

OS CORONÉIS E AS PROPRIEDADES MIDIÁTICAS UMA ANÁLISE DA CONCENTRAÇÃO DO PODER MIDIÁTICO NACIONAL¹

André Kron Marques Zapani²

RESUMO

Este artigo visa fazer uma breve análise do campo midiático brasileiro e paranaense, tendo em vista seus predicados ímpares e díspares aos dos países europeus, norte-americanos e, principalmente, sul-americanos, motivados principalmente pela desregulação e pela extemporaneidade do arcabouço legal da seara comunicacional nacional. Na parte introdutória, será realizado um conciso resumo da origem da concentração do poder social e midiático e do surgimento do protagonista indissociável deste campo – o “coronel eletrônico”, bem como da sua importância nesse contexto. Na segunda parte, será estudada a convergência conflituosa e tendenciosa do poder político e midiático, tomando por base pesquisas quantitativas que evidenciam a ilegal direção/posse de empresas radiofônicas em nome de parlamentares federais e estaduais. Por fim, será analisada outra controversa característica presente no campo comunicacional nacional – a propriedade cruzada – que é responsável pela retração da globalização das mídias, pelo soterramento reiterado da informação e relevante fomentadora desta concentração midiática. O imbricamento de interesses, a demanda pela inserção em novos mercados e a propriedade cruzada das mídias fazem com que os protagonistas deste campo mantenham as mesmas práticas ilegais amparadas pela falta ou por uma frouxa fiscalização dos poderes executivo e legislativo.

Palavras-chave: coronéis midiáticos; concentração midiática; propriedade cruzada

1. O CORONEL E SEUS CASTELOS

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 inscrito para o GT Comunicação e Política, do VII Encontro de Pesquisa em Comunicação – ENPECOM.

² Doutorando em Comunicação e Linguagens do Programa de Pós-graduação da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). E-mail: 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 eleitorais, 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 socioeconômicas 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.

2. A INDISSOCIÁVEL RELAÇÃO ENTRE PARLAMENTARES E CORONÉIS

Essa convivência política marcada por interesses pessoais, no sistema coronelista, caracteriza o atual sistema brasileiro de comunicações que faz do apadrinhamento, do clientelismo, do poder político e do dever 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 passaram 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.

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”.

Outra personificação do coronel eletrônico é o próprio atual político renomado que outrora recebera de dote da família coronelística este poder social, político e econômico que ainda é bastante latente no Nordeste, mas presente em diversos vilarejos, cidades e metrópoles.

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 gráfico 1, pode-se verificar quantitativamente a evidente relação entre os coronéis eletrônicos e a radiodifusão:

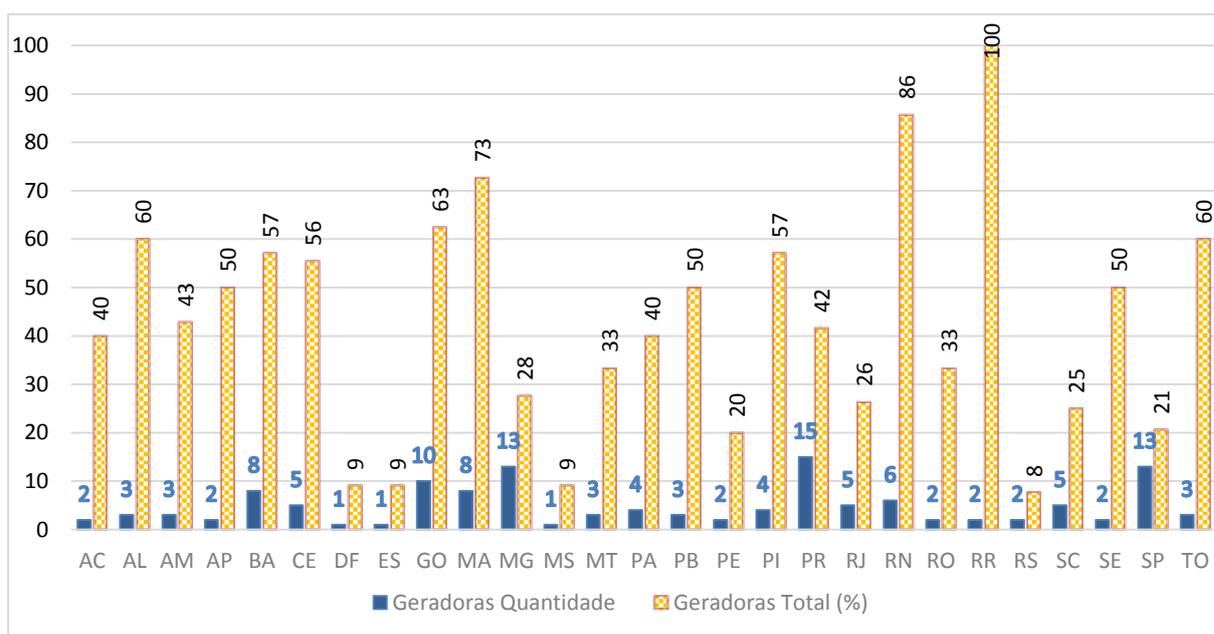


GRÁFICO 1 – OUTORGAS DE TELEVISÃO CONTROLADAS POR POLÍTICOS
FONTE: Santos & Capparelli (op. cit., p.95)

Nota-se, no gráfico 1, que 33,6% das geradoras de televisão encontram-se polarizadas nas mãos de políticos dos poderes executivo e legislativo⁴, grande evidência que os campos midiático e político caminham quase indissociáveis na contemporaneidade.

Em levantamento quantitativo díspar, feito por James Görgen⁵ (2015), gráfico 2, que teve também como objeto de análise figuras políticas sócias ou diretores de veículos de comunicação, o resultando corroborou com a análise do gráfico anterior:

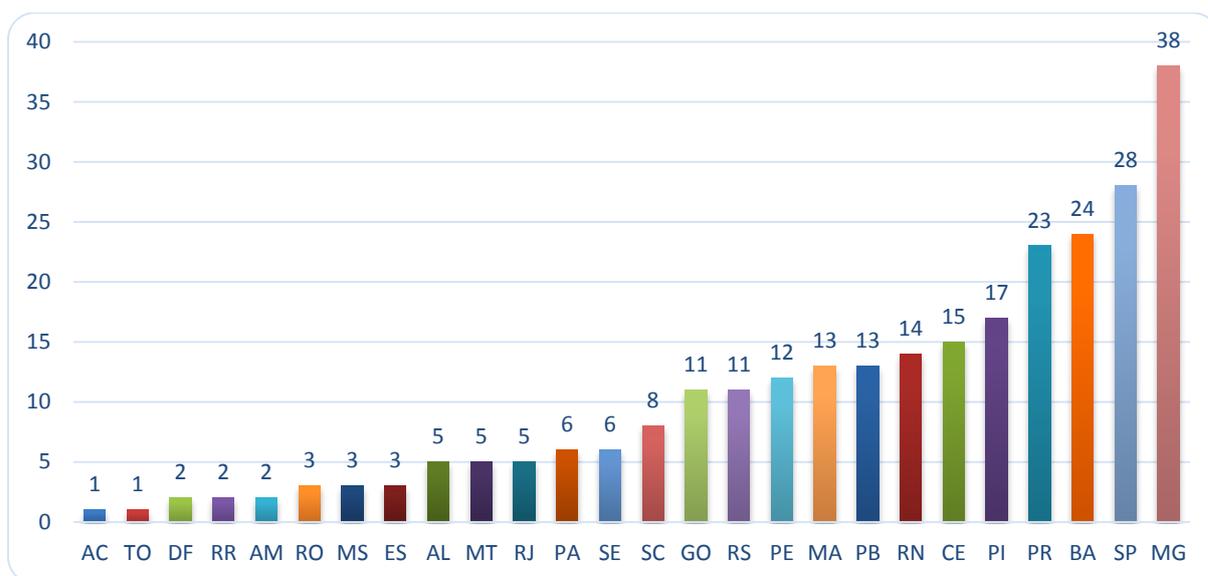


GRÁFICO 2 – Nº DE POLÍTICOS SÓCIOS DE VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO POR ESTADO
FONTE: Görgen (*op. cit.*)

O poderio político e simbólico que parlamentares 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.

No entanto, segundo o artigo 54 da Constituição Federal de 1988, deputados e senadores 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.

⁴ A metodologia utilizada na tabela 1, segundo os autores, foi “uma busca genérica na internet e em arquivos de jornais e revistas do país”.

⁵ Segundo a metodologia de James Görgen, “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, de 1987 a 2008.

⁶ Dados referentes até ao mandato de dezembro de 2010.

b) aceitar ou exercer cargo, função ou emprego remunerado, inclusive os de que sejam demissíveis *ad nutum*, nas entidades constantes da alínea anterior.

II – desde a posse

a) ser *proprietários, controladores ou diretores* de empresa que goze de favor decorrente de contrato com pessoa jurídica de *direito público*, ou nela exercer função remunerada; [grifos meus] (BRASIL, 1988)

Esta prática ilegal corriqueira e quase que institucionalizada é confirmada pelo levantamento feito por DIAP (2014) que constata que a bancada dos meios de comunicação no Congresso Nacional, que inclui parlamentares em todos os partidos, embora tenha perdido em qualidade para a legislatura do mandato 2015-2019, continua contando com algo em torno de 60 parlamentares entre os concessionários de rádio ou de televisão, mesmo sem a presença na próxima legislatura, por exemplo, de expoentes como José Sarney (PMDB-AP), Henrique Eduardo Alves (PMDB-RN) e Inocêncio Oliveira (PR-PE).

Apesar das perdas mencionadas, a bancada contará com a deputada Elcione Barbalho (PMDB-PA), reeleita; com Sarney Filho (PV-MA), reeleito; com Miro Teixeira (PROS), reeleito; com Arolde Oliveira (PSD-RJ), reeleito; com o senador Fernando Collor (PTB-AL), reeleito; com os senadores do PMDB Edison Lobão, Romero Jucá e Jader Barbalho, que tem mandato até 2019, além de contar com o novo senador Tasso Jereissati (PSDB-CE) e o novo deputado Ricardo Barros (PP-PR).

Já levantamento feito, após a confirmação do resultado das eleições de 2014, pelo jornal a Folha de São Paulo, aponta que “ao menos 55 concessões pelo país pertencem a políticos que vão tomar posse em 2015 que juntas, as rádios e televisões somam patrimônio de R\$ 8,3 milhões” (BACHTÖLD,2014).

Os números destes levantamentos são distintos, tendo em vista a metodologia de apuração utilizada, mas principalmente pela dificuldade de se descobrir quem são os reais proprietários destes veículos, pois diversos estão em nome de terceiros ou familiares.

A precisão nos números destas pesquisas é um quesito de menor importância se comparada com essa quase institucionalizada ilegalidade que é uma característica consolidada na política midiática brasileira e que sobrevive devido à pouca divulgação pelos veículos de comunicação à sociedade civil, à apatia das audiências, bem como as alianças dos coronéis com a grande mídia comercial e às reinterpretações ordinárias e tendenciosas dos políticos sobre o assunto.

Corroborando essa parcialidade, o deputado Arolde de Oliveira (PSD-RJ) disse que “impedir sócios de emissoras de se candidatar seria discriminação. Se até analfabeto pode ser candidato, eu não posso por ter uma emissora?”, bem como a declaração do deputado Gonzaga Patriota (PSB-PE), sócio em duas rádios, “que a internet mudou o cenário que esses

meios costumavam ter. Hoje os meios de comunicação são democráticos". (BACHTÖLD, *op. cit.*)

O cenário político-midiático paranaense, no tocante à posse parlamentar de veículos de comunicação radiofônicos, não é diferente do contexto nacional. Referido óbice foi constatado, mas em menor proporção que na esfera nacional, em levantamento feito por este autor tomando por base o executivo e os deputados estaduais e federais paranaenses eleitos para o mandato 2015-2019 que são proprietários (tabela 2) ou têm vínculos familiares diretos com os sócios (tabela 3):

Nome	Mandato	Partido	Propriedade	Cidade
Dilceu João Sperafico	Dep. Federal	PP	Rádio Difusora AM	Mal Candido Rondon
Ricardo Barros	Dep. Federal	PP	Rádio Ingá AM	Maringá
Luiz Carlos Martins	Dep. Estadual	PDT	Rádio Banda B	Curitiba
Luiz Claudio Romanelli	Dep. Estadual	PMDB	Rádio Banda B	Curitiba
Cantora Mara Lima	Dep. Estadual	PSDB	Rádio Louvor Eterno	Mandaguari
Cida Borgheti	Vice-governadora	PROS	Rádio Difusora AM	Maringá

TABELA 2 – PARLAMENTARES PARANAENSES PROPRIETÁRIOS DE EMISSORAS

Nome	Mandato	Partido	Propriedade	Cidade
Sandro Alex ⁷	Dep. Federal	PPS	Rádio Central	Ponta Grossa
Bernardo Carli ⁸	Dep. Estadual	PSDB	Rádio Guaicará	Guarapuava
Ratinho Júnior ⁹	Dep. Estadual	PSC	TV Guará	Ponta Grossa
			TV Tibagi	Apucarana
			TV e Rádio Iguaçu	Curitiba
			TV Naipi	Foz do Iguaçu
			TV Cidade	Londrina
			Rádio Menina do Paraná	Campo Largo
			Rádio Eldorado	São José dos Pinhais
Maria Victória ¹⁰	Dep. Estadual	PP	Rádio Jornal AM	Maringá
Alexandre Curi ¹¹	Dep. Estadual	PMDB	Rádio Poema	Pitanga

⁷ Filho Nilson de Oliveira, proprietário também da Rádio Mundi FM, na mesma cidade.

⁸ Irmão do ex-deputado Luiz Fernando Carli Filho, proprietário da Rádio Guaicará.

⁹ Filho do proprietário da Rede Massa, Carlos Massa – o “Ratinho”.

¹⁰ Filha do Dep. Federal Ricardo Barros e da Vice-governadora do Paraná, Cida Borgheti.

¹¹ Filho do ex-deputado Aníbal Khury Jr, proprietário da Rádio Poema.

Anibelli Neto ¹²	Dep. Estadual	PMDB	Cleveland FM	Clevelândia
-----------------------------	---------------	------	--------------	-------------

TABELA 3 – PARLAMENTARES PARANAENSES PARENTES DE PROPRIETÁRIOS DE EMISSORAS
FONTES: Görger (*op. cit.*), Ministério das Comunicações, TSE e Portal Excelências.org¹³

A Constituição de 1988 determinou como novidades atribuições do Congresso Nacional, que até então cabia exclusivamente ao Executivo, a apreciação dos atos de outorga e renovação de concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, fato que ocasionou um grande incremento nos trabalhos da CCTCI. Além da expansão da radiodifusão, especialmente com a instituição da radiodifusão comunitária, temas como a privatização das telecomunicações, a utilização de software livre, a inclusão digital e a criação das agências reguladoras fazem parte dos principais debates e deliberações da comissão.

Essa comissão, uma das 20 comissões permanentes da Câmara dos Deputados, que é constituída por 42 (quarenta e dois) deputados titulares e igual número de suplentes. Atua como órgão técnico da Casa, apoiada por consultores legislativos e servidores administrativos.

Curiosamente, diversos parlamentares federais sócios ou associados de concessões de radiodifusão compõem a CCTCI e outorgam e renovam suas próprias concessões ou facilitam as de seus familiares, apadrinhados ou “laranjas”. Podem ser inclusos nesta ilegal confluência de interesses: Sandro Alex, vice-presidente desta comissão; Antônio Bulhões, suplente e deputado recordista de concessões radiofônicas no país (7 emissoras); Ratinho Júnior, ex-presidente da subcomissão permanente de radiodifusão e integrante titular até 2009¹⁴.

Regredindo, em uma década, afim de consolidar a duração desta prática de autobenefício, que consolida a perpetuação do velho coronelismo e da adaptação para o coronelismo eletrônico, Lima (2006) demonstra que, em 2003, 15 dos 36 deputados membros da CCTCI eram concessionários de emissoras de rádio ou TV. Em 2004, a proporção aumentou para 15 deputados proprietários entre 29 integrantes.

3. PROPRIEDADES CRUZADAS

Outro predicado neste contexto desregulado do campo midiático brasileiro é a propriedade cruzada que, segundo definição de Lima:

¹² Filho do ex-deputado Antônio Anibelli, proprietário da Rádio Cleveland.

¹³ A metodologia no levantamento dos dados neste Portal se faz na busca nas próprias Casas legislativas, nos Tribunais de Justiça e nos Tribunais de Contas.

¹⁴ Em dezembro de 2011, o Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) ingressou com uma Arguição de Descumprimento de Preceito Fundamental no STF (cuja relatoria é do Ministro Gilmar Mendes) a fim de questionar a omissão do Poder Executivo na fiscalização das concessões de radiodifusão a pessoas jurídicas que possuam políticos titulares de mandato eletivo como sócios ou associados. A medida continua em trâmite aguardando julgamento.

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)

Esta prática encontra seu amparo legal no decreto-lei nº 236, que complementa o CBT, nas seguintes condições:

LIMITES DE PROPRIEDADE DE RÁDIO				
	ONDA MÉDIA	FM	ONDA TROPICAL	ONDA CURTA
LOCAL	4	6	-	-
REGIONAL	3	-	3 (máximo 2 por UF)	-
NACIONAL	2	-	-	2
LIMITES DE PROPRIEDADE DE TV				
10 emissoras no território nacional, sendo 5 em VHF; 2 por UF; e apenas 1 por localidade				

TABELA 4 – LIMITE DE CONCESSÃO PARA EXECUTAR SERVIÇO DE RADIODIFUSÃO
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 publicamente 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 RBS¹⁵, 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

¹⁵ 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.

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, 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 continuam 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, 2015) – 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.

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 à sua limitação e à possibilidade de não se reduzir o número de vozes atuantes:

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	- 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.

TABELA 5 – LEVANTAMENTO DA PROPRIEDADE CRUZADA EM OUTROS PAÍSES

FONTES: Querino (2001) e Pieranti (*op.cit.*)

Todavia, a limitação imposta pelas nações internacionais a seus mercados radiofônicos comerciais visando restringir as propriedades cruzadas não corresponde com a realidade midiática brasileira que convive com a concentração de vários veículos impressos, audiovisuais e virtuais em nome de restritos grupos familiares e comerciais, consolidando o monopólio e a propriedade cruzada. Traços desta assertiva podem ser verificados após levantamento quantitativo feito com as principais¹⁶ famílias midiáticas do estado paranaense:

Nome familiar	Grupo pertencente	Afiliação TV	Município das suas emissoras
Martinez	Organização OEME	CNT	Londrina e Curitiba
Solano	Solano	Rede Vida	Corbélia e Toledo
Petrelli	RIC	RECORD	Toledo, Cascavel, Foz do Iguaçu, Cornélio Procópio, Curitiba e Maringá
Massa	Massa	SBT	Curitiba, Foz do Iguaçu, Ponta Grossa, Apucarana, Londrina, S.José dos Pinhais e Campo Largo
Maluceli	J. Malucelli	BAND	Maringá, Curitiba, Paranaguá e Piraquara
Andrade Vieira	Andrade Vieira	-	Londrina
Lemanski	GRPCOM	GLOBO	Curitiba, Londrina, Piraquara, Maringá, Ponta Grossa, Foz do Iguaçu, Paranavaí, Cascavel
Tezelli	Tezelli	-	Campo Mourão, Cianorte, Guarapuava, Paracity, Goioerê, Telêmaco Borba e Brazilândia Sul
Seleski	Seleski	-	Marmeleiro, Francisco Beltrão, Tapejara do Oeste, Realeza e São João
Mussi	Mussi	Mercosul	Astorga, Guaíra, Curitiba, Campo Largo, Icaraíma,
Muffato	TAROBÁ	BAND	Cascavel e Londrina
Balbinotti	Balbinotti	-	Barbosa Ferraz, Eng. Beltrão, São João do Ivaí e Sarandi

TABELA 6 – DADOS DAS FAMÍLIAS PROPRIETÁRIAS

FONTES: Ministério das Comunicações, site Donos da Mídia e sites das emissoras dos grupos

¹⁶ Foram consideradas as principais famílias paranaenses aquelas que já detém relevante projeção social, midiática e/ou econômica nas principais cidades do estado e/ou que são proprietárias de mais de 5 emissoras no estado.

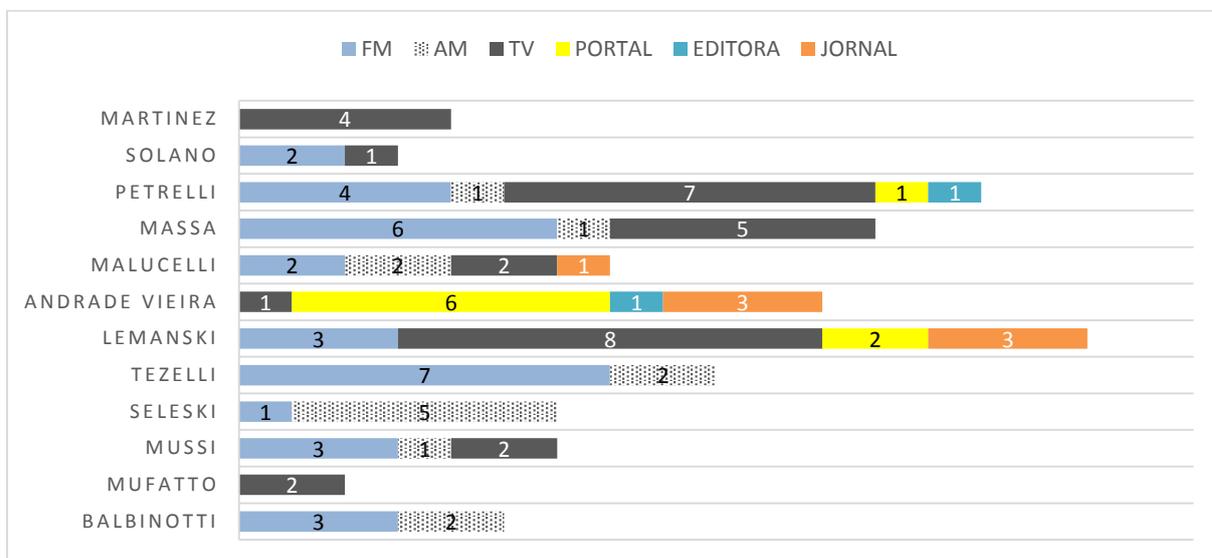


GRÁFICO 3 – LEVANTAMENTO QUANTITATIVO DE VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO DE PROPRIEDADE DE FAMÍLIAS PARANAENSES

FONTES: Görger (*op. cit.*), Ministério das Comunicações e sites das emissoras dos grupos

Nome familiar	AM	FM	TV	Nome familiar	AM	FM	TV
Martinez	-	-	+2	Lemanski	-	-	+6
Solano	-	-		Tezelli	-	+1	-
Petrelli	-	-	+5	Seleski	+3	-	-
Massa	-	-	+3	Mussi	-	-	-
Maluceli	-	--	-	Muffato	-	-	-
Andrade Vieira	-	-	-	Balbinotti	-	-	-

TABELA 7 – QUANTIDADE EXCEDENTE¹⁷ DE VEÍCULOS MUDIÁTICOS POR FAMÍLIA CONFORME AMPARO LEGAL

FONTE: Brasil (1967, Art.12)

Analisando as tabelas e gráfico deste item 3, podem-se inferir alguns pontos importantes no contexto midiático contemporâneo: (1) o mercado radiofônico paranaense é uma réplica do seu análogo nacional no tocante à propriedade das emissoras de sons e imagens. Metade das principais famílias estaduais excedem os limites legais de concessão radiofônicas. Cabe ressaltar que somente foram quantificadas as emissoras que realmente são

¹⁷ Os números após o símbolo matemático (+) correspondem a quantidade excedente de emissoras previstas no artigo 12 do Decreto-lei 236, de 28 fev. 67 que regulamenta os limites de propriedade radiofônica no país por entidade.

de posse daquelas famílias, desconsiderando as que estão em nome de terceiros, mesmo sabendo, segundo o domínio público, que são de propriedade de integrantes das famílias pesquisadas. (2) outro aspecto importante é a extemporaneidade da legislação radiofônica. Algumas organizações midiáticas detêm, além de emissoras de rádio e TV, mídias impressas e virtuais, consolidando uma homogeneização da informação em diversas plataformas, uma redução de vozes e de discursos díspares e uma falta de proteção ao mercado. Os meios comunicacionais mais recentes (impressos e digitais) não encontram sua regulação em nenhum arcabouço jurídico nem há agências que fiscalizem e normatizem os seus conteúdos e protejam os produtores de conteúdo e seus leitores, corroborando com o anacronismo legal do campo radiofônico. (3) seguindo no diapasão do item (2), o critério utilizado na limitação de concessão ou permissão¹⁸ para executar serviço de radiodifusão é a restrição quantitativa (tabela 4), diferentemente do utilizado em diversos países europeus, sul-americanos e norte-americanos, que é o índice de audiência. Cabe futuramente uma análise aprofundada da melhor opção para o modelo brasileiro. Limitar pela audiência pode incorrer na proteção de uma sociedade de ser alvo de uma influência integral ideológica ou discursiva de qualquer natureza, concebendo opção ao dialogismo, além de proteger o ambiente democrático. Exemplificando este argumento, verificou-se, em levantamento feito por este autor que tomou por base a lista de sócio e diretores de entidades radiofônicas comerciais fornecidos pelo Ministério das Comunicações (MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES, 2015), que em algumas pequenas cidades paranaenses (São João do Ivaí, Palotina, Nova Aurora, Ivaiporã, Dois Vizinhos e Arapongas) o mesmo sobrenome é sócio ou diretor de todas as rádios AM/FM da cidade, contribuindo para a massificação do discurso e para a difusão maniqueísta da informação.

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 que, por conseguinte, coadunaram para o surgimento do protagonista deste campo - o coronel e sua dilação conceitual (o coronel eletrônico).

¹⁸ Segundo Jambeiro (2001, p.61), concessão é o ato presidencial que concede a uma pessoa o direito de executar e explorar serviços de radiodifusão, durante um tempo determinado. Permissão é a autorização para retransmitir sinais de TV, emitidos por estações de radiodifusão. A primeira só pode ser licenciada pelo presidente. A segunda, pelo ministro das Comunicações. Nem a concessão nem a permissão dão aos concessionários direitos exclusivos de explorar estes serviços

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 embricamento de interesses, a busca por novas audiências, a demanda pela inserção em novos mercados, a propriedade cruzada e a 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>. Acesso em: 22 jun. 15.

BACHTÖLD, Felipe. **Congressistas eleitos têm 55 concessões**. Jornal Folha de S.Paulo, 2014. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/12/1561839-congressistas-eleitos-tem-55-concessoes.shtml>>. Acesso em: 22 jul. 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.

DIAP (Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar). **Radiografia do novo Congresso: legislatura 2015-2019**. Brasília/DF, 2014.

GÖRGEN, James. **Donos da mídia**. Disponível em: <<http://donosdamidia.com.br>>. Acesso em: 3 abr. 2015.

JAMBEIRO, O. **A TV no Brasil do século XX**. Salvador: Edufba, 2001.

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

_____. Os interesses explicitados. **Observatório da Imprensa**, 2011a. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/os-interesses-explicitados/>>. Acesso 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/>>. Acesso em: 3 mai. 2015.

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

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. **Espaço do radiodifusor: radiodifusão comercial**. Disponível em: <http://www.comunicacoes.gov.br/espaco-do-radiodifusor/radiodifusao-comercial>. Acessado em 2 ago. 2015.

PIERANTI, Octávio. **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>>. Acesso 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>>. Acesso 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 (org.). **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; BOLANO, César (org.). 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.