



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE - UFCG
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS - CCJS
UNIDADE ACADÊMICA DE DIREITO - UAD

MARIA ISABELA DE OLIVEIRA

**O CORONELISMO MIDIÁTICO E AS LEIS QUE REGULAM OS SERVIÇOS DE
RADIODIFUSÃO NO BRASIL**

SOUSA - PB

2018

MARIA ISABELA DE OLIVEIRA

**CORONELISMO MIDIÁTICO E AS LEIS QUE REGULAM OS SERVIÇOS DE
RADIODIFUSÃO NO BRASIL**

Monografia apresentada ao Curso de Direito do Centro de Ciências Jurídicas e Sociais da Universidade Federal de Campina Grande como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais.

Orientadora: Prof. Dra. Maria Marques
Moreira Vieira

Assinatura do Orientador

SOUSA - PB

2018

MARIA ISABELA DE OLIVEIRA

**O CORONELISMO MIDIÁTICO E AS LEIS QUE REGULAM OS SERVIÇOS DE
RADIODIFUSÃO NO BRASIL**

Monografia apresentada ao Curso de Direito do Centro de Ciências Jurídicas e Sociais da Universidade Federal de Campina Grande como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais.

Aprovada em: _____ de _____ de 2018.

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof^ª. Dr^ª. Maria Marques Moreira Vieira

Membro (a) da Banca Examinadora

Membro (a) da Banca Examinadora

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus e a Virgem Maria, a quem supliquei por sabedoria e força para superar os obstáculos que surgiram ao longo da minha jornada acadêmica.

Aos meus pais, José Osmar e Diana, que me proporcionaram a melhor educação e lutaram para que eu realizasse esse sonho. Serei eternamente grata por todo o amor, carinho e suporte que me foi dado.

Ao meu irmão Hugo, por me inspirar e incentivar constantemente, compartilhando comigo sua sabedoria e momentos de alegria.

Aos demais familiares, pela torcida e por todo o apoio ofertado.

Aos amigos que conquistei na universidade: Ninmery Rached, Gabriel Lima, Ana Paula, Vanessa Lima, Bruna Oliveira, Camila Moura, Thaynne Valêncio, Tarcila Senhorinho Vitória Olinto, Igor Porfírio, Felipe Bispo, Leivas Henrique, John Lennon e Vitória Dias. Vocês tornaram a minha jornada mais fácil e infinitamente mais divertida. Obrigada pela paciência, pelo companheirismo e pelos bons momentos que carregarei sempre comigo.

Às amigas, Anna Katharina, Gabrielli Ferraz, Graziela Duarte e Mariana Lara, por todo apoio, carinho e incentivo que me deram, apesar da distância.

À minha Orientadora, Professora Maria Marques Moreira Vieira, por ter aceitado contribuir na feitura desse trabalho, pela paciência, tempo e dedicação disponibilizados para isso.

Aos demais professores pelos ensinamentos que levarei para a vida toda.

A todo o corpo docente do Curso de Direito da Universidade Federal de Campina Grande, pelos conhecimentos compartilhados e pela contribuição para o meu crescimento não só acadêmico, mas também pessoal.

Aos colegas do curso que estiveram juntos até aqui, pelas contribuições prestadas, distrações e alegrias que compartilhamos nessa convivência.

“A democracia muitas vezes significa o poder nas mãos de uma maioria incompetente.”

George Bernard Shaw

RESUMO

A presente pesquisa analisa a origem dos meios de comunicação de massa no Brasil e o contexto histórico da época, abordando o “Coronelismo midiático” atual como uma evolução histórica do Coronelismo da primeira República. Onde, os meios de comunicação de massa se constituíram mecanismos de poder, como consequência direta da fragilidade e ineficácia dos dispositivos que regulamentam a concessão dos serviços de rádio e TV, expondo a dinâmica e influência deste sobre o sistema de comunicação do país e seu envolvimento com o Estado no atual regime democrático, destacando a relação entre parlamentares e a comunicação social e como essa concentração de mídia fere princípios fundamentais e a própria Democracia. Vale ressaltar que a temática é relevante, visto que é um tema que gera controvérsias e que não é debatido na área jurídica. Para isso, utilizou dos métodos de abordagem e procedimento: dedutivo e histórico-comparativo, respectivamente, que se baseou na pesquisa em doutrinas, artigos científicos, jurisprudências, espécies normativas e na própria Constituição Federal de 1988.

Palavras-chave: Coronelismo midiático. Coronelismo. Parlamentares. Democracia.

ABSTRACT

The present research examined the origin of the mass media in Brazil and the historical context of that time, approaching the current “media colonelism” as a historical evolution from the colonelism of the first republic. In which mass media have constituted mechanisms of power as a straight consequence of the weakness and inefficacy of the devices that regulate the concession of radio and TV services, exposing the dynamic and influence of the colonelism over the country’s communication system and its involvement with the State in the current democratic regime, emphasizing the relation between parliamentarians and the social communication and how this media concentration hurts fundamental principles and the democracy itself. For this, the deductive history and bibliographic method was used, which was based on research in doctrines, jurisprudence, scientific articles, normative species and in the Federal Constitution of 1988. It is worth mentioning that the theme is relevant, since is a subject that generates controversy and that is not debated in the legal area.

Key Words: Media Colonelism. Colonelism. Parliamentarians. Democracy.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

STF – Supremo Tribunal Federal

MPF – Ministério Público Federal

TV – Televisão

AM – Amplitude Modulada

FM – Frequência Média

CP – Código Penal

SIACCO - Sistema de Acompanhamento de Controle Societário

RTV – Retransmissoras de sinais

MOM – Media Ownership Monitor

AP – Ação Penal

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Tabela de relação de Senadores, seus mandatos eletivos e empresas de radiodifusão que são sócios.....	33
Tabela 2 - Tabela de relação de Deputados Federais, empresas as quais estão associados e seus mandatos eletivos.....	36

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 O HISTÓRICO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E O CORONELISMO MIDIÁTICO	12
2.1. O Surgimento do rádio e da Tv no Brasil.....	12
2.2. O Coronelismo da Primeira República.....	14
2.3. O Coronelismo midiático.....	16
3 A RADIODIFUSÃO E O ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO	21
3.1. A Constituição Federal de 1988 e a radiodifusão	21
3.2. A Lei de Concessão de Serviço Público.....	24
3.3. A Lei 13.424/2017 e seus impactos no sistema de telecomunicações do Brasil.....	28
4 A CONCENTRAÇÃO MIDIÁTICA E OS PARLAMENTARES	30
4.1. A ação Penal 530.....	39
5 CONCLUSÃO	43
REFERÊNCIAS	44

1 INTRODUÇÃO

A presente pesquisa irá expor, através da investigação histórica baseada na análise dos acontecimentos tidos como fundamentais para a compreensão do tema, do estudo dos dispositivos legais vigentes no país e na exposição de dados do Brasil no que tange a concessão de radiodifusão, a existência de grande concentração de mídia nas mãos de políticos brasileiros, bem como a concentração da audiência e dos meios de comunicação em poucas empresas de telecomunicações, e como isso não está de acordo com os princípios fundamentais do Estado Democrático de Direito.

A história da democracia brasileira, do período que emergiu em 1945, até o período recente, que ocorre a partir de 1988, presenciou transformações importantes no que tange ao ramo de telecomunicações: o surgimento da televisão e do rádio.

Porém, nem sempre o Brasil foi um sistema democrático. Após o surgimento e consequente regulamentação dos meios de comunicação de massa no país, o Brasil entrou no contexto sócio-político da ditadura militar (1964-1985) que mudou a utilização dos meios de comunicação em massa, fazendo uso dos mesmos para difundir os ideais da época, sendo a televisão o principal meio utilizado na disseminação da ideologia ditatorial.

Durante esse período, foram realizadas várias concessões públicas de radiodifusão para agentes políticos de diferentes localidades. Como consequência disso, a concentração dos meios de comunicação de massa e da economia do Brasil ficaram comprometidas com determinadas correntes ou personalidades da política nacional, como afirma Jambeiro (2001).

Ainda segundo o autor supracitado, isso ocorria pois havia uma troca de benefícios entre o Governo Militar e as empresas de telecomunicações, pois com a política de integração nacional dos governos militares, a parceria gerava vantagens para ambos os lados onde o Estado investia em infraestrutura para possibilitar a distribuição massiva de programação e as empresas tornavam-se uma espécie de porta-voz do regime militar. (JAMBEIRO, 2001)

No final da década de 80, onde a sociedade se encontrava no contexto histórico da redemocratização com o fim da censura governamental, a liberdade de expressão ganha especial relevância pois passa a ser exaltada como um dos princípios basilares da democracia, pois se relaciona intimamente ao adequado exercício da cidadania.

Porém atualmente cresceram as críticas quanto à concentração de poder por grandes órgãos de imprensa, em especial no atual contexto político do Brasil, evidenciando-se que essas empresas são acusadas de abusar de seu poder de mídia buscando atender a interesses políticos e econômicos de agentes detentores de cargos públicos, influenciando a opinião pública em detrimento de uma pretensa imparcialidade.

Dessa forma, a presente pesquisa buscará expor, utilizando-se do método de pesquisa histórico-dedutivo centrando-se na análise de bibliografias, fontes doutrinárias e dados sobre as concessões de direito de exploração de radiodifusão, que a concentração dos órgãos de imprensa nas mãos de parlamentares é um fato antigo e que vem se desenvolvendo ao longo da história do Brasil, problemática esta que precisa ser evitada e principalmente debatida no âmbito jurídico.

Primeiramente, será abordado o surgimento do rádio e da televisão no Brasil e o contexto histórico em que a sociedade da época estava inserida, expondo como se solidificará o caráter empresarial que estes meios de comunicação possuem hoje em dia. Será apresentado ainda o contexto histórico do Coronelismo da Primeira República e a constituição e conceito do Coronelismo Midiático.

Em seguida, será averiguado os dispositivos que regulamentam a concessão dos serviços de radiodifusão, incluindo a Constituição Federal, a Lei de Concessão de Serviços Públicos (Lei nº 8.987/95) e a nova lei 13.424/2017, pesquisando a real eficácia destes dispositivos em evitar o oligopólio dos meios de comunicação.

Por fim, será apreciado a aplicação prática do coronelismo midiático através de estudo do atual cenário brasileiro no que tange aos principais veículos de informação do país e se existe de fato uma concentração de audiência. Será dado destaque a ocorrência de concessões de serviço de radiodifusão a parlamentares federais e casos práticos de ilegalidades ocorridos em todo o país.

2 O HISTÓRICO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E O CORONELISMO MIDIÁTICO

Este capítulo buscará esclarecer o histórico dos meios de comunicação de massa no Brasil, bem como explanar sua evolução com o passar dos anos e estabelecer um paralelo entre o Coronelismo da Primeira República e o Coronelismo midiático.

2.1 O surgimento do Rádio e da Tv no Brasil

Observa-se sob a ótica de um contexto histórico que o rádio foi introduzido no Brasil em 1922 quando ocorreu a primeira experiência radiofônica, porém a primeira emissora foi criada em 1923, nesse contexto a comunicação do país estava caracterizada pela atuação de jornais e revistas, o que tornou a indústria radiofônica pouco explorada e que permaneceu em fase de testes e sem caráter comercial até meados de 1935. (CALABRE, 2003)

Segundo Calabre (2003), o crescimento do rádio no Brasil se deu após a década de 30:

A Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, a primeira emissora de rádio brasileira, criada por Roquette Pinto e Henrique Morize, iniciou suas transmissões oficialmente em 1923. A emissora de Roquette Pinto tinha finalidades estritamente culturais e educativas, seguindo os moldes das emissoras europeias. Naquele momento, a radiodifusão era ainda um investimento muito caro, e o único país a possuir um grande número de emissoras e de aparelhos receptores de rádio eram os Estados Unidos. [...] O crescimento do rádio brasileiro se deu lentamente na década de 1920, foi acelerado na década de 1930, mas, somente após o término da Segunda Guerra Mundial, o veículo se tornou acessível para as classes populares. Nesses 22 anos entre o lançamento da primeira emissora e o fim da Guerra, o Estado estabeleceu diferentes relações com o setor. [...] Na década de 1930, a situação se altera. Entre 1930 e 1937 foram fundadas 43 emissoras. Atribuiu-se à legislação aprovada em 1931 e regulamentada em 1932, através dos Decretos nº 20.047 e 21.111, de 27/05/1931 e 01/03/1932, respectivamente, uma grande parcela de contribuição para o surgimento e consolidação de uma conjuntura favorável ao rádio. A nova legislação tornou o sistema de radiodifusão potente e eficaz, aperfeiçoando e atualizando o decreto de 1924. É o fim da ideia de um rádio experimental e amador. (CALABRE, pág. 162-172, 2003)

Verifica-se que já naquela época, existia o decreto-lei 3.296 de 1917 que atribuía à competência exclusiva do Governo Federal a prestação dos serviços de

rádio, porém, ainda segundo Calabre (2003), não houve uma preocupação do Estado em criar um sistema estatal de emissoras de rádio, deixando espaço para a iniciativa privada. Somente em 1924 que o governo se preocupou com o conteúdo e o caráter do que seria transmitido, através da criação do decreto 16.657/1924 que permitia que sociedades civis, desde que sem fins lucrativos, prestassem o serviço de radiotelegrafia.

Nessa compreensão, as concessões só deveriam ser feitas, segundo o decreto anteriormente mencionado, a sociedades civis que estivessem legalmente constituídas, desde que as transmissões fossem feitas em língua portuguesa e a programação tivesse finalidade científica, educativa, artística e de benefício público. A legislação também proibia a divulgação de notícias de caráter político e permitia ao Governo a suspensão do funcionamento de emissoras particulares em caso extraordinário de guerra. (MENEGUEL, 2008)

Nesse contexto, com a constante evolução dos dispositivos que regulavam o sistema de radiodifusão, o rádio se tornou ao longo dos anos, o principal meio de comunicação de massa, bem como um veículo de comunicação utilizado para meios comerciais. Porém a formação da indústria de comunicação massiva só se completa definitivamente com a chegada da televisão no Brasil em 1950 e com a expansão das redes nacionais de televisão e rádio na década de 1970. (JAMBEIRO, 2001)

Como afirma Jambeiro (2001), constata-se que a televisão, surgiu no país na década de 50, munida de caráter comercial, inspirada pelo padrão já estabelecido pelo rádio e pelos padrões comerciais já utilizados no mundo todo. O contexto histórico da época era de um mundo em pós Segunda Guerra Mundial e um Brasil no fim do Estado Novo (1937-45) de Vargas com busca por modernização e crescente internacionalização do mercado interno.

Ainda nos ditames de Jambeiro, a televisão se integrou ao aspecto industrial já consolidado mundialmente:

Diferentemente do rádio, que foi de início operado por clubes de amadores, a televisão surgiu no Brasil sob o domínio do sistema empresarial, com a missão de incrementar o comércio de bens e serviços, divertir e emocionar o público consumidor. [...] O novo meio apareceu primeiro nos centros mais desenvolvidos do país - Rio de Janeiro e São Paulo - e somente alguns anos mais tarde foi implantado em outras capitais e grandes cidades. Uma forma de crescimento que seguiu claramente o caminho da expansão capitalista no país, cuja principal característica foi justamente a concentração de capital na região centro-sul, onde aquelas duas cidades estão situadas. [...] Um padrão que se caracteriza por busca de audiência de massa; predominância de

entretenimento sobre programas educacionais e culturais; controle privado sob fiscalização governamental; e economia baseada na publicidade. (JAMBEIRO, pág 49, 2001)

Com base nas afirmações históricas de Jambeiro (2001), a primeira televisão do Brasil pertencia a Assis Chateaubriand, que a adquiriu em 1948 e somente em 1950 criou a primeira emissora da América Latina, a TV Tupi-Difusora. Por se tratarem de aparelhos importados e caros, as televisões surgiram em pequenos números nos grandes centros comerciais, como São Paulo e Rio de Janeiro, e os primeiros canais visavam atender a um público oriundo de elites econômicas.

Porém, como afirma o autor, com a criação da segunda emissora de televisão também por Assis Chateaubriand, na cidade do Rio de Janeiro, o mercado se tornou próspero e outros grupos de radiodifusores se inseriram nesse meio, onde conseqüentemente surgiram: a Rádio Televisão Paulista, em 1951, que eventualmente foi comprada pela TV Globo, a TV Record de São Paulo, em 1953 e outras. Ao final da década de 50 o Brasil já tinha 6 emissoras e aproximadamente 80 mil receptores instalados. (JAMBEIRO, 2001)

Infere-se que nessa mesma época, empresas do exterior que fabricavam os aparelhos receptores de TV passaram a atuar no Brasil e lançaram produtos mais com um preço mais acessível que os importados, o que conseqüentemente gerou um grande aumento no número de vendas, mais especificamente na região do Rio de Janeiro e São Paulo. Começava então “[...] a marcha inexorável da televisão para se colocar como o mais eficiente veículo de vendas e de entretenimento jamais visto no Brasil.” (JAMBEIRO, 2001, p. 50)

Nesse contexto tem-se que, nos anos 1960 a televisão era considerada um aparelho de luxo e somente os grandes centros urbanos dispunham de emissoras, em 1989 o país possuía 40 milhões de aparelho, como afirma Miguel (1999), e hoje, segundo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), são mais de 102.633 milhões de aparelhos Brasil. Pode-se afirmar, portanto, que somos uma nação midiaticizada.

Porém, apesar da grande quantidade de meios de comunicação de massa no país, o Brasil apresenta os piores indicadores para a pluralidade na mídia, segundo estudos realizados no projeto Monitor de Propriedade de Mídia (MOM, na sigla em inglês), promovido pela organização Repórteres sem Fronteiras e executado no Brasil

em parceria com o Coletivo Intervezes. Tal fenômeno é conhecido como “Coronelismo midiático” ou “latifúndio eletromagnético” e será estudado mais adiante.

2.2 O Coronelismo da Primeira República

Antes de elucidar o conceito de Coronelismo midiático, faz-se necessária uma breve explicação do que foi o sistema do Coronelismo no Brasil e o contexto histórico no qual ele estava inserido no período da Primeira República (1889-1930), caracterizado pelo autoritarismo da figura do Coronel.

Nos dizeres de Santos no que tange ao Coronelismo:

O poder dos coronéis teve início no período colonial quando fazendeiros recebiam a patente militar para cumprir o papel de autoridade estatal nas regiões de difícil acesso, compondo a Guarda Nacional. A partir da instalação da chamada Primeira República (1889-1930), estes coronéis incrementaram sua estrutura de poder baseados num sistema eleitoral que não previa a votação secreta. A dependência dos trabalhadores rurais em relação aos coronéis e a possibilidade de conferência dos votos criaram uma situação na qual o ‘voto de cabresto’ era praticamente obrigatório. Desta forma, os coronéis municipais se aliavam às oligarquias estaduais, representadas principalmente pelos governadores, e estas ao Governo Federal, numa intensa rede de favores.
(SANTOS, pág. 4-5, 2006)

Nessa linha de entendimento, o poder se concentrava na pessoa do coronel, que exercia livremente o controle da vida política e de instituições sociais na região sob seus cuidados. Foi um período marcado pelo autoritarismo e pela violência, que tinha como palco principal a estrutura agropecuária arcaica do Brasil, onde o título era concedido a grandes proprietários de terra e mantido através de laços de parentesco, visando proteger a herança e riquezas do grupo familiar.

Leal afirma em seu livro:

Por isso mesmo, o “coronelismo” é sobretudo um compromisso, uma troca de proveitos entre o poder público, progressivamente fortalecido, e a decadente influência social dos chefes locais, notadamente dos senhores de terras. Não é possível, pois, compreender o fenômeno sem referência à nossa estrutura agrária, que fornece a base de sustentação das manifestações de poder privado ainda tão visíveis no interior do Brasil.
(LEAL, pág. 40, 1948)

Nessa perspectiva denota-se que o regime da República Velha legitimou a democratização formal do país, desassociando o direito de votar do aspecto censitário

que era imposto no Brasil Império. Porém, ainda que excluísse os analfabetos, mendigos e mulheres do direito ao sufrágio, tinha-se a ideia de “voto universal” e em consequência disso os coronéis passaram a ser o principal elo entre o poder estatal e eleitores.

A conexão entre os grandes proprietários de terra e o corpo político das instituições públicas passou a intervir nos processos eleitorais. Assim, segundo Lourenço (2016), o coronelismo articulou-se em um sistema favores recíprocos entre políticos e coronéis, onde estes últimos garantiam e controlavam os votos de seus trabalhadores em detrimento do interesse público e os governos os concediam inúmeros benefícios como cargos públicos, empréstimos e proteção por meio de forças policiais.

Configura-se que o coronelismo esteve em seu ápice durante a Primeira República brasileira e exerceu significativo papel na manutenção de poder nas mãos de facções oligárquicas, o controle coronelista abarcava todas as dimensões da sociedade atravancando qualquer reação que fosse contrária aos interesses da maioria. A figura do coronel só teve seu papel reduzido com a Revolução de 1930, no contexto em que o país buscava uma maior modernização e as grandes cidades ganhavam destaque por serem o centro da industrialização.

Observa-se que nascia nos centros urbanos industrializados outro tipo de coronelismo, não mais caracterizado pelo uso exclusivo da força, mas sim pelo uso dos meios de comunicação de massa, o que concede aos antigos proprietários de terras força econômica e política através do uso da mídia.

2.3 O Coronelismo midiático

Apesar de outros fatores históricos terem sucedido o período da Primeira República, alguns aspectos culturais, sociais e políticos ainda remanescem nos dias de hoje. O historiador Carvalho apontou em estudo que existem alguns paralelos a serem observados entre o sistema de Coronelismo da Primeira República e o atual, quando se trata do cenário de comunicação do Brasil atual:

O coronel de hoje não vive num sistema coronelista que envolvia os três níveis de governo, não derruba governadores, não tem seu poder baseado na posse da terra e no controle da população rural. Mas mantém do antigo coronel a arrogância e a prepotência no trato com os adversários, a inadaptação às regras da convivência democrática, a convicção de estar

acima da lei, a incapacidade de distinguir o público do privado, o uso do poder para conseguir empregos, contratos, financiamentos, subsídios e outros favores para enriquecimento próprio e da parentela. Tempera tudo isso com o molho do paternalismo e do clientelismo distribuindo as sobras das benesses públicas de que se apropria. Habilidade, ele pode usar máscaras, como a do líder populista, ou do campeão da moralidade. Para conseguir tudo isso, conta hoje, como contava ontem, com a conivência dos governos estadual e federal, prontos a comprar seu apoio para manter a base de sustentação, fazer aprovar leis, evitar investigações indesejáveis. Nesse sentido, o novo coronel é parte de um sistema clientelístico nacional. (CARVALHO, pág. 1-2, 2001)

Portanto, partindo dessa premissa, associa-se o coronelismo a situações atuais da política brasileira, uma vez que podem ser observadas na relação entre a classe política do país e os meios de comunicação de massa, diversas falhas nas outorgas e concessões de serviço público de comunicação, como será exposto mais adiante. É desse paralelo que surge o conceito do “Coronelismo eletrônico”, que segundo Farias:

A expressão coronelismo “eletrônico”, ao contrário da maior parte das elaborações conceituais nasceu na imprensa da década de 1980, como forma de os jornalistas explicarem aos leitores o fenômeno de um suposto envolvimento de lideranças políticas, especialmente parlamentares no exercício do mandato eletivo, com emissoras de rádio e de televisão. [...] Mais tarde, a expressão seria utilizada por outros autores, sobretudo por figuras da Universidade ligadas aos movimentos que defendem a democratização dos meios de comunicação no país. (FARIAS, pág. 1, 2009)

Nesse sentido, a denominação se dá pelo fato de muitas estações de rádio e televisão estarem em posse de personalidades, grupos familiares ou elites políticas do nosso país, o que nada mais é que o resultado de expansão dos poderes dos antigos coronéis da República Velha para as ondas sonoras, combinando interesses políticos com o rígido controle da opinião pública (Farias, 2009).

Segundo Lima e Lopes (2007), o coronelismo eletrônico assume características e possui traços comuns com o coronelismo estudado no período da República Velha. Trata-se de um fenômeno do Brasil urbano, ou seja, da metade do século XX, resultado de um modelo de outorga a empresas privadas para exploração dos serviços públicos de rádio e televisão concedidos pela União, que se intensificou com a centralidade da mídia na política a partir do Regime Militar, onde o “coronel” busca a autopromoção e hostiliza seus adversários políticos por meio dos veículos de mídia, influenciando assim na construção da opinião pública e que são recompensados pela

união através da outorga e posteriormente pela renovação das concessões do serviço de radiodifusão.

Dado o conceito do que é o coronelismo eletrônico, o presente trabalho tem o intuito de analisar o fenômeno que ocorre no âmbito da radiodifusão e telecomunicações, haja vista que, segundo a pesquisa sobre hábitos publicada pela Secretaria da Comunicação da Presidência da República - Secom, em 2015, 95% da população declarou ver TV, sendo 73% diariamente, enquanto 55% dizem ouvir rádio, 30% diariamente. São, portanto, as principais mídias consumidas no país e também as que apresentam maior concentração de audiência e propriedade.

Segundo Santos “o sistema organizacional da recente estrutura brasileira de comunicações, se baseia no compromisso entre poder nacional e poder local, configurando uma complexa rede de influências entre o poder público e o poder privado” (SANTOS,2007, p. 8)

Desse modo, as políticas de comunicação brasileiras evoluíram de maneira diferente após o período da ditadura militar, onde diferiram-se dos modelos de tendência global, pois segundo a autora:

- a) o detalhamento das lógicas clientelistas que transformou as outorgas municipais de rádio e televisão em moeda política no jogo federal;
 - b) o deslocamento, na regulação do setor, da centralidade do interesse privado, em detrimento do interesse público, para a centralidade do interesse político e/ou religioso, local ou regional, em detrimento do interesse econômico global ou nacional;
 - c) a esdrúxula separação das velhas e novas tecnologias de comunicação em marcos regulatórios distintos (radiodifusão no âmbito do Ministério das Comunicações, e comunicações no âmbito da Agência Nacional de Telecomunicações); e,
 - d) a ausência de transparência sobre a estrutura de propriedade e de afiliação da radiodifusão nacional.
- (SANTOS, pág.7-8, 2006)

Fato que ficou evidente com a troca de favores políticos que pode ser observada, na época do Governo Sarney (1985-1990) que outorgou grande número de licenças de emissoras de rádio e TV para empresas ligadas a parlamentares, visando aprovação legislativa de propostas que tramitavam. A distribuição de concessões de radiodifusão a detentores de mandatos eletivos marcou a atuação de Antônio Carlos Magalhães como Ministro das Comunicações do Governo de Sarney, pois ele mesmo era concessionário, possuindo na Bahia, em conjunto com familiares, 06 geradoras de TV aberta e 311 retransmissoras da Rede Globo de Televisão, como expõe Lourenço (2016).

Nesse sentido, trazendo o contexto histórico da criação da Constituição de 1988, Jambeiro expõe que as concessões de serviço de rádio e TV na época do governo Sarney já haviam se constituído como moeda de troca no mercado de barganhas políticas:

No processo, contudo, os parlamentares estenderam seu controle particular sobre estações de rádio e televisão, que já era estimado em 30 por cento das concessões até então feitas. Como o Presidente da República havia negociado 418 novas concessões em troca de votos favoráveis à fixação de seu mandato em 5 anos - ao invés de 4, como proposto - aquele percentual, segundo variados levantamentos, aproximou-se dos 40 por cento. De acordo com um estudo feito pela Fenaj-Federação Nacional dos Jornalistas, por exemplo, aproximadamente 40 por cento de todas as concessões feitas no país até o final de 1993 estavam em poder de atuais e ex-parlamentares, prefeitos, governadores e seus parentes e sócios. [...] O então deputado Antônio Brito, que foi importante articulador e negociador no processo constituinte, e posteriormente elegeu-se presidente da Comissão de Comunicação da Câmara dos Deputados e governador do Rio Grande do Sul, diz que o direito de explorar estações de rádio e televisão já tinha historicamente se constituído numa das mais valiosas moedas de troca no mercado de barganhas políticas, tanto dentro quanto fora do Congresso Nacional . [...] O fato, contudo, é que o presidente José Sarney autorizou 1.028 concessões de rádio e TV em seu período de governo, entre 1985 e 1990, a maioria esmagadora entregues a políticos ou pessoas a eles associados. Isto representou 30 por cento de todas as concessões feitas no Brasil, desde 1922. (JAMBEIRO, pág. 142-143, 2001)

Nessa compreensão, Jambeiro (2001) afirma que já em 1964 as emissoras de rádio e as de televisão operavam canais concedidos pela administração federal, os quais poderiam ser cassar tais concessões a qualquer momento. Em 1967, através do Decreto-lei 162, de 13 de fevereiro de 1967, o Código foi alterado, passando a União a ter competência exclusiva para exploração dos serviços de radiodifusão e telecomunicações, diretamente ou através de autorizações ou concessões.

Infere-se que no período da Ditadura Militar, as telecomunicações estavam entre os setores estratégicos que foram fortemente privilegiados. Durante os primeiros períodos militares, entre 1965 e 1972, foram criados o Ministério das Comunicações, a Embratel e o Sistema Telebrás, visando interligar os quatro cantos do país através de rede de micro-ondas, complementada posteriormente por satélites nacionais, o que favorecia a formação de redes de televisão. (JAMBEIRO, 2001)

Nesse sentido, como afirma Santos (2006), a Rede Globo foi a principal beneficiada, pois o seu estudo expõe que pelo menos 40 afiliadas da Globo pertencem

a políticos locais, todos antigos aliados dos militares. Os Magalhães, na Bahia, os Sarney, no Maranhão, os Collor, em Alagoas.

Porém, o momento histórico que proporcionou grandes mudanças no sistema de comunicação em vigor, foi a Constituição Federal de 1988, a partir do Capítulo V, dedicado à Comunicação Social, onde apresenta importantes princípios permeiam esse sistema:

Art.220 – A manifestação de pensamento, a criação, a expressão e a informação sob qualquer forma, processo, ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição. §5o - Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio

Art.221 - A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios: I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas; II – promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação. (BRASIL, 1988)

Assim, apesar da previsão da Carta Magna 88, de que os meios de comunicação de massa não podem ser objeto de monopólio ou oligopólio, não é necessário adentrar mais a fundo nos dispositivos mencionados para perceber que o sistema de rádio e TV no Brasil, ao momento da criação da Constituição, já estava mais avançado que o próprio texto constitucional, haja vista que as emissoras de rádio e Tv são criadoras de consensos políticos e formadores de opinião da grande massa da sociedade. (SANTOS, 2006)

Dessa forma, observa-se que o coronelismo midiático se manifesta na forma de políticos que, utilizando desses meios para induzir a população, auxiliam nas eleições políticas - tanto na esfera federal quanto na esfera estadual - por serem a grande maioria dos detentores de concessões para exploração da radiodifusão no Brasil.

Como expõe Jambeiro (2001), que as mudanças na Constituição determinaram na época que o Executivo dividisse a competência de deliberar sobre as outorgas e renovações de concessão, permissão e autorização com o Congresso Nacional, em face disso os congressistas passaram a controlar as emissoras de rádio e TV, utilizando o poder que lhe foi conferido buscando atender aos seus interesses pessoais, quais sejam aprovar ou renovar suas próprias concessões de radiodifusão, ou aquelas que atendessem aos seus objetivos, ainda que os parlamentares sejam

proibidos pela mesma Constituição de serem proprietários, controladores ou diretores de empresa concessionária de serviço público, proibição essa, como veremos adiante, que é pouco respeitada por diversos políticos do país.

3 O SISTEMA DE RADIODIFUSÃO E O ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO

Este capítulo buscará explanar todo o aparato legislativo que trata da radiodifusão no país e expor como são frágeis na proteção contra o oligopólio midiático, bem como analisar os impactos da nova lei 113.424/2017 no sistema de telecomunicações.

3.1 A Constituição Federal de 1988 e a radiodifusão

Os meios de comunicação são constitucionalmente regulamentados desde 1934, onde a Carta Magna da época previa em seu art. 131 a viabilidade de concessão de serviços de radiodifusão privativamente pela União, além de delimitar a participação de estrangeiros em empresas jornalísticas, seja no âmbito intelectual ou administrativo. (BRASIL, 1934)

Tais preceitos foram mantidos na Constituição Federal de 1988, com algumas adaptações, em seu art. 222. Uma das inovações que ela trouxe foi a criação de um capítulo específico para a comunicação social, presente nos artigos 220 a 224, onde expôs as regras referentes aos meios de comunicação de massa, haja vista se tratarem de serviços públicos que possuem potencial de influenciar a agenda, política, cultura e opinião de um povo. (BRASIL, 1988)

Como espécies de comunicação social estão a televisão e o rádio, referidos no capítulo V do título VIII do texto constitucional como serviços de radiodifusão de sons e imagens e sons, respectivamente, em face disso, a Constituição estabelece em seus artigos a competência privativa da união para explorar e legislar sobre os serviços de telecomunicações, gênero do qual a radiodifusão faz parte. (BRASIL, 1988)

Nesse seguimento, o texto constitucional é claro:

Art. 21. Compete à União: [...] XI - explorar, diretamente ou mediante autorização, concessão ou permissão, os serviços de telecomunicações, nos termos da lei, que disporá sobre a organização dos serviços, a criação de um órgão regulador e outros aspectos institucionais; XII - explorar, diretamente ou mediante autorização, concessão ou permissão: a) os serviços de radiodifusão sonora, e de sons e imagens; [...]

Art. 22. Compete privativamente à União legislar sobre: [...] IV - águas, energia, informática, telecomunicações e radiodifusão; [...]
 Art. 48. Cabe ao Congresso Nacional, com a sanção do Presidente da República, não exigida esta para o especificado nos arts. 49, 51 e 52, dispor sobre todas as matérias de competência da União, especialmente sobre: [...]
 XII - apreciar os atos de concessão e renovação de concessão de emissoras de rádio e televisão;
 (BRASIL, 1988)

Portanto, partindo dessa premissa, pode-se observar que o regime jurídico constitucional que trata da radiodifusão se molda em quatro importantes regras, quais sejam: A capacidade de exploração de serviço; a necessidade de concessão para que o serviço seja explorado; a limitação quanto a propriedade e administração de estrangeiros; e os princípios que devem ser aplicados a produção e prestação do serviço público, como será observado mais adiante.

Quanto a exploração e a necessidade de concessão, a Constituição Federal estabelece que é necessário a manifestação de vontades dos poderes Legislativo e Executivo, em seus artigos:

Art. 49. É da competência exclusiva do Congresso Nacional: XII - apreciar os atos de concessão e renovação de concessão de emissoras de rádio e televisão; (...)
 Art. 223. Compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal.
 § 1º O Congresso Nacional apreciará o ato no prazo do art. 64, § 2º e § 4º, a contar do recebimento da mensagem.
 § 2º A não renovação da concessão ou permissão dependerá de aprovação de, no mínimo, dois quintos do Congresso Nacional, em votação nominal.
 § 3º O ato de outorga ou renovação somente produzirá efeitos legais após deliberação do Congresso Nacional, na forma dos parágrafos anteriores.
 § 4º O cancelamento da concessão ou permissão, antes de vencido o prazo, depende de decisão judicial.
 § 5º O prazo da concessão ou permissão será de dez anos para as emissoras de rádio e de quinze para as de televisão.
 (BRASIL, 1988)

No que tange ao capital social de uma empresa de radiodifusão, o ordenamento constitucional prevê que apenas brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos podem ser proprietários, onde 70% do capital social total e votante deve pertencer a brasileiros em iguais condições mencionadas anteriormente. Porém com a Emenda Constitucional n. 36/02, a regra passa a ser diferente, para pessoas jurídicas que estejam constituídas sob leis brasileiras e que tenham sede no país, é permitido o capital estrangeiro em empresas de radiodifusão desde que não exceda o limite máximo de 30%. (BRASIL, 1988)

Nessa linha de pensamento o texto constitucional expõe em seu artigo 222:

Art. 222. A propriedade de empresa jornalística e de radiodifusão sonora e de sons e imagens é privativa de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, ou de pessoas jurídicas constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sede no País.

§ 1o Em qualquer caso, pelo menos setenta por cento do capital total e do capital votante das empresas jornalísticas e de radiodifusão sonora e de sons e imagens deverá pertencer, direta ou indiretamente, a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, que exercerão obrigatoriamente a gestão das atividades e estabelecerão o conteúdo da programação.

§ 2o A responsabilidade editorial e as atividades de seleção e direção da programação veiculada são privativas de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, em qualquer meio de comunicação social.

§ 3o Os meios de comunicação social eletrônica, independentemente da tecnologia utilizada para a prestação do serviço, deverão observar os princípios enunciados no art. 221, na forma de lei específica, que também garantirá a prioridade de profissionais brasileiros na execução de produções nacionais.

§ 4o Lei disciplinará a participação de capital estrangeiro nas empresas de que trata o § 1o.

(BRASIL, 1988)

De acordo com Barbosa, et al. (2017), outro importante aspecto da Constituição de 1988 se institui que a monopolização dos meios de comunicação de massa encontra-se proibida, em conformidade com a Declaração de Princípios sobre Liberdade de Expressão da Comissão Interamericana de Direitos Humanos. Contudo, seu artigo 220, mais especificamente no §5º, que trata sobre o tema, não foi regulamentado. Dessa forma, são alguns decretos da década de 60 que tratam da chamada concentração horizontal, que ocorre quando uma mesma empresa concentra diversos veículos e quando uma ou poucas empresas de uma mesma área concentram grande parte da verba publicitária e da audiência.

A título de exemplo, tem-se o Decreto 52.795/63 que estabelece que a mesma entidade ou as pessoas que integram o quadro societário e diretivo de alguma entidade de radiodifusão não podem possuir mais de uma outorga do mesmo tipo de serviço na mesma localidade. Dessa forma, como afirmam os autores, a exemplo de Barbosa, que a legislação é falha em evitar a polarização dos meios de comunicação de massa, haja vista que não impede que as concessões sejam dadas ou repassadas em nome de sócios ou familiares dos donos de entidades. Ademais, a lei determina que, passados cinco anos, as concessões, autorizações e permissões para a prestação de serviços de radiodifusão comercial podem ser transferidas para outros

sócios ou outras entidades, o que, de certa forma, se constitui uma espécie de transferência indireta. (BARBOSA, et al., 2017)

Porém, apesar da preocupação do constituinte em estabelecer no texto constitucional a vedação a formação de monopólio e oligopólio midiático, os mecanismos legais são frágeis, com ênfase aos que regulamentam a propriedade cruzada¹, não havendo, portanto, instrumentos jurídicos que garantam a plena efetividade do § 5º do art. 220 da Constituição, que veda tais práticas. (BAYMA, 2001)

Outro importante dispositivo presente é o art. 54 da Carta Magna, que veda a deputados e senadores serem controladores, diretores ou proprietários de empresas de comunicação de massa, haja vista que essa relação se baseia em contrato estabelecido com pessoa jurídica de direito público, como ocorre a concessão para a prestação de serviço de radiodifusão, sendo então, constitucionalmente impossível que parlamentares sejam associados ou sócios de empresas concessionárias ou permissionárias de tal serviço. (LOURENÇO, 2016)

Nesse contexto, extrai-se do texto constitucional:

Art. 54. Os 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; (...) 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; (BRASIL, 1988)

Porém, observa-se que a proibição presente no artigo não é unânime, o que possibilita a exploração serviços de rádio e Tv por políticos. Então, nota-se que o ordenamento jurídico, apesar de ter dispositivos que buscam solucionar a problemática do coronelismo midiático, não apresenta soluções eficazes, o que impossibilita meios de comunicação de massa mais democráticos.

3.2 A Lei de Concessão de Serviço Público

Segundo Saraiva; Martins; Pieranti, (2008), observa-se que a radiodifusão no Brasil é regulada por meio de concessões, onde entidades privadas podem utilizar o

¹ Entende-se por propriedade cruzada nos meios de comunicação quando um grupo empresarial, ou família, é dono de mais de um tipo de veículo de comunicação (jornal, TV, rádio etc.), gerando uma concentração de propriedade. (BAYMA, 2001)

espectro eletromagnético prestando um serviço que dever ser de interesse público. Verifica-se que esse sistema é, atualmente, controlado por grandes oligopólios que dominam a grande parte da difusão e da produção do conteúdo audiovisual, agindo no âmbito local e regional com parceiros que reproduzem a mesma lógica restritiva. Dessa maneira a pluralidade de vozes que deveriam ser propagadas, juntamente com as diversas mudanças culturais e de interesses da população não são divulgadas.

Conforme Pieranti (2006), a oferta de concessões de radiodifusão sempre foi utilizada como moeda de troca ao longo dos anos. Em face disso, várias redes foram favorecidas e viram seus números de emissoras afiliadas crescerem e o grau de cobertura de suas programações aumentarem.

Nesse contexto, redimensiona-se:

A partir de 1995, durante o governo Fernando Henrique Cardoso, o Decreto 1.720 estabeleceu limites à outorga de concessões. Tornou-se obrigatória a abertura de licitação para a concessão de emissoras de radiodifusão, sendo que os candidatos deveriam atender a uma série de pré-requisitos. O Ministro das Comunicações de FHC, Sérgio Motta, considerado um dos assessores mais influentes do presidente, ressaltaria que, graças a esse decreto, estava-se iniciando um processo de moralização no que tange à outorga de concessões. (PIERANTI, 2006, pág. 108)

Contudo, o autor expõe que na época existiam brechas na legislação que permitiram a manipulação das concessões através da barganha. As estações que funcionam como retransmissoras do sinal (RTV), não necessitavam de concessões para funcionar, não sendo, portanto, alvo do Decreto-Lei 1.720. Assim, o decreto que as regulamentava, qual seja, o 81.600 de 1978, condicionava ao funcionamento das RTVs apenas a autorização via portaria do Ministério das Comunicações. Então “a obtenção de uma RTV era, portanto, uma alternativa mais viável para políticos e empresários, já que dependia de menos verbas e era regulamentada por legislação mais flexível.” (PIERANTI, 2006, pág. 109)

Quanto a regulamentação dos meios de comunicação no Brasil, aduz-se que os nossos dispositivos legais mostram que estes podem ser controlados pelo Estado e por pessoas jurídicas, abrangendo fundações, empresas comerciais e associações sem fins lucrativos. No caso de serviços de radiodifusão, para que possam fazer uso desse serviço, estes entes devem solicitar uma outorga ao governo federal, responsável pela permissão, concessão e autorização do serviço.

Como ressalta Jambeiro (2001), existem diferenças entre os institutos

mencionados anteriormente que devem ser observadas, a concessão é um ato do Presidente da República que dá a uma pessoa o direito de executar e valer-se dos serviços de radiodifusão, durante tempo determinado. O que se difere do instituto da Permissão, que é entendida como a mera anuência, ou como o nome sugere, apenas a permissão para retransmitir sinais de TV, emitidos por estações de radiodifusão. Onde nenhuma delas dá direito privativo aos concessionários de explorar tais serviços.

O artigo 175 da Constituição Federal estabelece que:

Art.175. 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.

Parágrafo único. A lei disporá sobre:

I - o regime das empresas concessionárias e permissionárias de serviços públicos, o caráter especial de seu contrato e de sua prorrogação, bem como as condições de caducidade, fiscalização e rescisão da concessão ou permissão;

II - os direitos dos usuários;

III - política tarifária;

IV - a obrigação de manter serviço adequado.

(BRASIL, 1988)

Lima (1954), estabeleceu o conceito de Serviço Público no Brasil como todo serviço em que sua existência deve ser voltada para a sociedade, ou que tenha sido em algum momento, sendo necessária a prestação de contas à população, pelo Estado ou outra pessoa administrativa.

Já o conceito de concessão de Serviço Público que a Lei nº 8.987/95 exprime está presente em seu artigo 2º, inciso II, *in verbis*:

Art. 2º Para os fins do disposto nesta Lei, considera-se:

[...] II - concessão de serviço público: a delegação de sua prestação, feita pelo poder concedente, mediante licitação, na modalidade de concorrência, à pessoa jurídica ou consórcio de empresas que demonstre capacidade para seu desempenho, por sua conta e risco e por prazo determinado;

(BRASIL, 1995)

Nesse sentido verifica-se que o instituto da concessão nada mais é que a delegação contratual da execução de serviços, originalmente de competência do Poder Público, por meio de licitação na modalidade concorrência. (CUNHA, 2014)

Portando, nota-se que o contrato que estabelece a concessão é de natureza jurídica administrativa e bilateral, onde existem interesses contraditórios e acordo de vontades, dessa forma, por ser realizado entre o Poder Público e um particular estará

submetido ao regime jurídico de Direito Público, caracterizado pela presença de cláusulas exorbitantes² e pela supremacia do interesse público sob o interesse privado. (CUNHA, 2014)

Como se trata de espectros de radiodifusão, estes, como mencionado anteriormente, são considerados serviços públicos e, portanto, a prestação de serviço ser feita da maneira adequada por meio das concessões, como bem expõe o art. 6º da Lei 8.987/95:

Art. 6º Toda concessão ou permissão pressupõe a prestação de serviço adequado ao pleno atendimento dos usuários, conforme estabelecido nesta Lei, nas normas pertinentes e no respectivo contrato.

§ 1º Serviço adequado é o que satisfaz as condições de regularidade, continuidade, eficiência, segurança, atualidade, generalidade, cortesia na sua prestação e modicidade das tarifas.

§ 2º A atualidade compreende a modernidade das técnicas, do equipamento e das instalações e a sua conservação, bem como a melhoria e expansão do serviço.

(BRASIL, 1995)

O artigo supracitado faz menção às devidas condições necessárias para que o serviço público seja visto como adequado, contudo o dispositivo não estabelece explicitamente quais são essas condições, acarretando uma lacuna na legislação explicitando apenas o princípio que permeia tal instituto. (VICENSI, 2017)

Nota-se também, no que tange a Lei 8.987/95, que há o artigo 41 que afirma: “Art. 41. O disposto nesta Lei não se aplica à concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens.” (BRASIL, 1995)

Tal artigo exclui o serviço de radiodifusão da lei de concessão, ainda que o mesmo seja considerado, pela Constituição Federal como um serviço público. Nesse sentido, afirma Mello em nota de rodapé:

“Este dispositivo refere que tanto a permissão quanto a concessão de serviços públicos far-se-ão “sempre através de licitação”. Contudo, entre nós, quando se trata de concessão ou permissão de rádio ou televisão, tal regra é inteiramente ignorada, seguindo-se, quando muito, disfarçadamente, a velha tradição do mero favoritismo. Como se sabe, é grande o número de congressistas que desfruta de tal benesse. Nesse setor reina, e não por acaso, autêntico descalabro”

(MELLO, pág. 727, 2014)

² Segundo conceito elaborado por Di Pietro, cláusulas exorbitantes são aquelas que conferem prerrogativas a uma das partes, nesse caso à Administração Pública, colocando-a em posição de supremacia sobre o contratado. (DI PIETRO, 2001)

Com análise do Capítulo V da Lei nº 8.987/95, que trata sobre as licitações, pode-se observar que:

Art. 14. Toda concessão de serviço público, precedida ou não da execução de obra pública, será objeto de prévia licitação, nos termos da legislação própria e com observância dos princípios da legalidade, moralidade, publicidade, igualdade, do julgamento por critérios objetivos e da vinculação ao instrumento convocatório.
(BRASIL, 1995)

Nesse sentido, nota-se que o artigo é autoexplicativo, quando afirma que, todos os serviços públicos necessitam de prévia licitação para serem concedidos. A legislação que regulamenta o procedimento licitatório é a Lei Federal 8.666/1993, onde em seu artigo 4º exprime importante princípio administrativo, qual seja, o Princípio da Legalidade.

Portanto, partindo dessa premissa, pode-se afirmar que, quando o Estado deixa de realizar novo processo licitatório para concessão de outorgas de radiodifusão e prioriza a renovação de outorgas vencidas, ela descumpre importantes princípios basilares, tais como, o princípio da legalidade, o da impessoalidade e demais princípios que regem a vida pública. Tal fato será analisado a seguir com apontamentos feitos quanto a Lei 13.424/2017, que regulamenta o setor de radiodifusão no Brasil.

3.3 A lei 13.424/2017 e seus impactos no sistema de telecomunicações do Brasil

Justificada pelo Governo com uma forma de desburocratizar o setor de radiodifusão no Brasil, em 2016, o Governo de Michel Temer publicou a Medida Provisória 747/2016, que posteriormente foi convertida na Lei 13.424/2017, que tornou menos rígidas as exigências para processo transferência e renovação de outorgas. (LOPES, 2018)

A autora explicita ainda que tal mudança representa um retrocesso nas leis que tratam da radiodifusão do Brasil, pois com essa lei o governo oficializou a exploração e uso particular das outorgas por meio do mercado, diminuindo obrigações as quais os concessionários devem se submeter e anistiando todos aqueles que não solicitaram as renovações de outorgas dentro dos prazos. (LOPES, 2018)

Como afirma Barbosa, et al. (2017), uma das principais alterações da nova lei permite que as empresas de radiodifusão que perderam os prazos para renovação de outorga possam funcionar em caráter precário, bem como possam solicitar a

renovação dentro do prazo de 90 dias a partir da notificação do Órgão competente do Poder Executivo, ou seja, independente dos anos de atraso, as emissoras que haviam pedido a renovação ou o fizeram fora do prazo, incluindo as que já haviam sua licença revogada pelo atraso da renovação, poderão recolocar seus canais em funcionamento.

Nesse sentido a legislação estabelece:

Art. 1º O art. 4º da Lei nº 5.785, de 23 de junho de 1972, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 4º As entidades que desejarem a renovação do prazo de concessão ou permissão de serviços de radiodifusão deverão dirigir requerimento ao órgão competente do Poder Executivo durante os doze meses anteriores ao término do respectivo prazo da outorga.

§ 1º Caso expire a outorga de radiodifusão, sem decisão sobre o pedido de renovação, o serviço será mantido em funcionamento em caráter precário.

§ 2º As entidades com o serviço em funcionamento em caráter precário mantêm as mesmas condições dele decorrentes.

§ 3º As entidades que não apresentarem pedido de renovação no prazo previsto no *caput* deste artigo serão notificadas pelo órgão competente do Poder Executivo para que se manifestem no prazo de noventa dias, contado da data da notificação.

(BRASIL, 2017)

Tem-se, portanto, que o Estado concedeu mais benefícios aos antigos radiodifusores comerciais, quando fragilizou suas obrigações e quando não permitiu a abertura de novos processos de licitação para que demais interessados concorressem para ocupar as outorgas abandonadas pelas empresas. Dessa forma, essa anistia que foi concedida vai contra os preceitos fundamentais de transparência nas concessões e de uma mídia democrática.

Pode-se notar outra mudança trazida pela referida lei, que foi a retirada do cumprimento de “obrigações legais e contratuais” e o “atendimento ao Interesse Público” como requisitos essenciais para o direito a renovação das outorgas da Lei , não sendo necessário, portanto, a observância dos mesmos para que ocorra a renovação das licenças de rádio e TV, fato que necessita apenas do voto de dois quintos dos deputados e senadores, em sessão conjunta do Parlamento. (DIAS, 2017)

Outra importante alteração acarretada pela Lei 13.424 foi a revogação do §2º do artigo 38 do Código Brasileiro de Telecomunicações, que afirmava:

Art. 38. [...]

§ 2º Serão nulas de pleno direito as alterações contratuais ou estatutárias, as cessões de cotas ou ações ou aumento de capital social, bem como as modificações de quadro diretivo a que se refere a alínea *b* do caput deste artigo que contrariem qualquer dispositivo regulamentar ou legal ficando as entidades sujeitas às sanções previstas neste Código. (BRASIL, 2017)

Em face disso, o Projeto Monitor de Propriedade de Mídia (2017), promovido pela organização Repórteres sem Fronteiras e executado no Brasil em parceria com o Coletivo Intervezes, afirma em seu texto que esse foi um dos pilares da desregulamentação, com a conversão da Medida Provisória 747 em Lei ordinária, haja vista que foi feita sob coordenação de dirigentes de associações empresariais e de parlamentares que possuem empresas de radiodifusão, buscando atender aos seus interesses particulares. Com a alteração desse parágrafo, bem como das alíneas *b* e *c* do mesmo artigo, a lei agora permite que cessões de cotas e ações que alterem o seu controle societário das empresas de radiodifusão, bem como alterem os objetivos sociais das concessionárias sem necessidade de prévia autorização pelo Executivo, bastando apenas que as empresas notifiquem ao governo sobre as alterações realizadas.

Tal mudança vai de encontro a um importante princípio na qual se baseia a Administração Pública, qual seja, o Princípio da Transparência, haja vista que a radiodifusão é um Serviço Público prestado por concessionários, que devem prestar contas à União e a sociedade.

Observa-se portanto, segundo Dias (2017) que essa lei ordinária representa um retrocesso no que tange ao direito à comunicação, pois, com a proposta de ampliação da radiodifusão pelo país, o Estado impediu a instalação de novas rádios e TVs comunitárias e educativas, o que contribui para a continuidade da concentração de mídia no Brasil, haja vista que uma maior quantidade de emissoras representaria uma maior diversidade nos meios de comunicação de massa e conseqüentemente uma maior democratização dos mesmos, estando portando a mídia de acordo com os preceitos de um Estado Democrático de Direito.

Porém, apesar das críticas e da demonstração da ineficácia da legislação que regula a radiodifusão, as medidas do Governo Federal apontam em sentido contrário aos preceitos defendidos pelos movimentos de democratização da comunicação, pois, enquanto muitos países já adotaram ações mais severas no sentido de evitar a concentração midiática, estimular as telecomunicações públicas e fortalecer as

exigências para concessões, o Brasil retrocedeu em todos esses aspectos. (DIAS, 2017)

4. A CONCENTRAÇÃO MUDIÁTICA E OS PARLAMENTARES

Como ressaltado por Barbosa, et al. (2017), a Constituição Federal e seus tratados da qual o Brasil é signatário estão em consonância com outros sistemas democráticos estabelecidos em outros países, haja vista que prezam pelo direito de resposta, da intimidade, do acesso à informação pública, e se mostram contra qualquer tipo de censura, seja ela de natureza ideológica, artística ou política. Porém, como foi observado anteriormente, a legislação, incluindo as mais recentes e com intuito de modernização, são inconsistentes e ineficazes no que diz respeito à regulação da propriedade cruzada nos meios de comunicação e concentração de mídia.

Em face disso pode-se observar no cenário dos meios de comunicação de massa no Brasil: casos de outorgas vencidas sem pedido de renovação, sublocação de horários, transferências ilegais de concessões, casos de falsidade ideológica por parte de parlamentares e alto índice de concentração de audiência, onde os quatro principais grupos de mídia do país retêm mais de 70% da audiência nacional da TV aberta, segundo estudo realizado pelo Projeto MOM-Brasil (2017).

Como aponta a pesquisa realizada pelo MOM-Brasil (2017), o Grupo Globo, que possui o domínio do mercado, alcança sozinho uma audiência maior do que as audiências dos demais maiores grupos brasileiros, somadas. Ainda segundo as informações do projeto:

O Grupo Globo possui veículos ou redes centrais a todos os mercados de mídia. Na TV aberta, comanda a rede Globo, líder disparada de audiência; na TV paga, é proprietária da programadora Globosat, que produz conteúdos que incluem o canal de notícias 24 horas GloboNews e mais de trinta outros – além de parcerias internacionais com importantes estúdios; na Internet, possui o maior portal de notícias brasileiro, Globo.com; na rádio, tem duas de suas redes figurando entre as dez principais do país: Globo AM/FM e CBN; na mídia impressa, possui jornais de grande relevância como O Globo, Extra, Valor Econômico e Expresso da Informação e revistas como a Época, Crescer, Galileu, Marie Claire e tantas outras. Possui, ainda, uma das principais agências de notícias do país, a Agência O Globo (AOG). O Grupo Globo atua, ainda, em mercados como o fonográfico, cinematográfico e editorial.

(MOM-BRASIL, 2017, n.p)

Ainda segundo o MOM-Brasil (2017), o estudo expõe que, na pesquisa feita com 50 meios de comunicação do país, metade deles são controlados por apenas cinco grupos: onde, nove pertencem ao Grupo Globo, cinco ao Grupo Bandeirantes, cinco à família Macedo, incluindo na soma a Record e veículos da IURD³ que são do mesmo proprietário, 4 ao Grupo de escala regional RBS e 3 ao Grupo Folha, demais grupos possuem apenas um veículo da lista. A pesquisa ainda afirma que, os grupos nacionais anteriormente mencionados filiam-se a redes regionais buscando aumentar a audiência, o que também se classifica como concentração de mídia, haja vista que essas estações funcionam como retransmissoras do sinal.

Além da concentração de audiência, o Brasil se destaca por ter parlamentares associados de empresas concessionárias ou permissionárias de serviço público de radiodifusão, mesmo que o texto constitucional estabeleça o contrário, a maioria deles participa do quadro societário ou são donos de emissoras afiliadas as redes nacionais. Presente nos grandes grupos, o único político proprietário é Vittorio Medioli, prefeito de Betim, MG, pelo PHS. (MOM-BRASIL, 2017)

Nota-se, nesses casos, a completa omissão por parte do Estado no sentido de controlar a concentração midiática, ainda que a Constituição Federal tenha dado tratamento específico ao tema da Comunicação Social. No que tange a regulação há a Agência Nacional de Telecomunicações-ANATEL, criada para regular os serviços de telecomunicação, como também algumas atribuições na fiscalização e regulamentação técnica do uso de radiofrequências (MOM-BRASIL, 2017)

Em pesquisa realizada por Lourenço (2016), buscou-se relacionar os Senadores e Deputados Federais eleitos para o mandato de 2015 a 2018, com os seus respectivos partidos políticos e Estados em que foram eleitos, o número de mandatos já exercidos no mesmo, e os nomes das empresas concessionárias ou permissionárias de serviços de radiodifusão que são sócios. Como mostram os dados, existem diversos casos de parlamentares donos de meios de comunicação de massa no Brasil.

Tabela 1 – Relação de Senadores, seus mandatos eletivos e empresas de radiodifusão que são sócios

³ Veículos de mídia da Igreja Universal do Reino de Deus que transmite conteúdo 24 horas por dia.

Senador(a)	Nº de mandatos completos	Outros mandatos eletivos	Empresa de radiodifusão	Sede da empresa
Acir Marcos Gurcagz (PDT-RO)	1	1 de Pref.de Ji-Paraná (RO)	Editora Diário da Amazônia Ltda.	Porto Velho (RO)
Aécio Neves da Cunha (PSDB-MG)	-	4 de Deputado Federal (MG) 2 de Governador (MG)	Rádio Arco-Íris Ltda.	Belo Horizonte (MG)
Edison Lobão (PMDB-MA)	4	2 de Deputado Federal (MA) 1 de Governador (MA)	Rádio Guajajara de Barra do Corda Ltda.	Barra do Corda (MA)
Fernando Affonso Collor de Melo (PTB-AL)	1	1 de Prefeito de Maceió (AL) 1 de Deputado Federal (AL) 1 de Governador (AL) 1 de Presidente da República	TV Gazeta de Alagoas Ltda.	Maceió (AL)
			Rádio Gazeta de Alagoas Ltda.	Maceió (AL)
			Rádio Clube de Alagoas Ltda.	Maceió (AL)
Ivo Narciso Cassol (PP-RO)	1	1 de Prefeito de Rolim de Moura (RO) 2 de Governador de Roraima (RO)	Rádio Planalto de Vilhena Ltda.	Vilhena-RO
Jader Fontenelle Barbalho (PMDB-PA)	1	1 de Vereador de Belém (PA) 1 de Deputado Estadual (PA)	Belém Radiodifusão Ltda.	Belém-PA
			RBA Rede Brasil Amazônia de Televisão Ltda.	Belém-PA

		4 de Deputado Federal (PA) 2 de Governador (PA)	Sistema Clube do Pará de Comunicação Ltda.	Marabá-PA
José Agripino Maia (DEM-RN)	4	1 de Prefeito de Natal (RN) 1 de Governador (RN)	Rádio Ouro Brando Ltda.	Currais Novos-RN
			Rádio Libertadora Mossoroense Ltda.	Mossoró-RN
			Rádio Trairy Ltda.	Natal-RN
			Tropical Comunicação Ltda.	Natal-RN
Roberto Coelho Rocha (PSB-MA)	-	1 de Deputado Estadual (MA) 3 de Deputado Federal (MA)	Rádio Capital Ltda.	São Luís- MA
			Radiovale-Rádio e Televisão Vale do Farinha Ltda.	Bolsas-MA
Tasso Ribeiro Jereissati (PSDB-CE)	1	3 de Governador (CE)	Videomar Rede Nordeste S/A	Fortaleza-CE
			TV Jangadeiro Ltda.	Fortaleza-CE
			Jangadeiro Cabo Ltda.	Fortaleza-CE
			Jangadeiro MMDS Ltda.	Fortaleza-CE

Fontes: Senado Federal e Sistema de Acompanhamento de Controle Societário (SIACCO/ANATEL)

Com os dados que constam na SIACCO, em muitos casos os senadores participam como sócios e os demais que se apresentam no quadro societário são familiares, como pais, irmãos, filhos, etc. É o caso dos senadores como Assis Gurgacz, Aécio Neves e Edison Lobão. (SIACCO, 2018)

O autor ainda ressalta que há caso em que determinado Senador consta como sócio em determinada empresa, porém, sua participação, no valor de R\$ 35.000,00, não está na declaração de bens divulgada pelo TSE (2014), como é o caso de Edison Lobão na empresa Rádio Guajajara de Barra do Corda. (LOURENÇO, 2016)

O contrário também acontece, como no caso do Senador Jader Fontenelle Barbalho e do Senador Garibaldi Alves Filho, ambos declararam ao TSE participação

em empresas de rádio, quais sejam, SNC (Sistema Norte de Comunicação Ltda.) e Rádio Clube do Pará (PRC5 Ltda.), e Rádio Cabugi do Seridó Ltda. e da Empresa Jornalística Tribuna do Norte Ltda., respectivamente, contudo, seus nomes não constam nos quadros de sócios registrados na SIACCO. (LOURENÇO, 2016)

Ainda como exposto por Lourenço, 2016, consta também em declaração dada ao TSE no ano de 2014, pelo Senador José Targino Maranhão (PB), que o mesmo tem participação na empresa Rádio Serrana de Araruna Ltda., com sede em Araruna-PB, no valor de R\$ 109.149,06 (cento e nove mil, cento e quarenta e nove reais, e seis centavos).

Porém, em igual condição aos que foram mencionados anteriormente, não consta no banco de dados da SIACCO o nome do Senador como sócio da empresa mencionada, apesar de constarem Magda Maranhão L. Ferreira de Melo e Wilma Targino Maranhão, respectivamente, sua sobrinha e irmã. (LOURENÇO, 2016)

Percebe-se com a relação mostrada anteriormente, que há grande participação de senadores em emissoras de televisão e rádio os meios de comunicação com maior abrangência no país, isso porque a titularidade de meios de comunicação de massa de grande amplitude, afetam diretamente os interesses políticos e econômicos desses proprietários podendo suggestionar a programação e mesmo a cobertura jornalística dessas empresas, o que pode eventualmente influenciar no processo eleitoral.

O mesmo cruzamento de dados foi realizado com os Deputados Federais com mandatos em curso.

Tabela 2 – Tabela de relação de Deputados Federais, empresas as quais estão associados e seus mandatos eletivos.

Deputado(a) Federal	Nº de mandatos completos	Outros mandatos eletivos	Empresa de radiodifusão	Sede da empresa
Adalberto Cavalcanti Rodrigues (PTB/PE)	-	1 de Deputado Federal (PE)	Rádio Rio Pontal FM Ltda..	Afrânio- PE

Afonso Antunes da Motta (PDT/RS)	1	-	Sulitel Serviços de Telecomunicações Ltda.	Porto Alegre-RS
Antônio Carlos Martins de Bulhões (PRB/SP)	2	-	Rádio Metropolitana Santista Ltda.	Santos-SP
			Duarte Coelho FM Ltda.	Recife-PE
			Rádio Aratu Ltda.	Salvador-BA
			Rádio Cultura de Gravataí Ltda.	Porto Alegre-RS
Átila Freitas Lira (PSB/PI)	6	-	Rádio Chapada do Corisco Ltda.	Teresina-PI
Bonifácio José de Tamm de Andrada (PSDB/MG)	9	4 de Deputado Estadual	Rádio Correio da Serra Ltda.	Barbacena- MG
Carlos Victor Guterres Mendes (PSD-MA)	-	2 de Deputado Estadual (MA)	Rádio Interior Ltda.	Pinheiro-MA
Damião Feliciano da Silva (PDT-PB)	4	-	Rádio Santa Rita Ltda.	Santa Rita-PB
			Sistema Rainha de Comunicação Ltda.	Campina Grande -PB
Domingos Gomes de Aguiar Neto (PSD/CE)	1	-	Rádio Difusora dos Inhamuns Ltda.	Tauá-CE
Elcione Therezinha			Carajás FM Ltda.	Piçarra-PA
			Rádio Clube do Pará	Belém-PA

Zahluth Barbalho (PMDB/PA)	4	-	Prc5 Ltda.	
			RBA Rede Brasil Amazônia de Televisão Ltda.	Belém-PA
			Sistema Clube do Pará de Comunicação Ltda.	Belém-PA
Fábio Salustino Mesquita de Faria (SD/DF)	5	-	Rádio Agreste Ltda.	Santo Antônio-RN
Felipe Catalão Maia (DEM/RN)	2	-	Rádio Curimatau de Nova Cruz Ltda.	Nova Cruz-RN
			Rádio A Voz do Seridó Ltda.	Caicó-RN
			Alagamar Rádio Sociedade Ltda.	Macaú-RN
Félix de Almeida Mendonça Júnior (PDT/BA)	1	-	Rádio FM Patrocínio Ltda.	Paripiranga- BA
			Rádio FM Macaubense Ltda.	Macaúbas-BA
João Henrique Holanda Caldas (PSB/AL)	-	1 de Deputado Estadual (AL)	Alagoas Comunicações Ltda.	Maceió-AL
João Henrique Holanda Caldas (SD/AL)	-	1 de Deputado Estadual (AL)	Alagoas Comunicações Ltda.	Maceió-AL
João Rodrigues (PSD/SC)	1	1 de Deputado Estadual (SC)	Rádio Nonoai Ltda.	Nonoai-SC

Jorginho dos Santos Mello (PR/SC)	1	-	Rádio Santa Catarina Ltda.	Tubarão-SC
José Nunes Soares (PSD/BA)	1	1 de Prefeito de Euclides da Cunha (BA) 4 de Deputado Estadual (BA)	Rádio Cidade Euclides Da Cunha Ltda.	Euclides da Cunha-BA
José Alves Rocha (PR/BA)	5	4 de Deputado Estadual (BA)	Rádio Rio Corrente Ltda.	Santa Maria da Vitória-BA
			Rio Alegre Radiodifusão Ltda.	Santa Maria da Vitória-BA
Júlio César de Carvalho Lima (PSD/PI)	4	1 de Prefeito de Guadalupe (PI)	Rádio FM Esperança Guadalupe Ltda.	Guadalupe-PI
Luiz Felipe Baleia Tenuto Rossi (PMDB/SP)	-	1 de Deputado Estadual (SP)	Rádio Show de Igarapava Ltda.	Igarapava-SP
			Rádio AM Show Ltda.	Igarapava-SP
Luiz Gionilson Pinheiro Borges (PMDB/AP)	-	-	Beija Flor Radiodifusão Ltda.	Santana-AP
Luiz Gonzaga Patriota (PSB/PE)	6	1 de Deputado Estadual (PE)	Rede Brasil de Comunicações Ltda.	Recife-PE
Magda Mofatto Hon (PR/GO)	1	3 de Vereadora de Caldas Novas (GO) 1 de Prefeita de Caldas Novas (GO) 1 de Deputada Estadual (GO)	Rádio e Televisão Di Roma Ltda.	Caldas Novas-GO

Rodrigo Batista de Castro (PSDB/MG)	2	-	Medina FM Ltda.	Medina (MG)
Rubens Bueno (PPS/PR)	3	1 de Prefeito de Campo Mourão (PR) 2 de Deputado Estadual (PR)	Rádio Brasileira de Bela Vista do Paraíso Ltda.	Bela Vista do Paraíso (PR)
Soraya Alencar dos Santos (PMDB/RJ)	-	-	Rádio Musical de Cantagalo Ltda.	Rio de Janeiro-RJ

Fontes: Câmara dos Deputados e Sistema de Acompanhamento de Controle Societário (SIACCO/ANATEL)

Informações que constam na plataforma da SIACCO (2018) mostram que a Rede Brasil de Comunicações Ltda., da qual o Deputado Federal Luiz Gonzaga Patriota é sócio, engloba as Rádios Salgueiro FM, Petrolina FM, Lagoa Grande FM, Sertânia FM, e Santa Maria FM, localizadas, respectivamente, nas cidades pernambucanas que lhes dão nome.

Ainda no tocante aos Deputados Federais, houve notório caso onde, no ano de 2017 o Ministério Público Federal na Paraíba (MPF/PB) ajuizou ação civil pública, com pedido liminar, para que houvesse cancelamento das concessões e imediata suspensão dos serviços da Rádio Santa Rita, no município de Santa Rita (PB), e do Sistema Rainha de Comunicação, em Campina Grande (PB), justificando no artigo 54 da Constituição Federal, pois o parlamentar Damião Feliciano não pode integrar o quadro societário da emissora, pois há violação direta à liberdade de informação, à lisura do processo democrático e ao direito à comunicação, haja vista que, como constava em documentos juntados ao processo o réu apresentava o programa diário “A voz do Coração”, transmitido por ambas as rádios. A Rádio Santa Rita é de domínio do deputado federal Damião Feliciano da Silva, e a Rainha Comunicação já fora de propriedade do parlamentar, formalmente, mas passou a ser do seu filho. (MPF, 2017)

Identifica-se que nesses casos o repasse da concessão para parente, visando nitidamente burlar a legislação vigente, permitindo assim que o parlamentar mantenha o seu domínio indireto sob as informações veiculadas por aquele meio de comunicação e evite instaurações de inquéritos ou de ações civis públicas. Prática que se mostrará mais recorrente com a mudança proveniente da Lei 13.424/2017, que permite que cessões de cotas e ações alterem o controle societário das empresas de radiodifusão sem prévia autorização do Poder Executivo, como visto no capítulo anterior.

Apesar dos deputados não constarem como controladores ou diretores das empresas dos meios de comunicação indicadas, não se exclui a possibilidade de que as mesmas sejam utilizadas para prestar apoio político aos parlamentares. (LOURENÇO, 2016)

4.1 A ação penal 530

Outro caso que chamou atenção no país, no que tange a parlamentares e empresas de radiodifusão, foi o da Ação Penal 530, onde o Supremo Tribunal Federal (STF), no dia 09 de setembro de 2014, entendeu pela proibição de que parlamentares detenham o controle sobre empresas de radiodifusão. A ação havia sido proposta pelo Ministério Público Federal (MPF), em 2006, contra Marçal Gonçalves Leite Filho, João Alcântara Filho e Daladier Rodrigues de Araújo Filho. (STF, 2014)

O Deputado Marçal Gonçalves foi condenado pelo crime de falsidade ideológica, na modalidade documento particular, previsto no artigo 299 do Código Penal (CP). O acusado ao assumir o seu cargo eletivo, falsificou o contrato utilizado em licitação pública junto ao Ministério das Comunicações para explorar o serviço de radiodifusão sonora em frequência modulada em Dourados/MS. (LOURENÇO, 2016)

Como consta na denúncia, no entendimento do Ministério Público Federal teriam ocorrido dois crimes de falsidade ideológica, sendo o primeiro na criação de contrato social com a utilização de terceiros, popularmente denominados de “laranjas”, para ocultar a participação do deputado, e o segundo com a modificação do contrato para incluir o parlamentar na sociedade. O outro crime denunciado pelo MPF foi o de uso de documento falso, previsto no artigo 304 do CP. (STF, 2014)

Porém, segundo o entendimento majoritário do Supremo Tribunal Federal, não houve concurso de delitos no crime de falsidade ideológica, pois a alteração do

contrato social para incluir a participação do parlamentar não constitui novo crime de falso, haja vista que, jurisprudência do STF, quando o crime for cometido pelo próprio agente da falsificação, não é punível, sendo considerado mero exaurimento do crime anterior. Esse foi o voto do ministro Luís Roberto Barroso, que foi seguido pelos demais ministros, havendo discordância apenas da ministra Rosa Weber, que propôs condenação pelos três crimes. (STF, 2014)

O entendimento majoritário encontra-se presente na ementa da ação, como se pode observar:

Ementa: DIREITO PENAL. CRIMES DE FALSIDADE IDEOLÓGICA E DE USO DE DOCUMENTO FALSO. 1. Admite-se a possibilidade de que a denúncia anônima sirva para deflagrar uma investigação policial, desde que esta seja seguida da devida apuração dos fatos nela noticiados. Precedente citado. 2. Não há nulidade automática na tomada de declarações sem a advertência do direito ao silêncio, salvo quando demonstrada a ausência do caráter voluntário do ato. Ademais, a presença de defensor durante o interrogatório do investigado ou acusado corrobora a higidez do ato. Precedente citado. 3. Condenação pelo crime de falso. Restou provada a falsidade do contrato social da radiodifusão Dinâmica, sendo o primeiro acusado o verdadeiro controlador. Com efeito, o denunciado omitiu esta condição por ser parlamentar federal, diante da vedação prevista no art. 54 da Constituição Federal e no art. 38, § 1º, da Lei nº 4.117/62. 4. De acordo com a jurisprudência do Supremo Tribunal Federal e do Superior Tribunal de Justiça, o crime de uso, quando cometido pelo próprio agente que falsificou o documento, configura "post factum" não punível, vale dizer, é mero exaurimento do crime de falso. Impossibilidade de condenação pelo crime previsto no art. 304 do Código Penal. 5. A alteração do contrato social não constitui novo crime, já que a finalidade do agente já havia sido atingida quando da primeira falsificação do contrato social. 6. O contrato social não pode ser equiparado a documento público, que é criado por funcionário público, no desempenho das suas atividades, em conformidade com as formalidades previstas em lei. 7. Extinção da punibilidade dos acusados, em face da prescrição da pretensão punitiva, baseada nas penas em concreto, restando prejudicada a condenação. (STF, 2014)

A Ministra Relatora Rosa Weber, em seu voto, ressaltou as proibições previstas no art. 54 da Constituição Federal, ditas incompatibilidades parlamentares, têm longa tradição histórica nas Cartas Magnas brasileiras. Essas proibições servem para garantir o exercício independente dos seus mandatos, a ministra também destacou o efeito moralizador, pois proíbem que o parlamentar, utilizando seu prestígio, busque tais benesses e favores, mencionando ainda o parágrafo único do art. 38 da Lei nº 4.117/1962, que proíbe o exercício da função de gerente ou diretor de empresas prestadoras de serviço de radiodifusão por quem goza de foro especial ou de imunidade parlamentar. (TABORDA; ZANDONÁ, 2017)

Quanto a pena do parlamentar, foi fixada em dois anos e seis meses de reclusão e ao pagamento de multa de 15 salários mínimos, os demais acusados João Alcântara Filho e Daladier Rodrigues de Araújo Filho foram condenados a dois anos de reclusão e ao pagamento de multa de 10 salários mínimos, o ministro revisor fez destaque ao fato de que o crime praticado pelos réus é de alto grau de reprovabilidade, haja vista que foi cometido por parlamentar federal, e consequentemente, por se tratar de concessão de serviço de radiodifusão, afetou diretamente a esfera pública. (STF, 2014)

Ainda que a pena tenha sido fixada e as condições judiciais da culpabilidade avaliada pelos ministros tenham sido consideradas desfavoráveis, as penas de todos os réus foram extintas, haja vista que a falsificação de documento ocorreu em fevereiro de 1998, enquanto a denúncia só foi recebida em setembro de 2006, transcorrendo mais de oito anos entre o delito e o recebimento da petição acusatória, o que ,com base no artigo 109, incisos IV e V, do Código Penal Brasileiro gera prescrição punitiva, como concluiu o ministro revisor da Ação penal de nº 530. (STF, 2014)

Dito isso, tomando como base o voto da Ministra Rosa Weber e demais informações apresentadas anteriormente, nota-se que a concentração de audiência por grandes empresas de comunicação de massa e o acúmulo de veículos de radiodifusão por agentes políticos, causa grande prejuízo ao regime democrático, haja vista que, ocorre o desvio da finalidade objetivadas pela comunicação social. Há, portanto, por parte dos “coronéis da mídia” o objetivo de promoção de políticas e satisfação de interesses pessoais, o que vai contra o princípio regente da Administração Pública, que é o da supremacia do interesse público sobre o interesse privado. (LOURENÇO, 2016)

Ainda como afirma Lourenço (2016), faz-se necessário, portanto, aos meios de comunicação o papel de expressar com variedade os diversos aspectos da sociedade, bem como fiscalizar a iniciativa privada e os poderes públicos, buscando uma mídia livre que estabelece a ligação e o controle entre representantes e representados, como princípio fundamental para o ambiente democrático.

5 CONCLUSÃO

Diante do exposto, restou comprovado que a Constituição da República, criou um capítulo específico para a Comunicação Social, evidenciando as regras específicas quanto aos veículos de comunicação de massa, pois tal instituto é classificado pela mesma como serviço público de interesse econômico e político geral. Tal tratamento diferenciado se deu em virtude de o sistema de veículos de radiodifusão terem capacidade de exercer sugestão sobre a formação de opinião cultural e política de um povo, oferecendo potencial risco a lesão de vários direitos difusos protegidos pela Constituição.

Portanto, se os serviços de radiodifusão de sons e imagens preenchem o requisito basilar do interesse público, podem ser considerados serviços públicos, e deve então existir a necessidade de regulamentação, bem como de fiscalização e controle efetivo da atividade de Comunicação Social. A regulação constitucional prevê, portanto, a necessidade de concessão e realização do processo de licitação para prestação de serviços públicos, porém tais processos não contemplam os serviços de telecomunicações, como consta na lei 8.987/95, em seu artigo 41.

Dessa forma, o desenvolvimento da mídia no Brasil apresenta características de um ordenamento jurídico em que as leis responsáveis pelo sistema de radiodifusão são ineficazes, arcaicas e que não acompanharam a evolução desses meios de comunicação, restando comprovada a problemática da concentração de propriedade e audiência dos veículos comerciais de comunicação.

Em face disso, observa-se que é grande o número de pessoas com mandato político que, buscando atingir seus interesses pessoais, participam do quadro societário de empresas de rádio e TV, ainda que exista clara e expressa vedação constitucional, em seu artigo 54, haja vista que, tal ato viola o princípio democrático, sob o qual a liberdade de expressão, o direito a crítica às políticas públicas e o direito à publicidade das ações da Administração Pública estão firmados.

Assim, para evitar a concentração de mídia e audiência, e atingir os objetivos constitucionais no que tange as concessões dos serviços de radiodifusão, o Estado não pode ficar restrito a promover a liberdade de expressão e informação apenas com o combate a censura, mas sim regulamentar a mídia no Brasil e evitar distorções provenientes do uso indevido do poder econômico e político.

REFERÊNCIAS

BANDEIRA DE MELLO, Celso Antônio. **Curso de Direito Administrativo**. 32. Ed. São Paulo: Malheiros Editores, 2014.

BARBOSA, B.; PAULINO, F. O.; PEREIRA, S.; AMORIM, A. P.; BANDEIRA, O.; MOYSES, D.; OURIQUES, E. V.; BRANT, J.. Brasil e seu desenvolvimento mediático: síntese e análise da aplicação dos Indicadores da Unesco. **Infoamerica: Iberoamerican Communication Review**, v. 11, p. 75-95, 2017.

BAYMA. Israel Fernando de Carvalho. **A concentração da propriedade de meios de comunicação e o coronelismo eletrônico no Brasil**. Assessoria Técnica à Bancada do Partido dos Trabalhadores na Câmara dos Deputados, 2001. Disponível em: <www.fndc.org.br>. Acesso em: 04 de nov. 2018

BRASIL. **Lei nº 13.424**, de 28 de março de 2017. Dispõe sobre o processo de renovação do prazo das concessões e permissões dos serviços de radiodifusão. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2017/Lei/L13424.htm> Acesso em: 02 nov. 2018

PLANALTO. **Constituição da república federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 30 de out. 2018

SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL. **Ação Penal 530/MS**. Ministério Público Federal, Marçal Gonçalves Leite Filho, João Alcântara Filho e Daladier Rodrigues de Araújo Filho. Relatora: Min. Rosa Weber. 2014. Disponível em: <<http://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=TP&docID=7516225>>. Acesso em: 10 nov. 2018

CALABRE, Lia. Políticas públicas culturais de 1924 a 1945: o rádio em destaque. **Revista Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, v.1, n. 31, p.161-181, jan., 2003.

CARVALHO, José Murilo de. As metamorfoses do coronel. **Jornal do Brasil**. 2001. Rio de Janeiro. Sem página. 06 mai 2001. Disponível em:<http://ivnl.provisorio.ws/wp-content/uploads/2017/03/jose_murilo_jornal_do_brasil_2001.pdf> Acesso em: 24 de out. 2018

CICHOCKI, Irene de Freitas. **O Coronelismo Midiático**. 2012, 38f., Monografia (Direito), Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Santa Rosa, 2012. Disponível em:<<http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/handle/123456789/1513>> Acesso em: 24 de out. 2018

CUNHA, Douglas. **Concessão no Serviço Público**. 2014. Disponível em:<<https://douglasscr.jusbrasil.com.br/artigos/170756515/concessao-no-servico-publico>>. Acesso em: 02 de nov de 2018.

DIAS, Mabel. **Novos presentes para velhos amigos: Mudanças na radiodifusão beneficiam empresários e políticos de sempre**. Nov. 2017. Disponível em:

<<http://www.intervozes.org.br/direitoacomunicacao/?p=30123>> Acesso em: 05 de nov. de 2018

DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. **Direito Administrativo**. 13 ed. Ed, São Paulo, 2001; Editora Atlas

FARIAS, T. Rômulo. **Coronelismo “Eletrônico”: por um reposicionamento do Problema**. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2009/19398.pdf>> Acesso em: 24 de out. 2018

FURTADO, Celso. **Formação Econômica do Brasil**. 32. ed. São Paulo: Editora Nacional, 2005.

HAUSSEN, Doris Fagundes. **Rádio e Política: Tempos de Vargas e Peron**. 2. Ed. Rio Grande do Sul: EDIPUCRS, 2001.

JAMBEIRO, Othon. **A TV no Brasil do século XX**. 2. Ed. Salvador: EDUFBA, 2001
Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ufba/149/4/A%20TV%20no%20Brasil%20do%20seculo%20XX.pdf>> Acesso em: 23 de out. 2018

LEAL, Victor Nunes. **Coronelismo Enxada e voto**. 7. ed. São Paulo: Editora Schwarcz, 1948. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/360813/mod_resource/content/1/LEAL%20C%20Victor%20Nunes.%20Coronelismo%20Enxada%20e%20Voto.pdf> Acesso em: 23 de out. 2018

LIMA, Ruy. **Princípios de direito administrativo brasileiro**. 3 ed. Porto Alegre. Editora: Sulina. 218 p, 1954.

LOPES, Ivonete. O golpe político-institucional e o desmonte da Empresa Brasil de Comunicação (EBC). **Revista Eptic**. Sergipe, v. 20, n. 2, p. 164-177, mai.-ago., 2018.
LOURENÇO, Vinicius Abreu. **CORONELISMO MUDIÁTICO: Parlamentares e radiodifusão na Constituição e na Ação Penal 530**. 2016, 35f., Monografia (Direito), Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2016. Disponível em: <<https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/3230> > Acesso em: 24 de out. 2018

MARTINS, Ricardo. **Regime Jurídico da Televisão Brasileira à Luz da Constituição**. São Paulo, 2016. Disponível em: <<http://www.direitodoestado.com.br/colunistas/ricardo-marcondes-martins/regime-juridico-da-televisao-brasileira-a-luz-da-constituicao>> Acesso em: 29 de out. de 2018

MENEGUEL, Yvonete Pedra. **O rádio no Brasil: do surgimento à década de 1940 e a primeira emissora de rádio em Guarapuava**. 2008. Disponível em: <<http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/713-4.pdf>> Acesso em: 23 de out. 2018

MIGUEL, Luis Felipe. Mídia e manipulação política no Brasil: a Rede Globo e as eleições presidenciais de 1989 e 1998. **Comunicação & política**, v. 4, n. 2 e 3, p. 119-177, 1999.

MEDIA OWNERSHIP MONITOR – BRASIL. **Marco Regulatório de Mídia Brasileiro.** Brasil, out. 2017. Disponível em: <http://brazil.mom-rsf.org/fileadmin/Editorial/Brazil/MOM_Documento_legal_portugues.pdf> Acesso em: 18 de out. 2018

PIERANTI, Octavio Penna. Políticas para a mídia: dos militares ao governo Lula. **Lua Nova**, no.68, p.91-121, 2006.

SANTOS, Suzy dos. E-Sucupira: O Coronelismo eletrônico como herança do coronelismo nas comunicações brasileiras. **E-Compós**, s/n, v. 7, n. 11. dez. 2006. Disponível em: <<http://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/104/103>>. Acesso em: 31 de out. 2018

SARAIVA, Enrique; MARTINS, Paulo; PIERANTI, Octavio (Orgs). **Democracia e regulação dos meios de comunicação de massa.** 1.ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 276 p, 2008.

TABORDA, Maren Guimarães; ZANDONÁ, Thaís. A atividade de comunicação social e a formação da opinião pública. **Revista de Direito Econômico e Socioambiental**, Curitiba, v. 8, n. 3, p. 423-445, set./dez. 2017

VICENSI, Ana. **A Adequada e eficaz prestação do serviço Público.** Disponível em: <<https://anapaulavicensi.jusbrasil.com.br/artigos/485492639/a-adequada-e-eficaz-prestacao-do-servico-publico>> Acesso em: 04 de nov. de 2018