADO	CARGO	PARTRICIPAÇÃO EM COTAS DE VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO
<b>Mendonça Filho</b>	DEM/PE	Ministro da Educação e Cultura	Descendente de família de políticos e empresários pernambucanos com influência nos meios de comunicação. Já esteve entre os acionistas da TV Jornal do Commercio, da Rádio Difusora de Caruaru, Rádio Difusora de Garanhuns, Rádio Difusora de Limoeiro, Rádio Difusora de Pesqueira, todas do grupo Sistema Jornal do Commercio de Comunicação (SJCC). Seu pai, o ex-deputado Mendonça Bezerra, declarava participação nas rádios e TV Jornal do Commercio e na Rádio Bitury, em Belo Jardim, hoje nas mãos da mãe do atual ministro.
<b>Fernando Coelho Filho</b>	PSB/PE	Ministro de Minas e Energia	Embora não tenha declarado nenhuma concessão à Justiça Eleitoral, é membro da família Coelho, que possui participação das cotas 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.

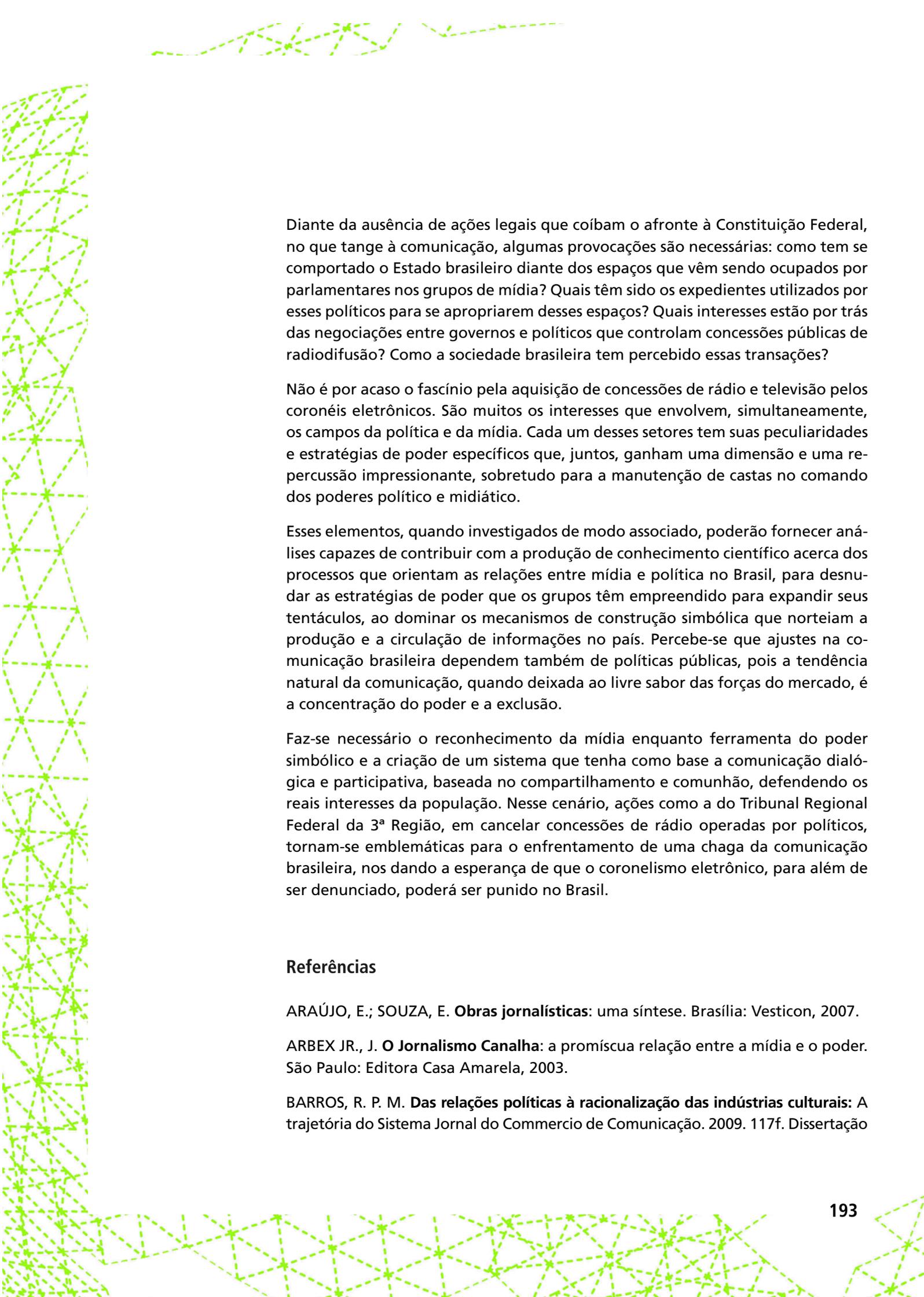
<sup>13</sup> Disponível em: < <http://outraspalavras.net/alceucastilho/2016/05/13/sete-dos-23-ministros-de-temer-possuem-ou-controlam-radio-e-tv/#more-3170> > Acesso em: 13 maio 2016, as 14h30.

**Fonte:** Dados da Justiça Eleitoral, publicados em matéria do Blog Alceu Castilho<sup>13</sup>

## Conclusões

A concentração dos meios de comunicação propicia a manutenção do poder de determinados grupos familiares, evidencia a existência de um coronelismo eletrônico com raízes históricas na política brasileira (LIMA, 2008) e que serve de moeda de troca de favores entre políticos e empresários. Venício Lima (2008), no artigo As concessões de radiodifusão como moeda de barganha política são explícitas: “Ao controlar as concessões, o novo coronel promove a si mesmo e aos seus aliados, hostiliza e cerceia a expressão dos adversários políticos e é fator importante na construção da opinião pública, cujo apoio é disputado tanto no plano estadual como no federal” (LIMA, 2008, p. 28).

Dessa maneira, a formação de grupos comandados por coronéis eletrônicos fere o direito humano à comunicação, haja vista que impede a população de produzir seus próprios conteúdos e difundi-los nos veículos midiáticos. 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 do lucro, sob impulso do mercado capitalista. A perpetuação das relações de poder por meio das lógicas política, cultural e econômica que movem esse tipo de corporação 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 poder de tais conglomerados.



Diante da ausência de ações legais que coíbam o afronte à Constituição Federal, no que tange à comunicação, algumas provocações são necessárias: como tem se comportado o Estado brasileiro diante dos espaços que vêm sendo ocupados por parlamentares nos grupos de mídia? Quais têm sido os expedientes utilizados por esses políticos para se apropriarem desses espaços? Quais interesses estão por trás das negociações entre governos e políticos que controlam concessões públicas de radiodifusão? Como a sociedade brasileira tem percebido essas transações?

Não é por acaso o fascínio pela aquisição de concessões de rádio e televisão pelos coronéis eletrônicos. São muitos os interesses que envolvem, simultaneamente, os campos da política e da mídia. Cada um desses setores tem suas peculiaridades e estratégias de poder específicos que, juntos, ganham uma dimensão e uma repercussão impressionante, sobretudo para a manutenção de castas no comando dos poderes político e midiático.

Esses elementos, quando investigados de modo associado, poderão fornecer análises capazes de contribuir com a produção de conhecimento científico acerca dos processos que orientam as relações entre mídia e política no Brasil, para desnudar as estratégias de poder que os grupos têm empreendido para expandir seus tentáculos, ao dominar os mecanismos de construção simbólica que norteiam a produção e a circulação de informações no país. Percebe-se que ajustes na comunicação brasileira dependem também de políticas públicas, pois a tendência natural da comunicação, quando deixada ao livre sabor das forças do mercado, é a concentração do poder e a exclusão.

Faz-se necessário o reconhecimento da mídia enquanto ferramenta do poder simbólico e a criação de um sistema que tenha como base a comunicação dialógica e participativa, baseada no compartilhamento e comunhão, defendendo os reais interesses da população. Nesse cenário, ações como a do Tribunal Regional Federal da 3ª Região, em cancelar concessões de rádio operadas por políticos, tornam-se emblemáticas para o enfrentamento de uma chaga da comunicação brasileira, nos dando a esperança de que o coronelismo eletrônico, para além de ser denunciado, poderá ser punido no Brasil.

## Referências

- ARAÚJO, E.; SOUZA, E. **Obras jornalísticas: uma síntese**. Brasília: Vesticon, 2007.
- ARBEX JR., J. **O Jornalismo Canalha: a promíscua relação entre a mídia e o poder**. São Paulo: Editora Casa Amarela, 2003.
- BARROS, R. P. M. **Das relações políticas à racionalização das indústrias culturais: A trajetória do Sistema Jornal do Commercio de Comunicação**. 2009. 117f. Dissertação

(Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco. Recife: UFPE, 2009.

BAYMA, I. **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.

BLOG do Alceu Castilho. **Sete dos 23 ministros de Temer possuem ou controlam rádio e TV**. Disponível em: <<http://outraspalavras.net/alceucastilho/2016/05/13/sete-dos-23-ministros-de-temer-possuem-ou-controlam-radio-e-tv/#more-3170>> Acesso em: 13 maio 2016.

CABRAL, E. D. T. Mídia no Brasil: Concentração das Comunicações e Telecomunicações. *In.*: **Revista Eptic.**, v. 17, n. 3, p. 16-28, set./dez. 2015.

COUTINHO, E. G. Gramsci: a comunicação como política. *In.*: COUTINHO, E. G.; FREIRE FILHO, J.; PAIVA, P. (Orgs). **Mídia e Poder – ideologia, discursos e subjetividade**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008. p. 41-55.

CRUZ, A. L.; BARROS, D.; TAVARES, D. **Razão e comunicação: elementos de uma identidade nacional**. Recife: Editora Universitária da UFPE, 2006.

FREIRE, P. **Extensão ou Comunicação?** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

FEITOSA, R. **Coronel da mídia, Gonzaga Patriota vota pelo impeachment mas continua ferindo a Constituição**. 18/04/2016 Disponível em: <<http://ombudspe.org.br/artigos/coronel-da-midia-gonzaga-patriota-vota-pelo-impeachment-mas-continua-ferindo-a-constituicao/>>. Acesso em: 01 maio 2016.

GOMES A. Os conselhos de comunicação são necessários à conquista do direito humano à comunicação. *In.*: **Revista Garra**, Recife, ano 10, n. 121, p. 20-22, dez. 2010.

GEORGE, É. Elementos de reflexão sobre a dimensão sociológica do ponto de vista da economia política da comunicação e da teoria das indústrias culturais. *In.*: **Revista de Economía Política de las Tecnologías de La Información y Comunicación**, v. VII, n. 5, may/ago, 2005. Disponível em: <[www.eptic.com.br](http://www.eptic.com.br)>. Acesso em: 30 jul. 2009.

LEAL, V. N. **Coronelismo, enxada e voto: O município e o regime representativo no Brasil**. São Paulo: Alfa-Ômega, [1947(1978)].

LESSA, M. **Indústria cultural & cultura da mídia: da modernidade à lógica cultural pós-moderna**. São Paulo, 2004. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/78581311369685402549691217909531152103.pdf>>. Acesso em: 12 jan. 2008.

LIMA, V. **Mídia: crise política e poder no Brasil**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

\_\_\_\_\_. As concessões de radiodifusão como moeda de barganha política. *In.: Revista Adusp*. Janeiro, 2008, número 42, pp. 26-33.

\_\_\_\_\_. As “brechas” legais do coronelismo eletrônico. *In.: Aurora – Revista de Arte, Mídia e Política – PUCSP*, 2007. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/aurora/article/viewFile/6344/4652>> Acesso em: 08 maio 2016.

\_\_\_\_\_. LOPES, C. A. **Rádios comunitárias – Coronelismo eletrônico de novo tipo (1999-2004)**. 2007. Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor). Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=439IPB001>>. Acesso em: 5 mar. 2008.

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

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

MARTINS, A. L.; LUCA, T. R. (orgs.). **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008.

MOTTER, P. **A batalha invisível da Constituinte: interesses privados versus caráter público da radiodifusão no Brasil**. 1994. 301f. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Faculdade de Estudos Sociais Aplicadas – Departamento de Ciência Política e Relações Internacionais. Brasília: UnB, 1994.

MOSCO, V. **The political economy of communication: rethinking & renewal**. London: Sage, 1996.

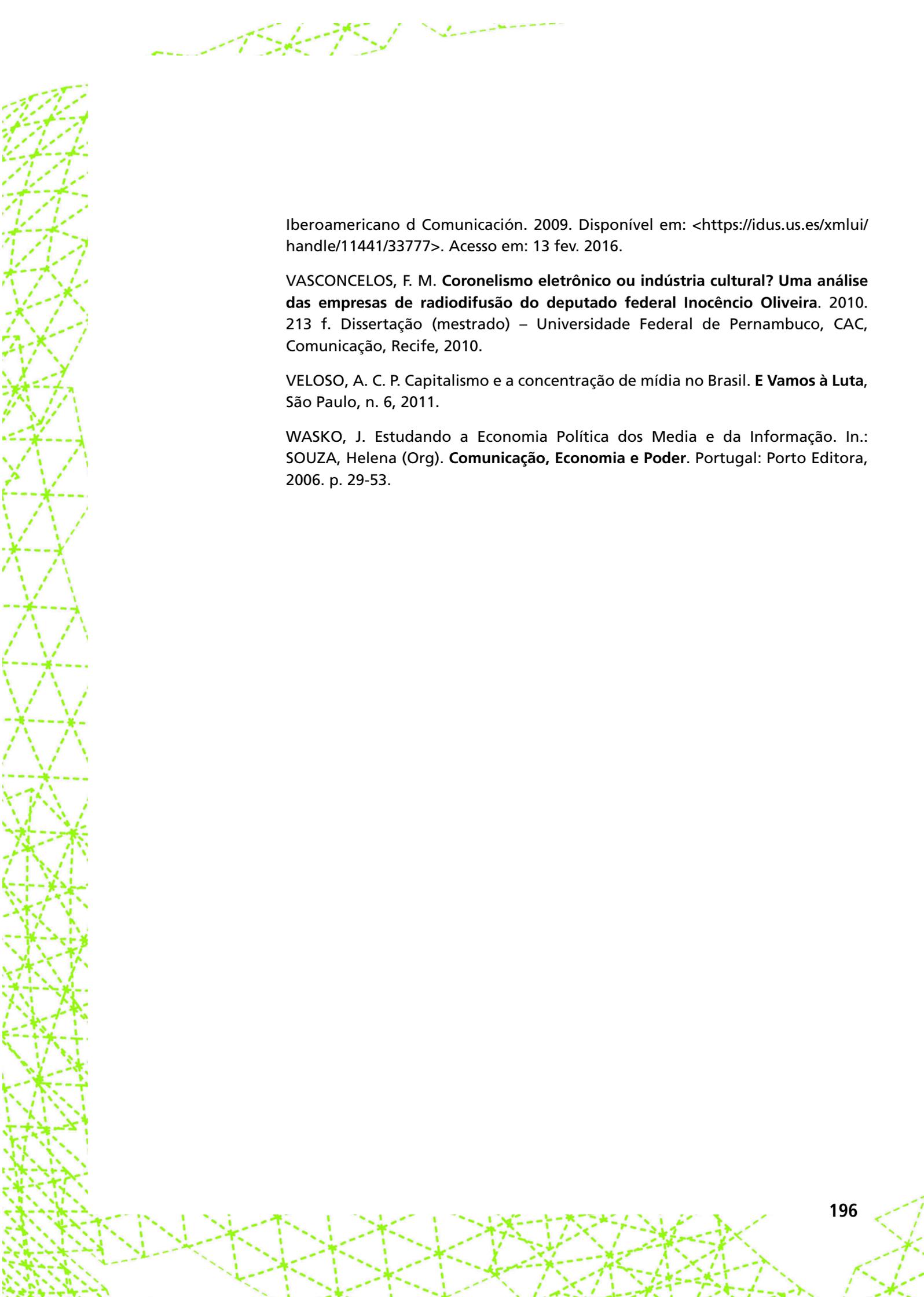
ORTIZ, R. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 2001.

OLIVEIRA, S. B. **Palanque eletrônico: O horário gratuito da propaganda eleitoral e os gêneros do telejornalismo**. 2005. 263f. Dissertação (Mestrado) – Departamento de Comunicação. Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2005.

REBOUÇAS, E. Estratégia retórica dos “donos” da mídia como escudo ao controle social. *In.: LÍBERO*, ano IX, n. 17, p. 41-49, jun./2006. Disponível em: <<http://www.andi.org.br/sites/default/files/legislacao/17.%20Estrat%C3%A9gia%20ret%C3%B3rica%20dos%20donos%20da%20m%C3%ADdia%20como%20escudo%20ao%20controle%20social.pdf>>. Acesso em: 05 maio 2016.

SANTANA, J. J. **A televisão pernambucana por quem a viu nascer**. Recife: Editora do autor, 2007.

SANTOS, S. Nem só de samba e futebol vivem as tradições históricas brasileiras: O coronelismo eletrônico como herança do coronelismo. *In: Iberoamérica: comunicación, cultura, y desarrollo em la era digital: Ibercom 06, IX Congresso*



Iberoamericano d Comunicación. 2009. Disponível em: <<https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/33777>>. Acesso em: 13 fev. 2016.

VASCONCELOS, F. M. **Coronelismo eletrônico ou indústria cultural? Uma análise das empresas de radiodifusão do deputado federal Inocêncio Oliveira**. 2010. 213 f. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco, CAC, Comunicação, Recife, 2010.

VELOSO, A. C. P. Capitalismo e a concentração de mídia no Brasil. **E Vamos à Luta**, São Paulo, n. 6, 2011.

WASKO, J. Estudando a Economia Política dos Media e da Informação. In.: SOUZA, Helena (Org). **Comunicação, Economia e Poder**. Portugal: Porto Editora, 2006. p. 29-53.