

Dos coronéis eletrônicos às cruzes midiáticas: um conciso panorama do campo político-midiático brasileiro¹

André Kron Marques ZAPANI²
Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, PR

Resumo

Este artigo visa fazer um breve levantamento do campo político-midiático brasileiro, tomando por base suas vicissitudes díspares e únicas quando comparado a mercados internacionais. Na primeira parte, será analisada a formação da concentração do poder social e midiático e o surgimento do protagonista indissociável deste campo – o coronel eletrônico. Na parte seguinte, as idiossincrasias do campo midiático tais como sublocações, Código Brasileiro de Telecomunicações, inserção religiosa, oligopólios e propriedades de parlamentares serão estudadas. Por fim, será analisada uma controversa característica presente no campo comunicacional – a propriedade cruzada - responsável pela retração da globalização comunicacional e pelo soterramento da informação.

Palavras-chave: políticas de comunicação; coronelismo eletrônico; propriedade cruzada; concentração midiática; campo midiático.

1. PROCESSO HISTÓRICO DA CONCENTRAÇÃO DO PODER MIDIÁTICO

O processo de formação dos impérios midiáticos atuais remete a uma regressão temporal à época colonial (1534-1548), ao período do sistema de capitanias hereditárias, a fim de se entender como se deu a origem da relação de apadrinhamento, de poder e de nepotismo nos campos político e midiático contemporâneos.

Essa volta na história, sempre se fazendo analogia com o quadro social atual, se faz necessária a fim de se compreender como eram consolidadas as alianças entre o poder moderador de outrora (o executivo contemporâneo) e os notórios donatários dos lotes de terra do século XVI (empresários do ramo da comunicação do século XX e XXI).

Os donatários dessas capitanias saíram em geral da pequena nobreza (militares, homens de negócio, burocratas) e foram escolhidos pelo poder financeiro, pela familiaridade, pela representatividade social e pela proximidade com a nobreza real.

¹ Trabalho apresentado no DT8 - GP Políticas e Estratégias de Comunicação do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP), email: andrekron@gmail.com

Possuíam o direito de usufruir das propriedades, mas não as tinham como donos [processo semelhante às concessões radiofônicas³].

Essas relações de poder político vinculadas a conveniências mútuas e a interesses conjuntos transpassam os idos iniciais do Brasil Colônia e se tornam moldáveis ao transcurso temporal nacional.

O objeto de discussão e de disputa nessa relação sociopolítica entre os detentores “de fala” é perene, mas de formatação reiterada e amorfa, mas sempre seguindo os padrões do sistema econômico de sua época.

Surge o conceito de “coronelismo”, expressão utilizada para designar os opulentos fazendeiros, os comerciantes, os industriais mais abastados e os integrantes da Guarda Nacional que detinham o poder regional e a hegemonia social, econômica e política sobre os miseráveis habitantes das regiões interioranas do país.

Posteriormente, os sertanejos assim denominavam todos chefes políticos que tiveram grande expressão na política municipal, a partir do final do século XIX, perpassando pela República Velha (1889-1930).

No entanto, este conceito, segundo Santos (2008), é controverso quanto a sua finitude na história social. Para Carvalho (2005), o coronelismo teve seu fim por ocasião da implantação do Estado Novo, em 1937, e consequente queda do governador do Rio Grande do Sul, o caudilho Flores da Cunha.

O governo de Getúlio se caracterizou pela centralidade do poder no executivo, na União e consequente debilidade do poder regional, lócus de atuação dos coronéis. Outro fator que corrobora o fim desta figura social, foi a inclusão do voto secreto, na Constituição de 1934, excluindo as prerrogativas do voto de cabresto nos currais eleitoreiros, bem como a inexistência de votação direta nos governos militares, em período posterior.

Já Leal (1997), em prefácio de Barbosa Lima Sobrinho, acredita que este conceito sobrevive até hoje, fruto da transformação do coronel em “doutor”, da fazenda em fábrica e dos assessores em técnicos. O coronel continua sendo coronel, no entanto com outra configuração político-econômica. No entanto, os pobres continuam miseráveis.

Semelhante opinião têm Santos & Capparelli (2005) e Santos (2008a e 2008b), os coronéis se adaptaram ao novo formato político nacional, à manutenção da corrupção estatal e à situação de abandono de várias cidades interioranas.

³ Segundo o Ministério das Comunicações, serviços radiofônicos são classificados como transmissão de sons (radiodifusão de sons) e de sons e imagens (televisão), a serem direta e livremente usufruídas pelo público em geral. No Brasil, esses serviços têm, legalmente, finalidade educativa e cultural e são considerados de interesse nacional.

Corroborar-se com este posicionamento conceitual de dilatação temporal, Janotti (1987), além de “no interior do Nordeste, continua sem mudança significativa, mesmo com todas as transformações políticas e socio-econômicas ocorridas no cenário brasileiro, da década de 30 para cá (...) o coronelismo continua sem modificações em sua essência” (SANTOS, 2008b).

Os coronéis eram grandes latifundiários e empregadores de massas servis que detinham relações de dependência. Situações idênticas tinham os poderes municipal com estadual e este com o federal, haja vista que dependiam do voto para o prosseguimento de seus mandatos e, indiretamente, dos proprietários de terras que, na base da coerção física e psicológica (voto de cabresto), retroalimentavam a estrutura política.

Em troca os coronéis recebiam favorecimentos: empregos públicos estaduais para distribuição, verbas extras, exclusividade e centralização na administração municipal. “No seu município [do coronel José Bezerra] dominou por muito tempo o regime do *Estado sou eu*. O município era êle. A lei era êle. O juiz, o delegado, o padre, era ele” (CARONE, 1971, p.87).

Desta forma, interesses privados se imbricavam na seara pública, tornando os limites demarcatórios em processos subjetivos de fluxos recíprocos de favorecimento.

Da enxada à televisão

Essa dependência/conivência política marcada por interesses pessoais, no sistema coronelista, caracteriza o atual sistema brasileiro de comunicações que faz do apadrinhamento, do clientelismo e do devir econômico predicados de destaque e de existência.

A evolução conceitual e histórica dessa relação sofre extensões interpretativas, a ponto de Santos & Capparelli (*op. cit.*) reinterpretarem a obra “Coronelismo, enxada e voto”, de Victor Leal Nunes (1997) sob a ótica “Coronelismo, radiodifusão e voto”.

Os coronéis de outrora passam a integrar a política midiática do século XXI, fruto principalmente do surgimento da televisão e do rádio, da expansão do mercado impresso e dos espaços digitais, meios eficazes de difusão ideológica e, principalmente, de expansão da hegemonia política e do poder simbólico não mais exclusivos em seus currais eleitoreiros locais, mas em regiões longínquas, quiçá nas de seus adversários.

Segundo Santos (2008b), o surgimento de novas tecnologias e a profusão global do emprego dos ambientes digitais (redes sociais e o jornalismo participativo) são elementos

causadores da debilidade do coronelismo eletrônico, haja vista a possibilidade da diminuição de dependência informacional dos grandes lotes midiáticos.

Desta forma, os coronéis modernos buscam se aferrar cada vez mais à radiodifusão e visam adquirir outras plataformas de comunicação a fim de concentrar a informação bem como qualificar sua programação com intuito de reter suas audiências, manter suas rendas publicitárias e difundir sua ideologia político-econômica.

A moeda de troca desse sistema comunicacional é o voto do eleitorado rural vinculado aos coronéis via motivação midiática em favor do político aliado, que, em contrapartida, facilita ao coronel eletrônico a outorga e, futuramente, a renovação das concessões do serviço de radiodifusão, além de apoio publicitário no orçamento da emissora “cedida”.

O “coronelismo eletrônico” torna-se presente, é a manutenção das elites políticas tradicionais, é a aliança entre o poder privado e os detentores das concessões radiofônicas, além de conceitualmente ser:

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, 2008a, p.2).

Abaixo, no quadro 1, pode-se verificar quantitativamente a evidente relação entre os coronéis políticos-eletrônicos e à radiodifusão:

QUADRO 1 – OUTORGAS DE TELEVISÃO CONTROLADAS POR POLÍTICOS

<i>Estados</i>	<i>Geradoras</i>		<i>Retransmissoras</i>	
	<i>Quantidade</i>	<i>Total (%)</i>	<i>Quantidade</i>	<i>Total (%)</i>
AC	2	40	1	1,06
AL	3	60	14	12,84
AM	3	42,85	72	29,74
AP	2	50	5	15,15
BA	8	57,14	392	55,44
CE	5	55,5	103	30,11
DF	1	9,1	3	11,53
ES	1	9,1	1	0,50
GO	10	62,5	213	42,68
MA	8	72,7	178	58,74
MG	13	27,65	37	2,66
MS	1	9,09	8	3,22
MT	3	33,3	23	8,07
PA	4	40	43	14,19
PB	3	50	12	13,04
PE	2	20	6	3,87
PI	4	57,14	53	56,38

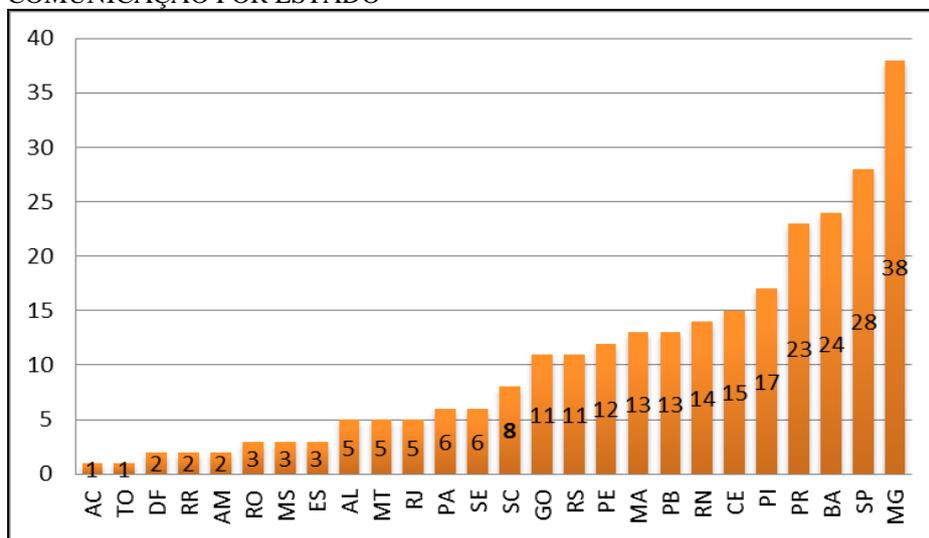
PR	15	41,6	131	27,75
RJ	5	26,31	33	8,22
RN	6	85,71	13	12,74
RO	2	33,33	37	24,02
RR	2	100	3	6,81
RS	2	7,69	16	2,08
SC	5	25	76	9,88
SE	2	50	21	35,00
SP	13	20,63	56	3,22
TO	3	60	81	52,25
Todas	128	33,6	1765	18,03

FONTE: Santos & Capparelli (*op. cit.*, p.95)

Nota-se, no quadro 1, que 33,6% das geradoras e 18,03% das retransmissoras de emissoras de televisão encontram-se polarizadas nas mãos de políticos dos poderes executivo e legislativo, grande evidência que os campos midiático e político caminham quase indissociáveis na contemporaneidade.

Em levantamento quantitativo díspar, feito por James Gørgen⁴ (2013), gráfico 1, que teve também como objeto de análise figuras políticas sócias ou diretores de veículos de comunicação, teve o resultando corroborado com a análise da tabela anterior:

GRÁFICO 1 – NÚMERO DE POLÍTICOS SÓCIAS OU DIRETORES DE VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO POR ESTADO



Fonte: Gørgen (*op. cit.*)

⁴ Segundo a metodologia de James Gørgen, “a propriedade de veículos de comunicação por parte de políticos com mandato pode ser maior que a apresentada. Optou-se por listar somente o controle direto ou a participação societária exercida por essas pessoas. Veículos exclusivamente em nome de familiares ou outros sócios não foram registrados. Da mesma forma, não foram computadas as propriedades de vereadores.” O levantamento cruzou dados da Agência Nacional de Telecomunicações com a lista de prefeitos, governadores, deputados e senadores de todo o país para mapear quais deles são proprietários de veículo de comunicação

O poderio político e simbólico que políticos passaram a adquirir face ao controle de mídias massivas é notório - 271 políticos são sócios ou diretores de 324 veículos de comunicação no Brasil, conforme gráfico 1.

No total desses veículos: 7,38% pertencem a senadores, 0,37% a governadores, 54,24% a prefeitos, 17,71% a deputados federais e 20,3% a deputados estaduais⁵.

2. CAMPO MIDIÁTICO BRASILEIRO – POLÍTICAS E PREDICADOS

Após resumido levantamento conceitual e necessário sobre “coronelismo” e seu acréscimo “eletrônico”, terminologias fundamentais para se entender a política comunicacional brasileira, desde sua origem, dar-se-á prosseguimento às características deste campo, que, já de antemão, se configura bastante imbricado, opaco, de liames poucos definidos, pouco fiscalizado e desregulamentado.

O modelo de política do campo midiático brasileiro é ímpar se comparado às características, ao arcabouço legal e às configurações europeias, norte-americanas e, sobretudo, mais próximos a nós geograficamente - sul-americanas. Referida assertiva, pode ser evidenciada ainda por ocasião da promulgação da lei que instituiu, em 1962 [*há 53 anos!*], *o ainda vigente, e anacrônico*⁶ [meus grifos], Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT).

O CBT foi sancionado por João Goulart com 52 vetos presidenciais que foram todos, de maneira inédita, derrubados, em um curto espaço temporal de três meses, por reação e pressão dos radiodifusores (coronéis eletrônicos) sobre os parlamentares da bancada da radiodifusão.

Este poder empresarial midiático era tão evidente que, logo após os vetos⁷ finais, 213 radiodifusores, liderados por Pedro Calmon, a fim de consagrar a vitória, fundaram a Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e TV (ABERT⁸), que atualmente é presidido pelo diretor-geral do SBT em Brasília, Daniel Slaviero, e tem por objetivos, atualmente:

I – defender a liberdade de expressão, em todas as suas formas, bem como defender os interesses das emissoras de radiodifusão, suas prerrogativas como executoras de serviços de interesse público, assim como seus direitos e garantias;

⁵ Dados referentes até ao mandato de dezembro de 2010.

⁶ Entre diversos aspectos que considero o CBT anacrônico, para ser sucinto, o fato dele não prever condutas, não regular práticas nem processos legais no tocante à convergência dos meios é o principal.

⁷ Na nova versão, incisos, parágrafos e até artigos inteiros foram suprimidos. Ver Pieranti (2007, p.129-131)

⁸ Em 2014, a ABERT possuía 2754 emissoras de rádio e 247 de televisão e 21 associações estaduais de emissoras de rádio e TV afiliadas.

- II** - enfatizar os princípios adequados à radiodifusão brasileira, notadamente as suas expressões educativa, cultural, cívica, informativa e recreativa;
 [...]
V - postular a adoção de medidas legais e judiciais de proteção e amparo aos interesses morais e materiais da radiodifusão. (ABERT, 2015)

Esta política nacional é evidenciada pela formação de monopólios e oligopólios⁹ de elites regionais e locais que se prevalecem do privado e do econômico em detrimento ao público e ao cultural, social e artístico, bem como restringe (e não fiscaliza nem pune¹⁰) os parlamentares e integrantes do executivo de serem proprietários ou diretores de empresas de comunicação:

- I - desde a expedição do diploma:
 a) firmar ou manter contrato com pessoa jurídica de direito público, autarquia, empresa pública, sociedade de economia mista ou empresa concessionária de serviço público, salvo quando o contrato obedecer a cláusulas uniformes.
 b) aceitar ou exercer cargo, função ou emprego remunerado, inclusive os de que sejam demissíveis *ad nutum*, nas entidades constantes da alínea anterior. (BRASIL, 1988, Art. 7º)

Exemplificando a formação de monopólio regional e o descumprimento legal, segue abaixo, no quadro 2, uma família de políticos detentoras de veículos de comunicação regional:

QUADRO 2 – CONGLOMERADO MIDIÁTICO DA FAMÍLIA BARBALHO

<i>Familiar</i>	<i>Parentesco com Jader Barbalho</i>	<i>Emissoras</i>
Jader Barbalho (Senador – PMDB/PA)	---	– Diário FM 92,9 - Belém (PA) – TV RBA - Marabá (PA) – TV RBA - Belém (PA)
Helcione Zahluth Barbalho (Dep Federal – PMDA/PA)	Ex-esposa	– 99 FM - Belém (PA) – Rádio Clube do Pará - Ananindeua (PA) – Rádio Clube do Pará - Belém (PA) – TV RBA - Marabá (PA) – TV RBA - Belém (PA)
Helder Zahluth Barbalho (Ministro da Pesca – PMDB/PA) Jader Barbalho Filho	Filhos	– 99 FM - Belém (PA) – TV RBA - Belém (PA) – TV RBA - Marabá (PA)

Fonte: Görgen (2013)

⁹ Podem ser exemplificadas as famílias de Jader Barbalho (Pará), de Edison Lobão (Maranhão), de Fernando Collor de Mello (Alagoas), de Wellington Oliveira (Goiás); de Carlos Massa e de Luis Mussi (Paraná).

¹⁰ Segundo o então ministro das Comunicações, Paulo Bernardo, em 2011, “É mais fácil fazer um impeachment do presidente do que cassar uma concessão [radiofônica]” (DAMASCO; RABELLO; GANDOUR, 2011)

Segundo Suzy dos Santos, este distanciamento entre o modelo nacional e os internacionais, pode ser explicado, também, pelos fatores:

- a) O detalhamento das lógicas clientelistas que transformou as outorgas municipais de rádio e televisão em moeda política no jogo federal;
- b) O deslocamento, na regulação do setor, da centralidade do interesse privado, em detrimento do interesse público, para a centralidade do interesse político e/ou religioso, local ou regional, em detrimento do interesse econômico global ou nacional
- c) A esdrúxula separação das velhas e novas tecnologias de comunicação em marcos regulatórios distintos (radiodifusão, no âmbito do Ministério das Comunicações e comunicações¹¹, no âmbito da Agência Nacional de Telecomunicações;
- d) A ausência de transparência sobre a estrutura de propriedade e de afiliação da radiodifusão nacional (2008b, p.223)

Corroborando com o item b) antes citado, pode-se verificar o evidente recrudescimento do interesse religioso (principalmente o segmento evangélico-neopentecostal^{12 13}) em se inserir no campo radiofônico, principalmente, a partir do início da década passada. As igrejas neopentecostais vêm se apropriando do tempo, da confiança e da atenção midiaticizada que oscilam de curtos períodos de inserção a dias na íntegra.

Este segmento sagrado, bem como o publicitário são responsáveis, também, por uma prática rotineira e difusa, mas ainda velada às mídias tradicionais, que é a sublocação, arrendamento ou venda¹⁴ de horários na programação de emissoras de televisão aberta, conforme comprovação no gráfico 2:

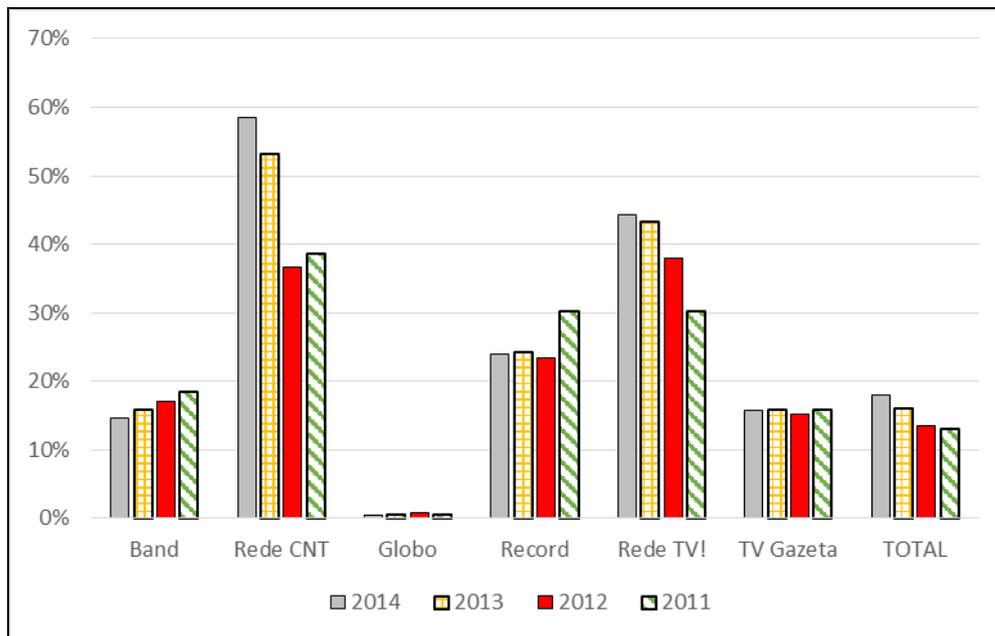
¹¹ A divisão opera uma separação conceitual entre televisão aberta, compreendida pela radiodifusão, e televisão por assinatura, compreendida junto aos demais serviços como internet e telefonia. Existe ainda outra separação que é retirada do cinema do escopo dos meios de comunicação e a sua estratégica colocação no âmbito do Ministério da Cultura/Agência Nacional do Cinema.

¹² Esta denominação é compreendida, principalmente, pelas Igreja Universal do Reino de Deus, Igreja Internacional da Graça de Deus, Igreja Apostólica Renascer em Cristo e Igreja Mundial do Poder de Deus.

¹³ Cabe ressaltar que a religião católica dispõe também de inserções na programação e de emissoras exclusivas de rádio e TV (Rede Vida – SP; Rede Celinauta e Rede Catedral de Comunicação – PR).

¹⁴ Quando se fala de venda de grade de programação, não se fala do tempo publicitário formal, convencional, o do intervalo comercial, fala-se de venda mesmo desses blocos de grade de programação. Este levantamento de horário foi quantificado em observação à grade de programação divulgada pelas emissoras.

GRÁFICO 2 - PERCENTUAL DE VEICULAÇÃO DOS PROGRAMAS RELIGIOSOS NA GRADE DE PROGRAMAÇÃO POR EMISSORA



Fonte: ANCINE (2015)

Complementando o gráfico 2, o quadro 3 confirma a assertiva que os segmentos religiosos têm grande demanda quanto à sublocação de espaços na programação televisiva:

QUADRO 3 – LEVANTAMENTO DE INSERÇÕES TELEVISIVAS DAS PRINCIPAIS¹⁵ IGREJAS MIDIÁTICAS

<i>Igrejas</i>	<i>Emissoras</i>	<i>Duração</i> ¹⁶	<i>Período</i> ¹⁷
Igreja Universal do Reino de Deus	Rede Record Controla 38 grupos afiliados Dirige 251 veículos de radiodifusão	16h semanais	M
	Rede CNT	22h diárias	M, Ma, Te N
	Band	5h semanais	M
Igreja Internacional da Graça de Deus	Rede TV!	20h30min semanais	M, Ma e T
	Band	6h semanais	horário nobre (N)
	Rede Internacional de Televisão (RIT) (proprietária)	24h	M, Ma, T e N
Igreja Apostólica Renascer em Cristo	Rede Gospel de Televisão/UHF (proprietária)	24h	M, Ma, T e N

¹⁵ Foram selecionadas as instituições religiosas neopentecostais que possuem mais tempo de exposição e frequência semanal de seus programas na grade de programação, bem como aquelas que possuem templos em todos estados da Federação.

¹⁶ Este levantamento de horário foi quantificado em observação à grade de programação divulgada pelas emissoras

¹⁷ Legendas: M (madrugada), Ma (manhã), T (tarde) e N (noite).

Associação Vitória em Cristo	Band	13h semanais	M e Ma
	Rede TV!	1h aos sábados	Ma
	TV Manasat 1 (UHF - Europa e África)		

Fonte: autor

O campo midiático nacional é composto por outros diversos predicados que são contraditórios às práticas midiáticas polifônicas e ao arcabouço jurídico atual. Vicissitudes estas que advêm da longínqua criação do CBT, passando por leis e fiscalização inócuas e paliativas que tentam regulamentar o campo e que tem nos regimes de mercado seus grandes atores hegemônicos.

Entre estas vicissitudes, podem ser citadas: o “sucateamento” das TV universitárias; a insipiência das rádios comunitárias no tocante à produção de conteúdo, à restrição na área de cobertura (até 1 km de raio) e à transparência do regime de concessão; o porquê da inclusão temporal das concessões radiofônicas (10/15 anos) no CBT, a inobservância da complementariedade dos sistemas público, privado e estatal (BRASIL, 1988, Art. 223), a necessidade da criação de uma agência autônoma fiscalizadora única para a radiodifusão e, sobretudo, a propriedade cruzada.

Tendo em vista que este artigo visa traçar um breve panorama geral do campo comunicacional nacional, estes últimos predicados serão escopo de pesquisa em outro momento, tendo em vista que são densos e controversos, com exceção da silente propriedade cruzada, que será abordada a seguir.

3. PROPRIEDADES CRUZADAS

Propriedade cruzada, segundo definição de Lima:

trata-se da propriedade pelo mesmo grupo, de diferentes tipos de mídias do setor da comunicação. Por exemplo: TV aberta, TV por assinatura, rádio, revistas, jornais, e, mais recentemente, telefonia (fixa, celular e móvel, via satélite), provedores de internet, transmissão de dados, *paging* etc. (2012, p.105)

Este fenômeno econômico-midiático está previsto e limitado no decreto-lei nº 236, que complementa o CBT, nas seguintes condições:

QUADRO 4 – LIMITE DE CONCESSÃO/PERMISSÃO PARA EXECUTAR SERVIÇO DE RADIODIFUSÃO POR CADA ENTIDADE

Limites de Propriedade: Rádio				
	Onda Média (OM)	Frequência Modulada (FM)	Onda Tropical	Onda Curta
Local	04	06	-	-
Regional	03	-	03 (no máximo 02 por UF)	-
Nacional	02	-	-	02

Limites de Propriedade: Televisão
10 emissoras no território nacional, sendo 05 em VHF; 02 por Estado; e apenas 1 por localidade.

Fonte: Brasil (1967, Art.12)

No entanto, verifica-se que o quadro de propriedades cruzadas no país não coaduna com o previsto em legislação, a ponto do então ministro das Comunicações, Paulo Bernardo, em 2011, expor sua posição contrária a esta prática corriqueira, mesmo ciente das dificuldades em extingui-las: “o que nós queremos é o seguinte: é fazer limitação mais definida e mais clara sobre a concentração da mídia na mão de poucos” (LIMA, 2011b).

Contudo, esta intenção do ex-ministro à época parou por aí mesmo – na intenção. Recentemente, seguimentos da sociedade midiática vêm tentando desconstruir o conceito de propriedade cruzada ao tentar equipará-la à convergência midiática, argumentando que os veículos de comunicação hoje “só têm num só portal seus noticiários de jornal, rádio e televisão, na maioria dos casos funcionando num mesmo ambiente físico e virtual, com aproveitamento de toda produção de conteúdo” (LIMA, 2011c).

O Grupo RBS¹⁸, maior conglomerado midiático do sul do país, corrobora com esta reinterpretação:

Felizmente, o governo Dilma começa a emitir sinais de que está mudando o rumo do debate sobre o novo marco regulatório do setor de comunicações. Ao que tudo indica, sairão de cena velhos ranços ideológicos, entre os quais a campanha pelo veto à propriedade cruzada de veículos de informação e a obsessão pelo controle social da mídia, e entrarão em discussão temas objetivos como a própria liberdade de imprensa, a qualidade dos conteúdos e o cumprimento rigoroso dos preceitos constitucionais. (...) É bom que assim seja, até mesmo para que o país não perca tempo e energia com impasses ultrapassados, como o do veto à propriedade cruzada. [grifo meu] A própria tecnologia se encarregou de derrubar este conceito,

¹⁸ Concentração midiática da família Sirotsky. Possui 8 emissoras de rádio, 20 emissoras de TV aberta, 8 jornais e 1 portal de notícia nos estados de SC e RS.

pois a convergência das mídias fez com que informações, dados e imagens passassem a trafegar simultaneamente em todas as plataformas. (LIMA, 2011a)

Contrapondo a esta argumentação da RBS, o fato de haver convergência das mídias não exclui a situação de que as mídias de massa continuem produzindo conteúdos para plataformas singulares, com audiências únicas e narrativas próprias.

A concentração cruzada é etapa fundamental para a formação dos monopólios e oligopólios regionais. Esta centralização de meios em restritos grupos, restringe a diversidade e a pluralidade de vozes, nivela práticas jornalísticas, causa um soterramento monofônico da notícia e restringe a liberdade democrática.

Paradoxalmente, os conglomerados midiáticos, representados pela ABERT, que tem entre seus objetivos - defender a liberdade de expressão (ABERT, *op.cit*) – são os primeiros a subverterem a legislação vigente, partindo do princípio de uma reinterpretação, impedindo a globalização da informação, do conhecimento, da ampliação dos mercados e da polifonia.

Finalizando, levantamentos feitos por Querino (2001) e Pieranti (2015), demonstram a relevância e a importância dada por outros países no tocante a propriedade cruzada, principalmente quanto a sua limitação e a possibilidade de não se reduzir o número de vozes atuantes:

QUADRO 5 – LEVANTAMENTO DA PROPRIEDADE CRUZADA EM OUTROS PAÍSES

País	Peculiaridades da propriedade cruzada
EUA	<ul style="list-style-type: none"> - Um mesmo grupo não pode deter outorgas de emissoras de TV que cheguem potencialmente a mais de 39% dos domicílios. - A propriedade cruzada é permitida no caso de emissoras locais, porém seu limite varia em função do total de emissoras independentes existentes no mercado local. - Um mesmo grupo não pode controlar 1 jornal diário e 1 emissora de radiodifusão de alta potência que cubram o mesmo município.
ALEMANHA	Não há restrição. Limite definido pelo índice de audiência das estações proprietárias (até 30%).
FRANÇA	<ul style="list-style-type: none"> - Uma pessoa somente pode ter 1 rede TV com audiência de 4 milhões de pessoas; ou - Uma pessoa somente pode ter serviço de radiodifusão sonora com audiência de 30 milhões de pessoas; ou - Uma pessoa pode ter uma TV a cabo com audiência de até 6 milhões de pessoas.
ITÁLIA	Uma pessoa pode ter no máximo 3 concessões de TV nacionais. Para estações locais, é permitida 3 frequências diferentes.
REINO UNIDO	<ul style="list-style-type: none"> - Empresa controladora de um jornal nacional com mais de 20% do mercado não pode deter uma licença para retransmitir Canal 3, nem deter participação superior a 20% em outra outorga destinado a retransmiti-lo. - Não há limites para total de emissoras de outorgas para emissoras de rádio

	local controladas por um mesmo grupo. - Autorizada a propriedade cruzada no nível local, desde que uma mesma entidade não disponha simultaneamente de 1 jornal local com mais de 50% do mercado; rádio local e TV local que transmita o Canal 3.
ARGENTINA	Limite máximo de 24 licenças. Na mesma localidade, apenas 1 licença radiofônica.
PORTUGAL	Limite máximo de concessões por pessoa é de 5. Em uma mesma localidade, não são autorizadas participações superiores a 25% de outro capital social.

Fontes: Querino (2001) e Pieranti (2015)

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se constatar que o campo político-midiático brasileiro é estruturado, configurado e caracterizado em seu espectro global pelos velhos predicados do tempo das capitâneas e sesmarias que, por conseguinte, coadunaram para o surgimento do protagonista deste campo – o coronel e sua dilação conceitual (o coronel eletrônico).

A legislação magna da área da radiodifusão (CBT) foi promulgada na sua íntegra à época, graças à pressão destes coronéis que, logo em seguida, fundaram uma instituição privada (ABERT), que é responsável, desde a década de 60, pelos interesses dos monopólios familiares da atualidade, pela manutenção do extemporâneo CBT e pelo soterramento monofônico da notícia.

O imbricamento de interesses, da busca por novas audiências, da demanda pela inserção em novos mercados, da propriedade cruzada e da evolução das convergências das mídias fazem como que os protagonistas deste campo mantenham as mesmas práticas ilegais (ou pouco transparentes), amparados pela falta ou por uma frouxa fiscalização dos poderes executivo e legislativo, priorizando o privado e o econômico em detrimento ao público e cultural.

Desta forma, nota-se que ao manter o *status quo* do campo político-midiático presente, as relações de poder cidadão-mídia continuarão tendendo para uma menor polifonia e uma sociedade menos plural e diversificada. As grandes mídias de massa, paradoxalmente, que “impedem essa universalização, empunham a bandeira da liberdade de expressão” (VALENTE, p. 16, 2012).

5. REFERÊNCIAS

ABERT. **Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e TV**. Disponível em: <http://www.abert.org.br/web/index.php/quemsomos/historiaabert>. Acessado em: 22 jun. 15.

ANCINE. **Agência Nacional do Cinema**. Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual, 2015. Disponível em: http://oca.ancine.gov.br/rel_programastv2011.htm. Acessado em: 26 jun.15

BRASIL. Presidência da República. **Decreto-lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967**. Dispõe sobre a complementação e a modificação da lei nº 4117, de 27 de agosto de 1962 [CBT]. **Diário Oficial da União**, de 28 de fevereiro de 1967. Brasília, 1967.

_____. Congresso. Senado. **Constituição da República Federativa do Brasil, de 5 de outubro de 1988**. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil, nº 191-A**. Brasília, 1988.

CARONE, Edgar. **Coronelismo: definição histórica e bibliográfica**. Revista de Administração de Empresas, Rio de Janeiro, v.11, n. 3, p.85-92,1971.

CARVALHO, José Murilo. Mandonismo, Coronelismo, Clientelismo: uma discussão conceitual, In: **Pontos bordados: escritos de história e política**. **Belo Horizonte: UFMG**,2005, p.130-155.

DAMASCO, Cida; RABELLO, João; GANDOUR, Ricardo. Convergências de mídias leva o governo a desistir de veto à propriedade cruzada. **Jornal O Estado de S. Paulo**, 2011. Disponível em: <http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,convergencia-de-midias-leva-governo-a-desistir-de-veto-a-propriedade-cruzada,671524>. Acesso em: 21 jun. 15

GÖRGEN, James. **Donos da mídia**. Disponível em: <http://donosdamidia.com.br>. Acesso em: 3 abr. 2013.

JANOTTI, Maria de Lourdes. **Uma política de compromissos**. São Paulo: Brasiliense, 1987.

LEAL, Victor Nunes. *Coronelismo, enxada e voto: O município e o regime representativo no Brasil*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1997.

LIMA, Venício. Os interesses explicitados. **Observatório da Imprensa**, 2011a. Disponível em:<http://observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/os-interesses-explicitados/> Acessado em: 2 jun. 2015.

_____. Marco regulatório da comunicação: ainda a propriedade cruzada. **Revista Carta Maior**,2011b. Disponível em: <http://cartamaior.com.br/?/Coluna/Marco-regulatorio-da-comunicacao-ainda-a-propriedade-cruzada/22189>. Acesso em: 19 jun. 15.

_____. Governo admite propriedade cruzada. **Observatório da Imprensa**, 2011c. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/governo-admite-propriedade-cruzada/> Acessado em: 3 mai.2015.

_____. **Mídia: teoria e política**. São Paulo: Perseu Abramo, 2012.

PIERANTI, Octávio. **Políticas públicas para radiodifusão e imprensa: ação e omissão do Estado no Brasil pós-1964**. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

_____. **Debate em Audiência Pública na CCTCI sobre o Projeto de Lei nº 4.026, de 2004, sobre os limites à concentração econômica nos meios de comunicação social**, 2015.Disponível

em:<http://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/comissoes/comissoes-permanentes/cctci/audiencias-publicas/2015/2015-06-11-ap-pl-4026-de-2004-meios-de-comunicacao-social/octavio-penna-pieranti-ministerio-das-comunicacoes>. Acessado em: 23 jun. 2015.

QUERINO, Ana Carolina. Os limites da propriedade cruzada. **Observatório da Imprensa**, 2001. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/ipub180720012.htm>. Acessado em: 2 mai.2015.

SANTOS, Suzy. **Relações incestuosas: mercado global, empresariado nacional de radiodifusão e líderes políticos/regionais**. In: XXXI CONGRESSO BRASILEIRO DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DE COMUNICAÇÃO, Natal, 2008. Anais do VIII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Políticas e Estratégias de Comunicação, 2008a, p.1-16.

_____. Os prazos de validade do coronelismo: transição no coronelismo e no coronelismo eletrônico. In: SARAIVA, E; MARTINS, P.E., PIERANTI, O (orgs.). **Democracia e regulação dos meios de massa**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2008b, v2.1, p.223-241.

SANTOS, Suzy; CAPPARELLI, Sérgio. **Coronelismo, radiodifusão e voto: a nova face de um conceito**. In: BRITTOS, Valério; BOLAÑO, César (Orgs.). Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia. São Paulo: Paulus, 2005, p. 77-101.

VALENTE, Jonas. Os grupos contrários à liberdade de expressão são os mesmos que empunham a bandeira da liberdade de expressão. **Revista Desenvolvimento**. Ano 9, nº 73, p.11-18, 2012.