



Heranças do Coronelismo Eletrônico no Espírito Santo: abordagem do fenômeno em três cidades capixabas^{1 2}

Gabriel NOVELLO³
Helena Santos MARQUES⁴
João Paulo Saconi MICHAEL⁵
Leonardo Botelho DÓRIA⁶

Universidade Federal do Rio Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

Resumo

Este artigo se dedica a apresentar um panorama da radiodifusão do estado do Espírito Santo, a partir do conceito de Coronelismo Eletrônico. O objetivo é analisar a propriedade dos meios de comunicação do estado, cruzando dados do Ministério das Comunicações e da ANATEL, utilizando como base as cidades de Vitória, Colatina e Baixo Guandu. A proposta integra o projeto “Coronelismo Eletrônico: dinâmicas assimétricas de poder e negociação”.

Palavras-chave: Coronelismo Eletrônico; Economia Política da Comunicação; Espírito Santo.

Introdução

A comunicação no Brasil desenvolveu, a partir da redemocratização do país (na década de 80), características distintas das vistas nos demais países capitalistas ocidentais. Uma dessas foi a separação radical, inclusive regulatória, entre radiodifusão e demais meios de comunicação. Se por um lado a convergência das mídias e a internacionalização do mercado contribuíram para a entrada de empresas multinacionais nos mercados brasileiros de telecomunicações e internet, por outro a radiodifusão permanece “blindada” à concorrência externa. O conjunto dessa e de outras

¹Trabalho apresentado no IJ 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 19 a 21 de junho de 2015.

² Este artigo integra o projeto “Coronelismo Eletrônico: dinâmicas assimétricas de poder e negociação”, orientado pela Professora Suzy dos Santos e Janaine Aires.

³ Graduando em Comunicação Social/Habilitação Rádio e TV pela ECO-UFRJ. Bolsista PIBIC/CNPq do Grupo de Pesquisa em Políticas e Economia da Informação e da Comunicação (Peic/UFRJ), email: gabrielnovello@gmail.com.

⁴ Graduanda em Comunicação Social pela ECO-UFRJ. Bolsista PIBIC/CNPq do Grupo de Pesquisa em Políticas e Economia da Informação e da Comunicação (Peic/UFRJ), email: hsmhelena@gmail.com.

⁵ Graduando em Comunicação Social pela ECO-UFRJ. Bolsista PIBIC/CNPq do Grupo de Pesquisa em Políticas e Economia da Informação e da Comunicação (Peic/UFRJ), email: joaosaconi@outlook.com.

⁶ Graduando em Comunicação Social pela ECO-UFRJ. Bolsista PIBIC/Ford do Grupo de Pesquisa em Políticas e Economia da Informação e da Comunicação (Peic/UFRJ), email: leobotelho95@gmail.com.



características singulares pertencentes à comunicação nacional é de suma importância, dada a centralidade que os meios eletrônicos de comunicação ainda têm no Brasil.

Este artigo é parte da pesquisa “Coronelismo Eletrônico: Dinâmicas Assimétricas de Poder e Negociação” e se encontra no âmbito dos estudos sobre economia política de comunicação e políticas de comunicação. Nosso objeto central, aqui, será o estudo das outorgas de rádio e televisão no estado do Espírito Santo (mais especificamente nas cidades de Colatina, Baixo Guandu e na capital Vitória, escolhidas como *corpus* de nossa análise) e a relação dos sócios e diretores das empresas outorgadas com a política regional. O objetivo principal foi o de analisarmos a atual situação da radiodifusão no estado selecionado para então compreendermos de que forma a realidade capixaba se encaixa no que chamamos de coronelismo eletrônico.

A metodologia aplicada neste trabalho compreendeu em primeiro lugar no cruzamento de duas bases de dados: 1) SIACCO - Sistema de Acompanhamento de Controle Societário, tabela disponibilizada no site do Ministério das Comunicações, atualizado em outubro de 2014; 2) SISCO - Sistema de Informação de Serviços de Comunicação em Massa, consultado diretamente no portal da ANATEL. A partir do cruzamento dos dados foi elaborada uma tabela com os nomes de todos os sócios e diretores de empresas detentoras de outorgas de rádio e televisão, nas cidades selecionadas.

A seguir, foi feita uma pesquisa utilizando ferramentas de busca e redes sociais sobre cada um dos nomes de sócios e diretores das empresas outorgadas. O principal objetivo dessa etapa foi encontrar dentre os sócios e diretores, pessoas ligadas a política ou liderança regional (incluindo grupos religiosos). Como resultado traçamos um perfil dos radiodifusores no Espírito Santo, destacando aqueles que são (ou têm ligações com) políticos e aqueles que exercem algum tipo de liderança nos municípios selecionados.

O presente artigo trará as noções acerca do coronelismo eletrônico, explicitando como se deu a sua formação, bem como o significado da expressão. A partir do embasamento teórico, será apresentado um histórico de como a radiodifusão se desenvolveu no Espírito Santo, a fim de entender como se estruturou e como se está configurada atualmente o sistema de rádio e televisão aberta no estado. Em seguida, através dos dados coletados pelo SIACCO e SISCO, será analisado os principais grupos de comunicação capixaba, buscando descobrir quem são os envolvidos e como



atuam no Espírito Santo e no Brasil. A sistematização e análise dos dados obtidos permitirá obter conclusões a respeito do sistema de comunicação do estado, revelando características importantes e que não são amplamente disseminadas.

O que compreendemos como Coronelismo Eletrônico?

A história do Brasil sempre foi marcada por fenômenos singulares, que trazem heranças para a atual sociedade e justificam diversos aspectos da conjuntura político-social do país. Dentre os fenômenos, destacamos o coronelismo, decorrente da política no interior do Brasil e que traz consigo características complexas a respeito da política municipal. Victor Nunes Leal (2012) acredita que o coronelismo ocorrera ainda na Primeira República, sendo uma espécie de “troca de favores” entre o poder público e os chefes locais, detentores de grande influência social nessas regiões e que não eram necessariamente coronéis.

Paralelo a esse fenômeno, as políticas de comunicação brasileira foram se desenvolvendo, conforme já destacamos, elementos distintos da tendência global. O modelo de comunicação brasileiro distanciou-se dos modelos internacionais, sendo fortemente caracterizado pela relação de dependência dos sistemas midiático e político nacional. A observação desta realidade colaborou para que os estudiosos retomassem o coronelismo de Leal para buscar explicações a respeito dos traços singulares da comunicação no país. Assim, o intitulado coronelismo eletrônico, da mesma forma que o coronelismo, pode ser definido:

[...] como resultado da superposição de formas desenvolvidas do regime representativo a uma estrutura econômica e social inadequada. [...] É antes 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, 2012, p. 43-44).

Portanto, o coronelismo eletrônico, segundo define Suzy dos Santos (2007), pode ser compreendido, de modo geral, como uma espécie de sistema organizacional que está presente na atual estrutura de comunicação brasileira. Tendo por base a relação mútua entre os poderes nacional e local, conseqüentemente, surgirá uma intensa rede de influências do poder público com o poder privado dos chefes locais que são, em sua maioria, detentores dos meios de comunicação.



Visando dar continuidade aos estudos de Leal (2012), que acredita no coronelismo como um sistema que deixa uma herança na rede de relações entre os poderes locais e federais, buscou-se resgatar conceitos do sistema coronelista para caracterizar o coronelismo eletrônico. Após contextualizar, analisar e delimitar determinados aspectos, Santos (2006) aponta para cinco heranças conceituais do coronelismo e que constituem o coronelismo eletrônico: a circunscrição a um momento de transição do sistema político nacional; as relações clientelistas com alto grau de reciprocidade; a debilidade da distinção entre interesses público e privado; o controle dos meios de produção baseado no poder político em detrimento do poder econômico e o isolamento da municipalidade.

Uma das heranças do coronelismo que chama bastante atenção diz respeito ao controle dos meios de produção baseado no poder local em detrimento do poder econômico ou do interesse público. Essa característica se mostra bastante presente no fenômeno, que é composto por um sistema de afiliação entre grandes grupos nacionais e pequenas empresas cujos donos são políticos municipais ou estaduais. O resultado desse sistema é a garantia do público agindo em prol de interesses privados das grandes redes nacionais. O modelo brasileiro de distribuição da programação televisiva por meio de empresas afiliadas possui, no âmbito regional, pessoas vinculadas à lideranças políticas ou até mesmo à igrejas. É possível constatar, inclusive, que em diversos estados brasileiros famílias dominam praticamente toda a oferta de radiodifusão, tendo empresas locais e regionais dirigidas por parentes ou pelos próprios afiliados políticos, conforme constatamos também no estado em análise, o Espírito Santo.

A afiliação das empresas a políticos causa grande impacto no setor de comunicação brasileiro e tem reflexos significativos no sistema político, onde encontra uma considerável expressividade. Muitos vereadores, prefeitos, governadores, deputados e senadores tornam-se sócios ou proprietários de rádio e televisão, votando em concessões para uso próprio e gerando uma espécie de “rede de favores”.

Se o coronelismo servia para ampliar a influência do chefe político local que detinha a patente de coronel, no coronelismo eletrônico, a radiodifusão vai desempenhar o mesmo papel na criação de uma imagem positiva do político que a detém e de seus aliados. Além de controlar a informação que circula para o seu eleitorado, a concessão é usada também para atacar os inimigos.



Muitos acreditam no término do coronelismo que surgira em meados do século XIX, todavia, o que se percebe, na verdade, é uma mudança na sua estrutura tendo em vista a transição de uma sociedade industrial para uma sociedade informacional (SANTOS, 2006). A comunicação passou a desempenhar um papel importante nas relações político-sociais e a exercer bastante influência no país e na sociedade. Não devemos pensar no fim do coronelismo, mas sim em uma nova face que vem se mostrando cada vez mais presente no Brasil.

A radiodifusão no Espírito Santo

O rádio no Espírito Santo teve seu início em 1933, com a Rádio Clube do Espírito Santo que enfrentou problemas financeiros, pois a aparelhagem para a propagação das ondas advinha do eixo Rio – São Paulo e por isso os preços eram elevados. Assim, o sistema de rádio no estado passa pelo século XX em que as concessões são divididas entre grupos políticos e religiosos, fato esse que ainda não se modificou.

Se a chegada da televisão em terras tupiniquins já foi tardia quando comparada ao resto do globo, no Espírito Santo o atraso foi de 12 anos com relação a inauguração da TV no país. A criação da TV Tupi em 18 de setembro de 1950 por Assis Chateaubriand, proprietário dos *Diários Associados*, um dos maiores grupos de mídia nacional do século XX, foi o marco da entrada da TV no país. No Espírito Santo, pelas mãos também de “Chatô” em 1962 foi inaugurada a TV Vitória, retransmissora da TV Tupi que contou com a parceria do então deputado federal capixaba João Calmon, ex-repórter dos *Diários e Emissoras Associadas*, e contato próximo a Chateaubriand (MARTINUZZO, 2012).

Durante esse período, o estado do Espírito Santo vivia um contexto de mudança econômica, iniciando a transição de um paradigma produtivo agrário para o fabril-exportador. O cenário era marcado por disputas políticas que se situavam no embate entre projetos desenvolvimentistas x ruralistas, em alguns casos adotando-se um viés populista que se apoiava em veículos midiáticos como emissoras de rádio e jornais. A televisão capixaba é criada justamente nesse momento de transformação socioeconômica e política, como ingrediente de disputa por poder.



Formando uma dupla em extrema sintonia, os desejos políticos do deputado João Calmon iam de encontro ao faro imperialista de Chateaubriand, encontro esse, necessário para a chegada da TV no Espírito Santo. Importando o *know how* da TV Tupi, a TV Vitória foi inaugurada em 1962, com sinal de qualidade duvidosa, retransmitido pelo canal 4. A programação local era a maior prejudicada pela falta de apuro técnico da equipe, onde era nítido o amadorismo e improvisado das produções (MARTINUZZO, 2012). A maioria dos dispositivos utilizados pela TV Vitória eram reutilizados da TV Tupi. A ausência de aparelhos não era um problema novo. Desde a sua criação em 1950, o país sofria com a escassez ou até mesmo a inexistência dos aparelhos televisivos e no caso capixaba não seria diferente. A solução implantada foi a mesma: incentivar a abertura de uma loja de TVs e promover a instalação de grandes monitores em locais públicos.

Devido à instabilidade como a TV Vitória operava e em um período comandado pelos militares, não tardou a surgir concorrentes. Mais exatamente em 1966, empresários locais e políticos se uniram para instalar uma retransmissora da TV Globo no estado. Essa retransmissora se chamava TV Clube Intermunicipal e partindo de uma ordem singular, não existia concessão, estúdios ou qualquer produção local, servia somente de retransmissão do sinal da emissora carioca. Como era um empreendimento sem altos investimentos, que se mantinha apenas através de rifas, doações públicas, sem sequer ter um estúdio próprio, a TV Clube faliu, mas acabou servindo de experiência para a instalação definitiva da afiliada oficial da Rede Globo em 1976 e que permanece até os dias de hoje, a TV Gazeta (MARTINUZZO, 2012).

A TV Gazeta é o principal patrimônio do maior grupo de comunicação do estado, propriedade da família “Monteiro Lindenberg”, que entre alguns de seus membros estão representantes dos poderes executivo e legislativo estadual. A família integra a elite do poder capixaba desde o final do século XIX. Este é um aspecto significativo, que mais adiante destrincharemos. Os dados coletados indicam a família “Lindenberg” como a principal detentora de concessões de radiodifusão no Espírito Santo.

A década de 1970 também marcou a história da TV no Espírito Santo porque em 1974, devido ao surgimento da TV Educativa, foi realizada a primeira transmissão em cores no estado, pioneira também no investimento em produção local. O Espírito



Santo conta atualmente com 12 emissoras de sinal aberto, sendo a maioria sediada na capital. São retransmissoras ligadas às cinco principais redes nacionais: Globo, SBT, Record, Bandeirantes e RedeTV!.

Apesar da concentração dos negócios na Grande Vitória, a cobertura alcança todo o território estadual. A trajetória da televisão no Espírito Santo oferece uma boa tradução de um dos marcos da história capixaba. Como tradição desde os tempos da colonização, o *delay* no processo de desenvolvimento é uma constante na cena capixaba, não tendo sido diferente no caso da televisão, que aqui aportou atrasadamente. Mas, mesmo tendo sido instituído nas terras capixabas com mais de uma década de atraso, o negócio televisivo não perdeu o bonde da história midiática nacional no que diz respeito a uma de suas mais importantes características: *o de uma radiodifusão marcada pela concentração e vinculação econômica, além da subsunção a um moderno “coronelismo” midiático, exercido por lideranças políticas e religiosas.* (MARTINUZZO, 2012, p. 29, grifo nosso).

A relação entre emissoras de rádio e TV com políticos e grupos empresariais é uma “tradição” que acompanha não somente o estado do Espírito Santo e é justamente o objeto deste artigo, e preferimos denominar como coronelismo eletrônico, conforme já destacamos anteriormente.

O fenômeno tem sérias implicações na política nacional e principalmente nos contextos regionais. Vale salientar que quanto maior o número de concessões estiver em mãos de um dado político, maiores serão as possibilidades de manutenção de projetos hegemônicos que contribuam para a permanência do *status quo* socioeconômico e cultural do país. Além disso, baseado neste modelo de outorgas a produção local de mídia acaba prejudica no que se refere a possibilidade de uma maior expansão da programação local e reafirmação da identidade daquela região.

Nota-se, portanto, que o processo de desenvolvimento da radiodifusão no Espírito Santo foi tardio quando comparado a estados da sua região e que desde o início existe a figura política como intermediadora desse processo. O que implica, certo modo, em uma sobreposição ideológico-cultural dos grupos políticos dominantes perante a população. A atuação hegemônica de políticos nos campos da radiodifusão se constitui como uma “estratégia no processo de liderança-cultural, ou de produção e manutenção de hegemonias no âmbito da sociedade civil, são decisivas a quaisquer grupos e



movimentos envolvidos em disputas, quaisquer que sejam as batalhas” (MARTINUZZO, 2012, p.27).

Análise de Dados

A metodologia adotada para coleta de dados, conforme especificada na introdução, buscou apresentar um panorama das concessões de radiodifusão no estado. A pesquisa na qual o presente artigo se insere buscará elaborar este mesmo retrato nacionalmente, estudando cada região do país. O foco da análise é a televisão, assim analisamos todas as outorgas de geradoras e retransmissoras de imagens e sons do estado.

Para traçarmos um panorama mais geral da comunicação em cada região, foram escolhidas quatro cidades para análise completa das outorgas (rádio e televisão), veículos impressos em circulação e posteriormente análise do conteúdo produzido. Rebouças (2010) aponta para um aspecto particular importante, no Espírito Santo praticamente não há distinção, no com relação ao raio de abertura, entre uma emissora sediada em um ou em outro município. Esta particularidade é resultado da topografia praticamente plana e uma larga faixa litorânea, o autor destaca que tal característica “favorece a uma irregularidade legal, já que muitas emissoras constam no registro de autorização e outorgas do Ministério das Comunicações e da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) como sendo sediadas em um determinado município, mas operando de fato com seus estúdios em outro” (2010, p.1).

Esta amostra é composta pela capital; por uma cidade com cerca de 200 mil habitantes; por uma acima de 50 mil habitantes; e por outra abaixo de 50 mil habitantes. Para representar o estado do Espírito Santo coletamos dados da capital Vitória (capital e cerca de 200 mil habitantes), Colatina (acima de 50 mil habitantes) e Baixo Guandu (abaixo de 50 mil habitantes).

Outorgas por município				
	Vitória	Colatina	Baixo Guandu	Total
TVD	6	2	0	8
TV	6	2	0	8



RTV	12	7	0	19
OM	4	1	1	6
OC	0	0	0	0
OT	1	0	0	1
FM	5	4	0	9
total	34	16	1	51
%	66,67%	31,37%	1,96%	100%

Elaboração própria.

Cinco grandes grupos se destacam na radiodifusão local, são eles:

1.) **REDE GAZETA (GRUPO LINDENBERG):** TV Gazeta, TV Gazeta Sul, TV Gazeta Norte, TV Gazeta Noroeste afiliadas a Rede Globo, integram a Rede Gazeta, que é composta também pela GTV, que opera por assinatura, Jornal A Gazeta e Notícia Agora; portal de anúncios online chamado Classificadões; um portal de notícias Gazetaonline e o G1 Espírito Santo; uma agência de fotos jornalísticas, Agência AG; Nove rádios: Rádio Gazeta (AM 820), CBN (93,7 FM), Rádio Antena 1 Linhares (98,7 FM), a Rádio Globo Cachoeiro (770 AM), Vitória (102,3 FM), Colatina (98,1 FM) e Linhares (104,3 FM); uma empresa de marketing promocional, Fivecom Soluções em Web 2.0;

O grupo pertence à família Lindenberg, cujo patriarca, Carlos Lindenberg, foi governador do estado do Espírito Santo entre 1947 e 1951 e também por um curto período em 1959. A importância do político no estado se traduz simbolicamente no batismo de uma cidade em seu nome, o distrito denominado “51” passou a se chamar “Governador Lindenberg” em 1968, em virtude da conquista do serviço de eletricidade.

O político foi um dos fundadores do Partido Social Democrata (PSD), pelo qual se elegeu deputado federal e senador (1951-1955 e 1967- 1972), onde permaneceu até afastar-se da política em 1975. Seu herdeiro, Carlos Lindenberg Filho, deu continuidade aos negócios da família.

Segundo Correa (2007), a trajetória da Rede Gazeta pode ser dividida em quatro grandes fases: 1.) 1928 a 1936, quando foi propriedade de Thiers Vellozo - nesta



fase, quando ainda era apenas um jornal impresso, foi favorável à Aliança Liberal; 2.) 1936 a 1945, tornou-se propriedade de Oswald Guimarães - nesta fase, passou a denominar-se “Órgão do Partido Social Democrático”, atuando na campanha de João Punaro Bley; 3.) 1945 a 1948, foi adquirida por Eleosipo Cunha, apoiando a União Democrática Nacional; Para em fim, 4.) Em 1948 foi adquirida pela família Lindenberg, passando a integrar o seu projeto político e ser paulatinamente ampliada como um negócio de mídia (CORREA, 2007).

A empresa anuncia como seu principal valor “a participação ativa na comunidade para estimular e exercer o desenvolvimento socioeconômico e cultura, a liberdade de expressão, o fortalecimento da democracia e a livre iniciativa e o bem-estar da comunidade”. Em 2010, criou o Instituto Carlos Lindenberg, que coordena as atividades de “responsabilidade social da empresa”.

2.) **REDE TRIBUNA (GRUPO JOÃO SANTOS):** TV Tribuna, afiliada SBT, integra a Rede Tribuna, composta pelas rádios Tribuna AM, Tribuna FM Cachoeiro e Tribuna FM Vitória; o portal Tribuna Online e pelo jornal diário A Tribuna.

A rede é de propriedade do Grupo João Santos, que estende seus negócios para Pernambuco. Em Recife é formada pela TV Tribuna, afiliada a Rede Bandeirantes e pela rádio Tribuna FM. Os negócios do grupo não se resumem a mídia, trata-se de um dos três maiores grupos empresariais do nordeste, ao lado da Odebrecht e Grupo Queiroz Galvão. O grupo atua nos setores sucrocoqueiros, cimento, transporte, papel e celulose.

O fundador do conglomerado empresarial, João Pereira dos Santos, trabalhou na infância, para o Coronel Delmiro Gouveia⁷ e formou seu império empresarial a partir da aquisição de uma usina de cana de açúcar. A relação com política se mistura a radiodifusão. Em discurso na Câmara Federal, o deputado capixaba Feu Rosas do Partido Progressista (PP), homenageou o empresário João Santos Filho, herdeiro do grupo falecido em um acidente na década de 1980:

Exaltado pela política sonhava vir a ser candidato ao Governo do Estado conquistando o apoio dos que acreditavam na sinceridade dos seus ideais,

⁷ Delmiro Gouveia foi pioneira da industrialização do país, assassinado após recusar-se a desfazer seus negócios por empresário ingleses e coronéis de sua região. Sua história foi retratada no filme Coronel Delmiro Gouveia, direção de Geraldo Sarno (1978).



manifestando também o seu entusiasmo pelas comunicações, tendo implantado uma rádio FM em Cachoeiro de Itapemirim, após o que comprou o jornal "A Tribuna", investindo na criação de uma poderosa Rede de Jornal, Rádio e Televisão, que lideram a preferência dos capixabas (ROSAS, 1981)⁸

3.) **REDE VITÓRIA** (*GRUPO BUAIZ*): TV Vitória, afiliada da Rede Record, integra a Rede Vitória - TV Vitória/Record, Rádio Jovem Pan Vitória, Rádio Vitória 640 AM e Jornal Online Folha Vitória. Grupo Buaiz - Buaiz Alimentação e Shopping Vitória.

Luiz Buaiz, patriarca da família, foi candidato a prefeito de Vitória em 1992 e candidato a vice-prefeito da cidade em 1996. Em 1994 elegeu-se para o cargo de Deputado Federal, tendo se candidatado a reeleição em 1998. Atualmente, o grupo emprega o deputado estadual com a votação mais expressiva do Estado, o apresentador popular-sensacionalista Amaro Neto, eleito pelo Partido Popular Socialista. A eleição do apresentador acompanha o fenômeno nacional que coloca profissionais da mídia em posição privilegiada na disputa política local. A rede dirige também a Fundação Américo Buaiz, que indica ter como objetivo desenvolver e coordenar ações de responsabilidade social, promovendo parceria com o Governo, Sociedade Civil Organizada e com outras fundações que já atuam no mercado.

4.) **REDE CAPIXABA** (*GRUPO SÁ CAVALCANTE*): TV Capixaba, afiliada a Band; Jornal Metro Brasil; 9 shoppings entregues (ES, RJ, MA e PI); está presente em 6 estados brasileiros (RJ, SP, ES, MA, PA e PI), atuando principalmente no setor da construção civil. Possuem uma construtora e imobiliária (Sá Cavalcante Construtora e Sá Cavalcante Imobiliária), além de franquias do BOB's e Spoleto em Vitória.

Walter de Sá Cavalcante, fundador do Grupo Sá Cavalcante, também foi o responsável pela criação da TV Capixaba, em outubro de 1989. Trata-se de uma retransmissora e afiliada da Rede Bandeirantes, conseguindo abranger grande parte dos municípios do Espírito Santo. A emissora teve programas de sucesso, mas atualmente

⁸ Cf: <http://www.camara.gov.br/sileg/integras/387466.pdf>



passa por uma queda em sua audiência, seja por questões técnicas, seja pela saturação do conteúdo. Recentemente, Walter e Maria Elisabeth Oliveira de Sá Cavalcante, também sócia da TV Capixaba, foram envolvidos numa denúncia do Ministério Público Federal do Espírito Santo por sonegarem contribuições previdenciárias e sociais relacionadas às remunerações de seus funcionários.⁹

5.) **REDE SIM (FUNDAÇÃO RUI BAROMEU)**: 4 TVs e 20 rádios: entre 1120 AM São Mateus; 1210 AM Cachoeiro; 1290AM Vila Velha; 1450AM Guarapari; 1590 AM Sim Tupi; 920AM Cultura e a rede Sim FM: 89,7FM São Domingos; 91,3 FM Ecoporanga; 93,7 FM Matena; 97,9 FM Anchieta; 96,1 FM Pedro Canaro; 100,9 FM Vitória; 102,1 FM Pinheiros; 105,1 FM Musical São Mateus; 105,3 FM Santa Teresa; 105,9 FM São Mateus; 106,1 FM Linhares; 107,3 FM Aracruz; 107,5 FM Colatina; 107,7 FM Cachoeiro. O grupo detém uma Revista e um Portal na Internet chamado SimNotícias.

A rede pertence ao ex-prefeito da cidade de São Mateus, Rui Baromeu Lopes. Baromeu foi prefeito entre 1997 e 2000 e deputado estadual em 2002. A programação da rede é praticamente musical e parte de suas concessões de televisão foram vendidas para a Rede Novo Tempo (Fundação Roberto Rabello) pertencente a Igreja Adventista.

Apontamentos Finais

O resgate da história da radiodifusão no Espírito Santo aponta para um *delay* no processo de desenvolvimento da comunicação no estado com relação a outras regiões do país. No entanto, o processo reproduz as características nacionais de vinculação à política, a conjuntura local é diferenciada e exige o aprofundamento dos estudos.

A vinculação partidária do principal grupo concessionário foi interrompida. A Rede Gazeta no 1975, com o fim do mandato de senador de Carlos Lindenberg. Pesquisadores como Correa (2007) apontam para gradativa desvinculação política dos veículos ligados da Rede Gazeta a partir da década de 1970. Este dado é importante e nos leva a perceber peculiaridades do caso capixaba, presentes também em outras redes,

⁹ Cf: http://www.pres.mpf.mp.br/site/noticias/ler_noticia.zul?noticia=1344



como é o caso da Rede Vitória e Rede Sim, que deixou a política na década de 2000 com o fim do mandato de Luiz Buaiz na câmara dos deputados e de Baromeu na Assembleia estadual.

Embora aparentemente distante da disputa partidária pela ausência de políticos concessionários com mandato, estas empresas de radiodifusão local não podem ser apontadas como desvinculadas da tradição política local. A relação clientelar que caracteriza as políticas de comunicação no Brasil e se traduzem no que compreendemos como sistema de Coronelismo Eletrônico não desaparece.

Os proprietários dos meios de comunicação no estado são em sua maioria lideranças que concentram negócios em setores diversos e também derivados da política. O Coronelismo Eletrônico se revela através de novas roupagens e formatos, identificáveis, por exemplo, por uma característica do modelo de negócios dos principais grupos em atuação no estado, presentes em outras regiões do país: a criação de “Fundações”, ligadas aos negócios, apresentada como “braço social” das empresas, com relações de proximidade com os gestores estaduais.

O panorama do estado é significativo para romper de um lado com a compreensão de que Coronelismo Eletrônico é exclusivo de regiões menos favorecidas economicamente e de outro supera a perspectiva que reduz o fenômeno a propriedade de meios de comunicação nas mãos de políticos.

Referências

ANATEL. **Superintendência de serviços de comunicação de massa**. Disponível em: <<http://sistemas.anatel.gov.br/siscom/consulta/default.asp?SISQSmodulo=2604>>. Acesso em 11 mar. 2015.

CORREA, José Carlos. **Governança Corporativa na Empresa Familiar**: o estudo de caso da Rede Gazeta. (Dissertação) Mestrado de Ciências Contábeis da Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em Contabilidade, Economia e Finanças (FUCAPE), 2007. Disponível em: <http://www.fucap.br/public/producao_cientifica/8/Dissertacao%20Jose%20Carlos%20Correa.pdf>. Acesso em 11 mar. 2015.

LEAL, Victor Nunes. **Coronelismo, enxada e voto**: o município e o regime representativo no Brasil. 7. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

_____. O Coronelismo e o coronelismo de cada um. **Revista de Ciências Sociais**, Rio de Janeiro: Ed. Campus, v. 23, n. 1, 11-14.



MARTINUZZO, José Antonio. A Televisão no Espírito Santo – Trajetória histórica e conexões socioeconômicas e políticas do modelo. **Revista Brasileira de História da Mídia (RBHM) / Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (ALCAR)**, PortoAlegre/São Paulo: v. 1, n. 2, p. 21-29, jul./dez. 2012. Disponível em: <<http://www.unicentro.br/rbhm/ed02/dossie/02.pdf>>. Acesso em: 31 mar. 2015.

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. **Dados do setor de radiodifusão**. out. 2014. Disponível em <<http://www.mc.gov.br/dados-do-setora>>. Acesso em: 17 mar. 2015.

REBOUÇAS, Edgard; FADUL, Ana Maria. **Por uma perspectiva metodológica para os estudos dos sistemas e grupos de mídia**: o caso do Nordeste brasileiro como referência. In: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2005, Rio de Janeiro. Anais Intercom 2005. São Paulo: Intercom, 2005.

REBOUÇAS, Edgard. **Panorama do rádio em Vitória**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Caxias do Sul, RS, 2010

SANTOS, Suzy. E-Sucupira: o Coronelismo Eletrônico como herança do coronelismo nas comunicações brasileiras. **E-Compós**: Revista da Associação Nacional dos Programas de PósGraduação em Comunicação, Brasília, vol. 7, p. 1-27, dez. 2006, dossiê temático Economia Política da Comunicação. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/104/103>>. Acesso em: 1. abr. 2015.

_____. **Relações incestuosas**: mercado global, empresariado nacional de radiodifusão e líderes políticos locais/regionais. In: João Freire Filho; Micael Herschmann. (Org.). **Novos rumos da cultura da mídia: indústrias, produtos, audiências**. 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2007, v. 1, p. 121-142.