



Relações hegemônicas e de poder no processo de formação dos conglomerados midiáticos brasileiros ¹

André Kron Marques ZAPANI ²
Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, PR

RESUMO

A formação dos conglomerados midiáticos teve origem histórica a partir do início do século XX, todavia esse processo vicioso de características políticas e econômicas teve sua gênese ainda no período colonial com os coronéis de outrora. Este artigo visa analisar quão influentes e necessários são as relações do poder comunicacional e como se configuram os aspectos hegemônicos de direção e dominação dos novos detentores diretos das mídias de massa com a sociedade civil, nos indissociáveis campos político-econômico-midiático contemporâneo, a partir de 1988.

PALAVRAS-CHAVE: hegemonia; relações de poder; formação midiática; sociedade civil; coronelismo

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 capitânicas 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 dos séculos XX e XXI).

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

¹ Trabalho apresentado no DT 7 – Estudos Interdisciplinares do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 4 a 6 de junho de 2015.

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]. Estavam submetidos à monarquia absolutista lusitana e detinham apenas 20% da extensão total de sua capitania.

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

O objeto de discussão e de disputa nessa relação sociopolítico entre os detentores “de fala” é perene, mas de formatação reiterada e amorfa, mas sempre seguindo os padrões do sistema econômico de sua época. Exemplo do “coronelismo”, expressão de uso temporal polêmico que é empregada com referência aos opulentos fazendeiros, aos comerciantes, aos industriais mais abastados e aos integrantes da Guarda Nacional.

Posteriormente, os sertanejos assim denominavam todos chefes políticos que tiveram grande expressão na política municipal, a partir do final do século XIX, passando pela República Velha (1889-1930) e que sobrevive até hoje, segundo Leal (1997), 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.

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

Opinião contrária quanto à finitude temporal desse sistema tem Santos (2007) que considera o marco final do coronelismo o momento da imposição das idéias liberais de Getúlio Vargas, tais como a inclusão do voto secreto, a imposição do seu personalismo caudilhista e o fim das redes de favores políticos.

Os coronéis eram grandes latifundiários e empregadores de massas servis que detinham relações de interdependência. 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.

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



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.

2. DA ENXADA PARA A TELEVISÃO

Essa dependência/conivência política marcada por interesses pessoais e econômicos, no sistema coronelista, caracteriza o atual sistema brasileiro de comunicações que faz do apadrinhamento, do patronato 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 (2005) 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 do surgimento e da evolução da televisão e do rádio, da expansão do mercado impresso e da criação 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.

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 o coronel eletrônico a outorga e, futuramente, a renovação das concessões do serviço de radiodifusão e do 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, 2007, p.2)



2.1 As capitâneas midiáticas

Desta forma, tradicionais famílias brasileiras ligadas ao latifúndio e à política – Mello, Lobão, Jucá, Sarney – e outras ligadas originalmente ao campo comunicacional – Chateaubriand, Marinho⁴, Macedo, Bloch, Civita, Wainer - são os protagonistas da genealogia dos conglomerados midiáticos recentes, evolução natural do apadrinhamento e do clientelismo coronelista.

Nota-se inclusive que alguns nomes ainda são integrantes e têm influência em diversos níveis de atuação nos *locus* político dos poderes executivo e legislativo nacional.

No entanto, é a partir do governo militar (1964-1985) que o modelo brasileiro de comunicação ganhou traços contemporâneos de estruturação, face à pluralidade de outorgas de concessão radiofônicas cedidas a restritos grupos de pessoas.

Inicialmente entre estes, verifica-se a família Marinho que já praticava propriedade cruzada em emissoras de rádio e jornal, recebia investimentos ilegais⁵ de empresa privada estrangeira e que passou a divulgar a ideologia militar de integração e nacionalismo.

Em contrapartida, recebeu investimentos tecnológicos, espaço espectral e grande visibilidade na opinião pública, traduzido indiretamente em liderança de audiência, investimentos publicitários, além de ter consolidada estreita aliança com o governo vigente à época.

Findo o período militar, o sistema de comunicações viveu um período de pouca transparência e objetividade política, haja vista que o governo sucessório teve características menos democráticas no tocante à distribuição de outras outorgas radiofônicas.

O Ministério das Comunicações, até a Constituinte de 1988, tinha o direito de fazer essa distribuição de maneira exclusiva com o poder executivo, sem consulta a outros órgãos federais.

Desta forma, o então presidente José Sarney, assessorado pelo ministro Antônio Carlos Magalhães, no período entre março de 1985 e setembro de 1988, distribuiu 1.028 outorgas, sendo a maioria para os políticos que votaram a favor da dilação temporal de mais um ano no seu mandato presidencial.

⁴ Embora a família Marinho tenha lançado seus dois jornais pioneiros (“A Noite” e o “O Globo”) em 1911, Bahia (2009) considera a década de 30 o marco inicial da formação das redes midiáticas.

⁵ Ver caso *Time-Life*, em Herz (1989).



Fruto dessa distribuição em massa, verificou-se que o campo comunicacional brasileiro sofreu, a partir de então, grande ingerência de setores políticos (vereadores, deputados, senadores, governadores, ministros), conforme levantamento televisivo abaixo:

TABELA 1 – OUTORGAS DE TELEVISÃO CONTROLADAS POR POLÍTICOS

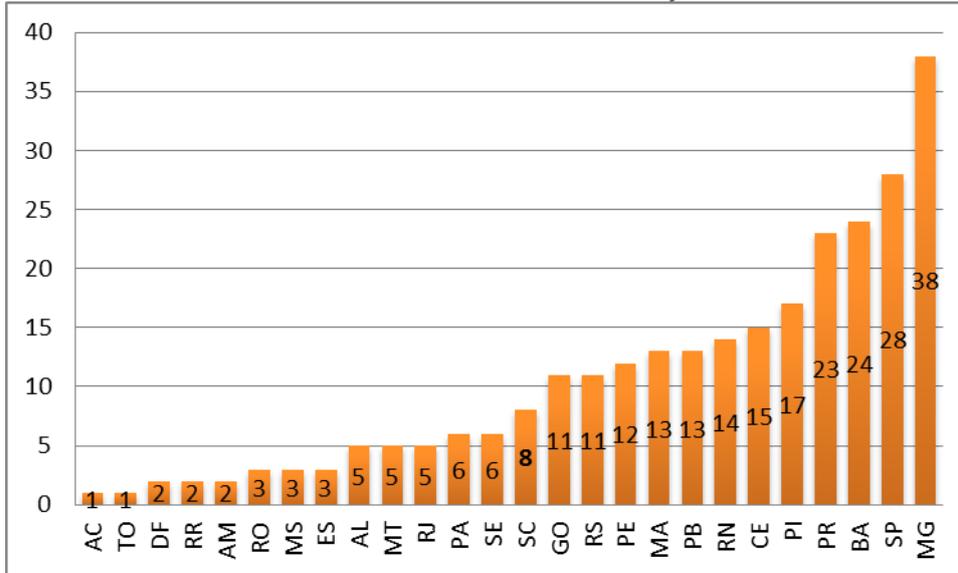
ESTADOS	GERADORAS		RETRANSMISSORAS	
	Quantidade	Total (%)	Quantidade	Total (%)
AC	2	40	1	1,06
AL	3	60	14	12,84
AM	3	42,85	72	29,74
AP	2	50	5	15,15
BA	8	57,14	392	55,44
CE	5	55,5	103	30,11
DF	1	9,1	3	11,53
ES	1	9,1	1	0,50
GO	10	62,5	213	42,68
MA	8	72,7	178	58,74
MG	13	27,65	37	2,66
MS	1	9,09	8	3,22
MT	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, na tabela 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.

James Görge (2013), por meio de outro levantamento feito no gráfico 1, levando em conta personagens políticos que são sócios ou diretores de veículos de comunicação, corrobora com a análise da tabela acima:

GRÁFICO 1 – NÚMERO DE VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO DE POSSE POLÍTICA POR ESTADO



FONTE: Görge (2013).

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 estaduais⁶, diferentemente o que prescreve a Lei nº 10.610, de 20 de dezembro de 2002 (lei que dispõe sobre a participação de capital estrangeiro nas empresas jornalísticas e de radiodifusão sonora e de sons e imagens): “não poderá exercer a função de diretor ou gerente de concessionária, permissionária ou autorizada de serviço de radiodifusão quem esteja no gozo de imunidade parlamentar ou de foro especial”.

A Constituição Federal/1988, em seu artigo 54, também restringe referidas funções aos deputados e aos senadores em empresas concessionárias de serviços públicos que:

[...] não poderão:

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.

Em julho de 2007, segundo Lima (2008), o Ministério Público Federal acolheu seis ações civis que requeriam pela anulação das concessões de rádio a deputados que

⁶ Dados referentes até ao mandato de dezembro de 2010.



votaram nas sessões da CCTCI⁷ e renovaram suas próprias concessões⁸, no entanto aquele órgão jurídico interpretou que:

“a Constituição coíbe apenas a participação dos parlamentares na gestão das empresas concessionárias do serviço (de radiodifusão), e permite, inclusive, a celebração de contratos com ente público, desde que obedçam a cláusulas uniformes.” (LIMA, 2008, p. 123)

Além disso, “incumbe ao Poder Público, na forma da lei, diretamente ou sob regime de concessão ou permissão, sempre através de licitação, a prestação de serviços públicos” (LIMA, 2008, p.124), diretriz que foi expandida ao serviço público de radiodifusão.

Independente do referido imbróglio jurídico e da possível ilegalidade na gestão, posse ou administração de concessões radiofônicas por integrantes das bancadas executiva e legislativa, podem ser observadas diversas emissoras de rádio e TV na jurisdição de famílias renomadas na política nacional, como por exemplo, a do senador Jader Barbalho (PMDB/PA) e do senador licenciado, Edison Lobão (PMDB/MA):

QUADRO 1 – 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)
Luiz Guilherme Barbalho	irmão	– Rádio Clube do Pará - Belém (PA) – Rádio Clube do Pará - Ananindeua (PA) – Sistema Norte de Comunicação Ltda - Marabá

⁷ Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática – Comissão Permanente da Câmara dos Deputados que tem, entre outras, a atribuição de outorga e renovação da exploração de serviços de radiodifusão.

⁸ Levantamento, em NEMP (2011), feito por Venício Lima, revela que pelo menos 11 dos 40 integrantes da CCTCI são concessionários na área das comunicações.



QUADRO 2 – CONGLOMERADO MIDIÁTICO DA FAMÍLIA LOBÃO

<i>Familiar</i>	<i>Parentesco com Edison Lobão</i>	<i>Emissoras</i>
Edison Lobão (Ministro de Minas e Energia)	---	- Rádio Guajajara de Barra do Corda (MA)
Edison Lobão Filho (Senador – PMDB/MA) Márcio Lobão Luciano Lobão	filhos	- Difusora 94 FM - São Luís (MA) - Rádio e TV Difusora do Maranhão - São Luís - Rádio Difusora Maranhão- São Luís (MA) - TV Difusora - São Luís (MA) - TV Difusora Sul - Imperatriz (MA)

FONTE: Görgen (2013)

A busca pela hegemonia midiática política parece evidente e necessária para o prosseguimento de mandatos, bastam ser analisados os resultados nas eleições de 2002, que, segundo Santos & Capparelli (*op. cit.*), teve 75% dos candidatos do Congresso Nacional reeleitos, ou seja, 445 de 594 deputados/senadores.

Já nas eleições de 2014, 53,41% da Câmara, (274 de 513 deputados) conseguiram ser reeleitos, sendo que a maioria destes políticos coronéis eletrônicos tem vínculo com os grupos afiliados às Redes Globo e Record e outras de menor expressão nacional.

2.1.1 As capitâneas midiáticas religiosas

Seguindo à esteira da formação dos conglomerados midiáticos, a religião faz-se presente neste contexto midiático de concentração de poder, pois integra ativamente uma economia simbólica de sistema mercantilista que se apropria destas concessões e subconcessões.

O marco original da criação de conglomerados midiáticos religiosos deu-se por meio da aquisição e controle da Rede Record, antes uma propriedade de famílias de coronéis eletrônicos (Silvio Santos e Paulo Machado de Carvalho), pelo Bispo Edir Macedo Bezerra, líder religioso da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD).

Este momento histórico caracterizou o início da inserção administrativa e diretiva de líderes religiosos como coronéis eletrônicos midiáticos, que fez da dilação conceitual original desse sistema midiático de poder um reflexo direto na seara político-religioso-econômica brasileira.

Este fato pode ser observado no crescimento de concessões radiofônicas a representantes evangélicos: “até março de 2006 foram 25,18% das emissoras de rádio FM e 20,55% das AM nas capitais brasileiras [...], destacando-se a IURD entre as FM (24) [64,86% do total (37)]” (FIGUEREDO FILHO *apud* LIMA, 2010).

Corroborando com estes números, os evangélicos expandiram suas fronteiras de meros participantes proselitistas midiáticos da liturgia e passaram a atuar como representantes políticos no Congresso Nacional, extrapolando o poder simbólico da religião para os *locus* político e midiático:

GRÁFICO 2 – REPRESENTAÇÃO BANCADA EVANGÉLICA⁹ NO CONGRESSO NACIONAL



FONTES: - 1983 a 2007 – Lima (2010)
- 2011 a 2015 - DIAP (2014)

Observa-se no gráfico 2 o relevante crescimento da bancada evangélica a partir da legislatura do quinquênio 1983-1987, período do presidente José Sarney em que houve a grande distribuição de concessões radiofônicas.

A partir deste período, os números de religiosos evangélicos (incluindo-se em maior número os neopentecostais) eleitos para cargos dos poderes legislativos e executivos nacionais fizeram-se crescentes, tanto que nas eleições realizadas em 2010, a bancada evangélica no Congresso Nacional obteve crescimento relevante de mais de 60% (44 para 73), e, em 2014, praticamente se manteve estável (aumento discreto de 73 para 75), configurando, de fato, um novo panorama político-religioso.

Cabe ressaltar que alguns políticos evangélicos recém-titulados (35) e reeleitos (30) para o mandato 2015-2019 são proprietários diretos¹⁰ ou diretores de emissoras

⁹ Segundo DIAP(2014), são considerados integrantes da bancada evangélica, além dos ocupantes de cargos nas estruturas religiosas, aqueles parlamentares que professam a fé segundo a doutrina evangélica ou que se alinham ao grupo em votações de temas específicos.

¹⁰ Podem ser citados: Antônio Bulhões (PRB/SP) – 6 emissoras de rádio e 1 de TV; Arolde de Oliveira (DEM/RJ) – 1 emissora de TV; Outros, mesmo não sendo oficialmente proprietários, são radialistas ou apresentadores de programas radiofônicos: Garotinho (PR/RJ), Marcio Marinho (PRB/BA), Ronaldo Martins (PRB/CE), Pastor Eurico (PSDB/PE), Marco Feliciano (PSC/SP), Francisco Floriano (PR/RJ)



radiofônicas. Contudo a grande dificuldade encontrada, e corroborada por Lima (2006), é descobrir os verdadeiros controladores de concessões, haja vista que se utilizam de expedientes para proteger suas identidades.

O emprego de intermediários, tais como parentes e/ou “laranjas” são comumente e reiteradamente utilizados a fim de ocultar o verdadeiro patrimônio midiático do legislador, bem como burlar a legislação de radiodifusão corrente.

Retornando à projeção político-midiática pentecostal, outro fator decisório para o aumento de sua projeção nacional foi o fenômeno recente do arrendamento de espaços na programação de outras emissoras (subconcessão) que “alugam” espaços em sua grade de horários para produções independentes.

No entanto, estas inserções terceirizadas (publicidades comerciais) não poderiam ultrapassar a 25% do tempo total da programação, que tem por objetivo financiar o conteúdo editorial da emissora.

Desta forma, nota-se que em várias emissoras nacionais, principalmente Rede TV!, Canal 21 UHF, CNT e Record, esta prática de sublocação tornou-se corriqueira e geradora de vultosos valores contratuais, que renderá R\$ 420 milhões ao Canal 21 pelo arrendamento de 24h diárias durante toda semana à Igreja Mundial do Poder de Deus, até 2016.

Já a locação de 5h30 na Band pela Assembléia de Deus custou R\$ 336 milhões por quatro anos. Ainda na Band, o espaço alugado pelo missionário R.R.Soares injeta nos cofres da emissora R\$ 4 milhões por mês. (CASTRO, 2011).

Sendo assim, verifica-se que há, por meio do crescimento do número de concessões radiofônicas e das sublocações de horários em outras emissoras de massa aos coronéis eletrônicos evangélicos, a formação de conglomerados midiáticos neopentecostais, fruto da presente política de “coronelismo eletrônico” evangélico (líderes religiosos), do poder representativo expansivo nas bancadas do poder legislativo e da vultosa renda das principais igrejas neopentecostais.

2.2 A busca pela hegemonia

Algumas alusões foram feitas às potencialidades e aos predicados do poder hegemônico que as mídias massivas são detentoras, ou pelo menos buscam detê-las, e quão determinante elas são para a formação de um pensamento coletivo, único e alinhado às ideologias mercantilista, cultural e política de que detém o poder dominante de fala.



A hegemonia justapõe a importância do trabalho intelectual e diretivo dos proprietários midiáticos (dirigentes) às relações de poder existentes no contexto sociopolítico e cultural contemporâneo.

Uma classe é hegemônica, dirigente e dominante, até o momento em que “[...] consegue manter articulado um grupo de forças heterogêneas, consegue impedir que o contraste existente entre tais forças exploda, provocando uma crise na ideologia dominante, que leve à recusa de tal ideologia [...]”. (GRUPPI, 2000, p.70).

Este conceito amplamente empregado por Antônio Gramsci é encontrado em quase todos os Cadernos do Cárcere, quer nas problemáticas da formação dos intelectuais e do Estado italiano, quer na literatura ou nas relações com o povo.

Ele é o núcleo central da filosofia política do Gramsci maduro, segundo Buey (2003), mas que tem origem em Lênin, “[...] o princípio teórico-prático da hegemonia tem também um alcance gnosiológico e portanto que neste campo deve ser procurada a contribuição teórica máxima de Lênin à filosofia da práxis” (GRAMSCI, 1973, p. 1249-1250).

Ressalta-se, todavia, segundo Coutinho (2008), que todo processo hegemônico é um processo de comunicação, pois é através da reelaboração e do compartilhamento de signos linguísticos que os indivíduos constroem suas identidades, estruturam suas idéias de âmbito social e transformam ideologias voltadas para a construção histórica por meio do acionamento e da mobilização da comunicação.

A hegemonia significa a supremacia de um grupo ou classe sobre os outros grupos e classes, com meios não exclusivamente violentos ou coercitivos e não prioritariamente, desta forma, empregando aparatos policial-militares.

A supremacia, segundo Gruppi (*op.cit.*), manifesta-se em um grupo social por meio dos seus intelectuais através do domínio (de seus antagônicos e de seus subordinados) e da direção intelectual, cultural e moral (de seus aliados).

Intelectuais esses caracterizados como orgânicos¹¹ e providos de funções essenciais para a consolidação da estrutura hegemônica gramsciana. São os mediadores do consenso.

Uma das premissas básicas para a consolidação da hegemonia é não somente deter a dominação coletiva, mas mesmo após tê-la conquistada, torna-se fundamental ser dirigente, ou seja, a busca pelo consenso do dominado por meio de injunções culturais,

¹¹ Conceito aprofundado em Gramsci (1968).



ideológicas e morais. Além disso, a visão gramsciana era de que nas sociedades ocidentais, a dominação das classes não se daria apenas pelos meios de coerção, mas predominantemente pelo consenso da sociedade civil.

2.3 Sociedade civil e hegemonia

Uma das grandes contribuições de Gramsci na área das ciências políticas foi a ampliação da teoria marxista do Estado, que sofreu uma extensão conceitual e passou a ser definido como Estado Moderno e conceitualmente dividido em sociedade política e sociedade civil.

A grande novidade teórica introduzida pelo filósofo sardo no contexto político da época não foi a hegemonia, haja vista que já fora desenvolvida anteriormente por Maquiavel e Lênin, embora haja contradições conceituais entre ambos, mas principalmente a materialização conceitual de um espaço independente e autônomo, um local de embates ideológicos que não mais pertence a estrutura, mas a superestrutura.

A sociedade civil, conceito-chave em Gramsci, é esse *locus* que retira o exclusivo poder dos órgãos de coerção, os aparatos policial-militares, o judiciário e a burocracia política, e os fazem coexistir, em planos distintos e independentes, com novas funções de “garantir (ou contestar) a legitimidade de uma formação social e de seu Estado, os quais não têm mais legitimidade em si mesmos, carecendo do consenso da sociedade civil para se legitimarem” (COUTINHO, 2007, p.18).

É local de construção de identidades, de atuação dos intelectuais orgânicos, de disputa hegemônica, de competição, de conflito, de embate cultural, de luta entre pares e de dominação ideológica. É nela “que se produz o consentimento, constrói-se o consenso e mobiliza o apoio popular.” (FONTANNA, 2003, p.118).

Ela é composta pelos aparelhos privados de hegemonia – a Igreja, o partido do proletariado, o sindicato, as escolas, as instituições culturais e os meios de comunicação – que são de adesão voluntária (daí serem privados) e desprovida de repressão.

No entanto, segundo Althusser (1974), esses aparelhos gramscianos se identificam como aparelhos ideológicos do estado e funcionam predominantemente pela ideologia, embora de forma secundária haja o emprego da repressão mesmo que no limite, mas apenas no limite, esta seja atenuada ou até simbólica.

Althusser divergia conceitualmente de Gramsci em diversos aspectos teóricos, o criticava pela questão do Estado já ter sido ampliado anteriormente, sendo um equívoco



tornar essa extensão um fato recente à época e pela retomada da “velha distinção burguesa entre sociedade política e sociedade civil” (COUTINHO, 2007, p. 132).

No entanto, convergiam em algumas questões teóricas, como por exemplo, de que nenhuma classe teria o poder duradouro de controle e direção do Estado sem exercer a hegemonia sobre os aparelhos ideológicos do Estado (terminologia de Althusser) ou aparelhos privados de hegemonia (terminologia gramsciana).

A mídia, segundo Coutinho (2008), é o aparato hegemônico privado mais importante, pois protege o aparelho estatal das crises político-econômicas, “é ela que garante as relações de produção e propriedade, criando e recriando o consenso necessário à dominação do capital” (*op. cit.*, p.47) e está inserido, desta forma, na sociedade civil.

Para Marx a sociedade civil era identificada na infra-estatura econômica, era sinônimo de relações de produção econômica e estava justaposta ao Estado clássico.

Gramsci (1978) constrói sua teoria de Estado Ético¹² calcada nos aparatos privados hegemônicos, gerando a extensão conceitual do “Príncipe”¹³ de Maquiavel, o representante de uma volição social, para o “Moderno Príncipe”, transpondo a projeção do poder, antes oriundo da divindade e centrado na figura humana política do príncipe maquiavélico (o líder capaz de articular a direção e as condições sociopolíticas) para um elemento não mítico, não mais humano, mas um órgão complexo e coletivo que também reproduz as reivindicações de seus integrantes e de outras esferas da sociedade – o partido político operário.

Este novo conceito faz-se necessário ser aludido haja vista que a terminologia gramsciana sofrerá uma reinterpretação, ele continuará sendo um representante de uma vontade coletiva, da sociedade civil, mas se tornará um intelectual orgânico do campo midiático.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A formação dos conglomerados midiáticos se originou, ainda no Brasil Império, por meio do evidente autoritarismo e da grande influência dos coronéis donos de terras, contudo estes protagonistas sofreram atualizações conceituais e deslocamento de *locus* fruto dos novos meios de dominação e direção política que viram a existir – os meios de comunicação de massa.

¹² Outra terminologia dada à sociedade civil por Gramsci

¹³ Gramsci (1980) desenvolve os conceitos de hegemonia e soberania baseados na obra política de Maquiavel.



O coronel deixou de ser dono da terra e passou a ser diretor de radiodifusão, a enxada passou a ser a frequência eletromagnética intangível, o coronel de outrora se travestiu de deputado, pastor, radialista, ministro, comunicador virtual.

A direção sobre a opinião pública e a formação paulatina de um hegemonia consolida uma dominação sobre a sociedade civil e, assim, conquista a supremacia sobre os grupos sociais adversos.

Desta forma, observa-se o quão indissociáveis são as relações dos entes políticos com os campos midiático e econômico, principalmente a partir da República Nova.

4. REFERÊNCIAS

ALTHUSSER, Louis. **Ideologia e aparelhos ideológicos do Estado**. São Paulo: Presença, 1974.

BAHIA, Juarez. **Jornal, História e Técnica: história da imprensa brasileira**. 5 ed. v.1. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

BUEY, Francisco. Gramsci no mundo de hoje. In: COUTINHO, Carlos; TEIXEIRA, Andréa. **Ler Gramsci, entender a realidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003, p. 27-49.

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

CASTRO, Daniel. Após Band, evangélicos assediam o SBT. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 18 set.2008. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u446168.shtml>. Acesso em: 03 mar. 2011.

COUTINHO, Carlos Néelson . **Gramsci: um estudo sobre seu pensamento político**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007.

COUTINHO, Eduardo. Gramsci: a comunicação como política. In: COUTINHO, Eduardo; FILHO, João; PAIVA, Raquel. **Mídia e poder: ideologia, discurso e subjetividade**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008, p. 41-55.

DIAP (Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar). **Série Estudos Políticos**. ed. 6, ano VI, Brasília/DF, 2014.

FONTANNA, Bennedeto. Gramsci no mundo de hoje. In: COUTINHO, Carlos; TEIXEIRA, Andréa. **Ler Gramsci, entender a realidade** . Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003, p.113-125.

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

GRAMSCI, Antonio. **Os intelectuais e a organização da cultura**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1968.

_____. *Lettere dal carcere*: a cura di Segio Caprioglio e Elsa Subini. Turim: Einaudi, 1973.

_____. *Maquiavel – a Política e o Estado Moderno*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978



GRUPPI, Luciano. **O conceito de hegemonia em Gramsci**. 4 ed. Rio de Janeiro: Graal Biblioteca de Ciências Sociais, 2000.

HERZ, Daniel. **A história secreta da Rede Globo**. 13 ed. Porto Alegre: Ortiz, 1989.

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

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

_____. Concessões de RTV: serviço público vs. Interesse privado. *ECO-PÓS*. v.11, n.1, jan./jun., p.119-127, 2008.

_____. Mídia & religião. O coronelismo eletrônico evangélico. Observatório da Imprensa. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=500JDB002>. Acesso em: 17. set. 2010.

NEMP (Núcleo de Estudos sobre Mídia e Política). Disponível em: <http://vsites.unb.br/ceam/nemp/deputados.htm>. Acesso em: 09 fev. 2011

SANTOS, Suzy. **Os prazos de validade dos coronelismos: a circunscrição a um momento de transição do sistema político como herança conceitual do coronelismo ao coronelismo eletrônico**. In: XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DE COMUNICAÇÃO, Santos, 2007. *Anais do VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Políticas e Estratégias de Comunicação*, 2007, p.1-14.

_____. **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*, 2008, p.1-16.

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.