

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO

PPGCOM
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

FABÍOLA MENDONÇA DE VASCONCELOS

**CORONELISMO ELETRÔNICO OU INDÚSTRIA CULTURAL?
UMA ANÁLISE DAS EMPRESAS DE RADIODIFUSÃO DO DEPUTADO
FEDERAL INOCÊNCIO OLIVEIRA**

RECIFE
Fevereiro de 2010

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

CORONELISMO ELETRÔNICO OU INDÚSTRIA CULTURAL?
UMA ANÁLISE DAS EMPRESAS DE RADIODIFUSÃO DO DEPUTADO
FEDERAL INOCÊNCIO OLIVEIRA

FABÍOLA MENDONÇA DE VASCONCELOS

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre, sob orientação do Prof. Dr. Edgard Rebouças.

RECIFE
Fevereiro de 2009

Vasconcelos, Fabíola Mendonça de
Coronelismo eletrônico ou indústria cultural?
Uma análise das empresas de radiodifusão do
deputado federal Inocêncio Oliveira / Fabíola
Mendonça de Vasconcelos. – Recife: O Autor, 2010.
212 folhas. : il., tab., quadros.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal
de Pernambuco. CAC. Comunicação, 2010.

Inclui bibliografia e anexos.

1. Comunicação de massa – Aspectos políticos.
2. Indústria cultural. 3. Coronelismo. 4 .
Radiodifusão. I. Título.

659.3 CDU (2.ed.)

302.23 CDD (22.ed.)

UFPE

CAC2010-55

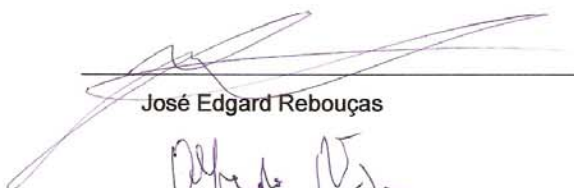
FOLHA DE APROVAÇÃO

Autora do Trabalho: Fabíola Mendonça de Vasconcelos

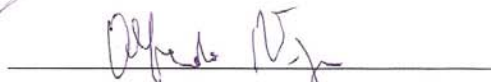
Título: "Coronelismo eletrônico ou indústria cultural? Uma análise das empresas de radiodifusão do deputado federal Inocêncio Oliveira".

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco, sob a orientação do Professor Dr. José Edgard Rebouças.

Banca Examinadora:



José Edgard Rebouças



Alfredo Eurico Vizeu Pereira Júnior



Maria Eduarda da Mota Rocha

Recife, 18 de março de 2010.

Dedico esta pesquisa
a meus filhos,
Yuri, Hugo e Sofia.

AGRADECIMENTOS

À minha família, principalmente aos meus pais, Nalva e José Quirino, e aos meus irmãos, pelo incentivo e por estarem ao meu lado nos momentos difíceis. Agradeço especialmente à minha mãe, a Francineth e a Rani, por tantas vezes terem assumido o papel de mãe dos meus filhos quando precisei me isolar para desenvolver esta pesquisa.

Agradeço a imensa compreensão da direção do Sindsep, especialmente a José Carlos de Oliveira, Sérgio Goiana, Graça Oliveira e Fernando Lima, pelas concessões feitas para que fosse possível conciliar o trabalho com as aulas do mestrado. Aos colegas José Maria, Antônio Campos, Maria Helena e Deyse Lemos, obrigada pelo estímulo e pelos favores concedidos em prol desta pesquisa.

Agradeço a todas as pessoas que se dispuseram a conceder entrevista para esta pesquisa. Sem este recurso, não seria possível aprofundar o trabalho empírico. Agradeço ainda a Anna Salustiano, pela ajuda na pesquisa de arquivo e pela transcrição das entrevistas, e a Ozias Alencar, pela leitura cuidadosa e crítica desta dissertação.

Agradeço aos amigos Ana Veloso, Patrícia Cunha, Sheila Borges, Roberto Sousa e Vera Amaral, por dividirem comigo as angústias e os estresses deste estudo, reflexões que muito contribuíram para o desenvolvimento do trabalho.

Agradeço com muito carinho ao professor Edgard Rebouças, por ter acreditado nesta pesquisa, pelos ensinamentos e pelas ricas contribuições na orientação deste estudo, e, principalmente, por manter acesa a chama que persegue na busca por uma comunicação mais democrática.

Agradeço aos professores Alfredo Vizeu e Maria Érica de Oliveira Lima pela grande contribuição que deram no seminário de qualificação. Agradeço ainda aos professores Marco Mondaini e Denis Bernardes, por terem ajudado nas reflexões históricas presentes nesta dissertação. Aos funcionários do PPGOM, Cláudia, José Carlos e Luci, obrigada pela gentileza e por não terem deixado sem resposta as minhas solicitações.

Sou eternamente grata à minha amiga-irmã, Karina Falcone, pelo apoio, pela solidariedade e generosidade, pelos conselhos, pelos bons fluidos e pela revisão desta dissertação.

Agradeço ao meu marido, Ricardo Amaral, pela paciência, pelo apoio e pela compreensão nas minhas ausências. Agradeço ainda a Yuri, a Hugo e a Sofia, por terem dividido a mãe com os livros e por terem me inspirado para concluir esta pesquisa, tão complexa, mas, sobretudo, estimulante e prazerosa.

A todos, muito obrigada.

RESUMO

O presente trabalho se propõe a investigar as empresas de radiodifusão do deputado federal Inocêncio Oliveira (PR-PE) – a TV Asa Branca e as rádios A Voz do Sertão (AM) e as FMs Líder do Vale e Transertaneja –, utilizando como referenciais teóricos os estudos sobre coronelismo histórico, coronelismo eletrônico, indústrias culturais e economia política da comunicação, além de analisar a relação de poder que circunda os campos da comunicação e da política. Também é objeto de estudo a vida do parlamentar. Para viabilizar a pesquisa empírica, a autora deste estudo recorreu à história oral, utilizando-se de entrevistas, acompanhou a programação das emissoras e analisou documentos das empresas do grupo Inocêncio Oliveira. As quatro outorgas concedidas ao deputado têm levado alguns pesquisadores do campo da comunicação a defini-lo como coronel eletrônico. Na tentativa de investigar o rigor conceitual do termo coronelismo eletrônico, esta pesquisa retomou os estudos de Victor Nunes Leal, autor do clássico *Coronelismo, enxada e voto* (1978). Observou-se um distanciamento entre o conceito de Leal e a definição dada pelos pesquisadores da comunicação ao acrescentarem o termo eletrônico ao termo histórico. Ao investigar a possível utilização política na programação das emissoras do parlamentar, este estudo identificou que as empresas funcionam dentro da lógica das indústrias culturais. Para além de atender a uma necessidade eleitoral, as concessões de radiodifusão liberadas a políticos representam um elemento a mais que contribui para aumentar o patrimônio financeiro e empresarial desses políticos.

Palavras-chave: coronelismo eletrônico, radiodifusão, Inocêncio Oliveira, indústrias culturais.

ABSTRACT

This study aims to investigate broadcasters of Congressman Inocêncio Oliveira (PR / PE) - Asa Branca TV and the radio stations A Voz do Sertão (AM); Líder do Vale and Transertaneja (FMs) - using as theoretical studies on historical colonels, electronic colonelism, cultural industries and the political economy of communication, in addition to analyzing the relationship of power that surrounds the fields of communication and politics. It is an object of study the life of parliament. To make the empirical research, this study uses oral history, with the use of interviews, followed the programming of broadcasters and reviewed documents of the group companies Inocêncio Oliveira. The four grants awarded to Inocêncio led some researchers in the field of communication to define him as a electronically coronel. In an attempt to investigate the conceptual rigor of the term electronic coronelism, this research has resumed studies Victor Nunes Leal, author of the classical *Coronelismo, enxada e voto* (1978). There was a gap between the concept of Leal and the definition given by the researchers of adding communication to the electronic addendum to the term history. When investigating the possible political use of broadcast programming in the parliament, this study found that companies operate within the logic of cultural industries. In addition to meet a need electoral concessions broadcasting released politicians represent one more element that adds to the financial assets and business of politicians.

Keywords: electronic colonelism, broadcasting, Inocêncio Oliveira, cultural industries.

SUMÁRIO

RESUMO	7
INTRODUÇÃO	10
Objeto de Estudo.....	14
Referencial Teórico.....	17
Metodologia.....	21
As Fases da Pesquisa.....	25
CAPÍTULO 1	
Oligarquia, Coronelismo e Coronelismo Eletrônico	28
1.1 – Oligarquia: a base do coronelismo.....	28
1.2 – Oligarquia e Radiodifusão: o poder redundante.....	36
1.3 – Coronelismo Histórico: uma herança oligárquica.....	41
1.4 – Coronelismo Eletrônico e o Rigor Conceitual.....	48
CAPÍTULO 2	
As Bases Teóricas da Economia Política da Comunicação e das Indústrias Culturais	57
CAPÍTULO 3	
Mídia, Política e Poder	68
CAPÍTULO 4	
Inocência Oliveira e Radiodifusão: um casamento que deu certo	77
4.1 – Pernambuco no Contexto das Indústrias Culturais.....	77
4.2 – TV Asa Branca: um núcleo das indústrias culturais no interior de Pernambuco.....	86
4.2.1 – A visão empresarial dos acionistas.....	86
4.2.2 – A necessidade do glocal.....	97
4.3 – As rádios deixam de ser instrumento político e assumem perfil empresarial.....	105
CAPÍTULO 5	
Inocência Oliveira: vida política e pessoal	113
CONSIDERAÇÕES FINAIS	129
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	134
ANEXOS	141

INTRODUÇÃO

Este estudo se propõe a analisar a existência, no Estado de Pernambuco, do fenômeno que vem sendo chamado por alguns pesquisadores e jornalistas de “coronelismo eletrônico”. Trata-se de um estudo de caso das atividades de radiodifusão, políticas e empresariais do deputado federal Inocêncio Oliveira (PR-PE). O termo coronelismo eletrônico é uma adaptação que alguns estudiosos fazem do conceito de coronelismo, que marcou uma época na história brasileira, mais precisamente a Primeira República (1889/1930). Alguns autores do campo da comunicação (SANTOS, 2006; CAPPARELLI, 2005; LIMA, 2007; MOTTER, 1994; CALDAS, 1995) retomaram o termo histórico e o atualizaram com o adendo *eletrônico* para explicar a utilização política das empresas de radiodifusão por seus concessionários que também são políticos.

É nesse contexto que os pesquisadores citam a TV Asa Branca, no município de Caruaru (Agreste de Pernambuco), e as rádios A Voz do Sertão, Transertaneja e Líder do Vale, no Sertão pernambucano. Inocêncio Oliveira detém 34% das ações da televisão – que é afiliada da Rede Globo –, enquanto nas rádios o parlamentar divide a sociedade com a esposa, Ana Elisa Nogueira, e com uma das filhas, Shely Oliveira. Por essa razão, nos estudos sobre coronelismo eletrônico, Inocêncio Oliveira é apontado como um coronel eletrônico. Mas será que o parlamentar utiliza essas empresas eleitoralmente? Como se deram as negociações entre o governo e o deputado na liberação das outorgas dessas concessões? Existe rigor conceitual ao definir o coronelismo eletrônico como uma nova versão do coronelismo histórico? Não estariam a televisão e as rádios de Inocêncio dentro da lógica capitalista, correspondendo aos preceitos das indústrias culturais? São esses problemas que este estudo se dispõe a investigar, utilizando como referencial teórico as pesquisas históricas sobre coronelismo e as teorias da economia política da comunicação e das indústrias culturais.

Uma das características da radiodifusão no Brasil, com maior incidência no Nordeste, é a forte ligação com as oligarquias políticas. Em Pernambuco, além de Inocêncio Oliveira, a família Coelho, de Petrolina, no Sertão do São Francisco, detém o controle da TV Grande Rio – afiliada da Globo – e de várias emissoras de rádio na região. Ao se referir ao perfil dos empresários brasileiros da área de comunicação, Renato Ortiz (2001) utiliza a expressão “capitães da indústria”, noção proposta por Fernando Henrique Cardoso no livro *Empresário industrial e desenvolvimento econômico no Brasil* (1972), em que o segundo autor define esse tipo de empresário como aventureiro, para justificar a substituição desse perfil empresarial

pelo que ele chama de *manager*, mais próximo do que é visto hoje nas empresas de comunicação.

O espírito aventureiro de Chateaubriand caracteriza toda uma época, mas ele é inadequado quando se aplica ao capitalismo avançado. Nos anos 60 e 70, os grandes empreendedores do setor cultural são outros. Homens que administram conglomerados englobando diversos setores empresariais, desde a área da indústria cultural à indústria propriamente dita (ORTIZ, 2001, p. 134).

Segundo Ortiz (2001, p. 135), “os novos proprietários são homens de organização e, de certa forma, se perdem na impessoalidade dos ‘impérios’ que construíram”. O autor vai mais além ao afirmar que, “numa sociedade de consumo, a cultura se torna mercadoria, seja para aquele que a fabrica ou consome” (ORTIZ, 2001, p. 146). Não estariam dentro dessas características a TV Asa Branca e as rádios de Inocência, assim como o perfil do próprio deputado radiodifusor? Com base no pensamento gramsciano, Murilo César Ramos (2005) vincula a atuação da mídia à de uma empresa que tem como principal interesse o controle da hegemonia.

Empresa e mídia são os principais aparelhos privados de hegemonia; este, a mídia, uma forma singular daquela, a empresa. Mas uma forma muito mais poderosa justamente pela sua singularidade: a de produtora e disseminadora de conteúdos jornalísticos, informativos em geral, e de entretenimento, embebidos em sua virtual totalidade da lógica do consumo total, que é a principal força ideologicamente reprodutora do capitalismo (RAMOS, 2005, p. 64).

Para ilustrar, o autor classifica as Organizações Globo como a mais poderosa empresa de mídia do Brasil, pela sua capacidade de projetar seu poder sobre a política e as instituições brasileiras. Para Murilo César Ramos, a Globo é “o mais poderoso aparelho privado de hegemonia capitalista. (...) De suas técnicas produtivas alimenta-se a ideologia dominante no capitalismo” (RAMOS, 2005, p. 65). Esse poder da Globo conta com uma importante força das emissoras afiliadas, que contribuem para a disseminação do conteúdo produzido pela emissora em todas as partes do Brasil.

A predominância do conteúdo da Globo em todas as suas afiliadas vai de encontro ao que propõe a Constituição de 1988 no capítulo V, artigo 221, que sugere a criação de uma lei que garanta a produção da cultura nacional e regional, o estímulo à produção independente e a regionalização da produção cultural, artística e jornalística. Essas determinações, caso já tivessem sido regulamentadas por leis posteriores, iriam mudar o perfil das emissoras de televisão instaladas em municípios interioranos, como é o caso da TV Asa Branca, em Caruaru, e da TV Grande Rio, em Petrolina. “O resultado desse vazio regulatório é a

formação e a consolidação histórica no Brasil de um sistema de mídia que tem, desde suas origens, a propriedade cruzada e a concentração como uma de suas principais características” (LIMA, 2006, p. 100).

A TV Asa Branca se aproxima muito mais do perfil de empresa capitalista do que o que se convencionou chamar de coronelismo eletrônico. A televisão tem na sua grade uma programação maciçamente produzida pela Central Globo, enquanto o conteúdo local se limita a programas jornalísticos. Dessa forma, a TV Asa Branca será apresentada nesta pesquisa como parte da expansão da televisão brasileira e pernambucana, que se insere na lógica das indústrias culturais.

Quanto às três rádios de Inocêncio Oliveira, ao que parece, o uso político das emissoras foi mais forte no passado. Depois que Shirley Oliveira, filha do deputado, assumiu o comando das empresas, em 2001, as emissoras adotaram um perfil mais comercial. Com formação em administração de empresas, Shirley teria implantado um novo modelo de gestão nas rádios e em todas as outras empresas do grupo Inocêncio, composto, além de rádio e televisão, pela Clínica São Vicente, em Serra Talhada, por concessionárias de moto e fazendas de gado.

Todos esses aspectos serão analisados no decorrer desta investigação, que começa fazendo um resgate histórico e teórico sobre o coronelismo para, depois, chegar ao debate sobre o coronelismo eletrônico. No primeiro capítulo, é analisado o conceito histórico do termo coronelismo, definido por Victor Nunes Leal (1978), tendo como base a força das oligarquias. Também são apresentados os principais grupos formados por famílias tradicionais que controlam empresas de radiodifusão no Nordeste. Além disso, o capítulo mostra que o coronelismo é uma herança histórica que deixou resíduos até a atualidade, mantendo vivas algumas de suas características, como o clientelismo, o que tem levado alguns pesquisadores de vários campos de conhecimento a apontar a existência de um neocoronelismo que, para o campo da comunicação, convencionou-se chamar de coronelismo eletrônico.

O segundo capítulo também trata de questões teóricas, tomando como base os referenciais da economia política da comunicação e das indústrias culturais. Assim como a discussão teórica sobre o coronelismo, os estudos da economia política da comunicação e das indústrias culturais contribuem para uma melhor compreensão do funcionamento da TV Asa Branca e das três rádios de Inocêncio Oliveira. Na sequência, o terceiro capítulo continua na linha teórica, dissertando sobre a relação do campo da comunicação com o campo político, passando pela relação de poder que envolve a comunicação e a política.

No quarto capítulo deste trabalho, é desenvolvido o estudo de caso, com a análise das quatro empresas de radiodifusão de Inocêncio Oliveira. Inicialmente, é apresentado de forma introdutória um panorama da comunicação em Pernambuco, seu desenvolvimento como agente das indústrias culturais até os dias de hoje, para explicar a implantação da TV Asa Branca, em 1991. Também são analisados o modelo de administração escolhido pela emissora e sua política de gestão, passando pela publicidade e atuação dos seus dirigentes nas entidades classistas, bem como se debate a programação local dentro de uma grade de conteúdo global. Ainda neste capítulo, a pesquisa mostra o perfil das rádios A Voz do Sertão, Transertaneja e Líder do Vale.

Já o deputado Inocêncio Oliveira em si é tema do quinto capítulo desta dissertação. Para o desenvolvimento desta pesquisa, apresentam-se a atuação política do parlamentar e seu desempenho nos vários governos, que lhe deu sustentação ao longo de 35 anos de mandato federal. Segundo filho de uma família de mais dez irmãos, Inocêncio é formado em medicina, profissão que atuou antes de entrar na política. Ele era cirurgião. Em 1974, foi convencido pelo então deputado Argemiro Pereira, com quem rompeu logo após ser eleito, a disputar um mandato federal. De lá para cá, nunca mais deixou a vida pública e nunca se candidatou a outro cargo que o de deputado federal. Nas eleições de 1974 e 1978 foi eleito pela Arena, partido que deu sustentação à ditadura militar de 1964 a 1985. Em 1982, elegeu-se pelo PDS – legenda que substituiu a Arena –, migrando depois para o PFL – uma dissidência do PDS –, agremiação na qual se elegeu em 1986, 1990, 1994, 1998 e 2002. Em 2005, deixou o PFL e se filiou ao PMDB, mas no mesmo ano trocou o PMDB pelo PL, partido no qual se reelegeu deputado federal em 2006. Com a cláusula de barreira – que exige um percentual mínimo de votos por partido para ter direito a uma vaga de deputado –, o PL fundiu-se ao Prona, dando origem ao PR, partido que Inocêncio preside em Pernambuco.

Antes de entrar na vida pública, Inocêncio Oliveira percorreu um longo caminho. Aos 12 anos foi morar em um colégio interno no município de Pesqueira. Passava a semana no internato e os finais de semana e feriados com a família, em Serra Talhada. Já adolescente, mudou-se para o Recife, indo morar em uma pensão enquanto se preparava para prestar vestibular para medicina na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Em 1963 formou-se e retornou para Serra Talhada, onde trabalhava como médico durante a semana e, nos fins de semana, exercia a profissão nas cidades vizinhas. Em 1965, casou-se com Ana Elisa Nogueira Oliveira, com quem teve quatro filhos. Um deles, Sheldon, nasceu em 1968 e faleceu em 1992. Único filho homem de Inocêncio Oliveira, Sheldon nasceu especial, com microcefalia.

Após as reflexões teóricas e o estudo de caso, esta dissertação faz uma análise de todas as informações levantadas no decorrer da pesquisa, que serve como subsídio para as conclusões do trabalho. O resultado final será de grande valia para a continuidade do estudo, que poderá ser transformado em projeto de doutorado, ampliando o campo de pesquisa, tendo como objeto os grupos de mídia controlados por políticos pernambucanos.

Objeto de Estudo

As datas da liberação das outorgas das empresas de radiodifusão de Inocêncio Oliveira têm motivado os pesquisadores do campo da comunicação a definirem o deputado como coronel eletrônico. Venício Lima e Cristiano Lopes (2007), no estudo *Rádios comunitárias – Coronelismo eletrônico de novo tipo*, identificam o regime militar como um marco do coronelismo eletrônico, devido ao grande número de liberação de concessões públicas de rádio e televisão para políticos. Foi nesse período que Inocêncio Oliveira adquiriu sua primeira concessão, em 1978, a rádio A Voz do Sertão, de frequência AM, instalada no município de Serra Talhada.

Israel Bayma (2007), na pesquisa *A concentração da propriedade de meios de comunicação e do coronelismo eletrônico no Brasil*, define o final do governo José Sarney e o final do primeiro mandato do presidente Fernando Henrique Cardoso como dois grandes momentos de distribuição dessas concessões, períodos que ficaram conhecidos como a “farra das concessões”. No primeiro caso, o pesquisador identifica a liberação das outorgas como uma premiação aos deputados constituintes que votaram a favor do quinto ano do mandato de Sarney e do presidencialismo como sistema de governo, dois projetos votados durante a discussão da Constituição de 1988.

Foi nesse período que Inocêncio Oliveira garantiu a concessão da primeira rádio FM, a Líder do Vale. Logo em seguida, no final do governo Sarney, o parlamentar ainda ganhou as outorgas da segunda rádio FM, a Transertaneja, e da TV Asa Branca, em Caruaru. A outorga da rádio Líder do Vale, em Serra Talhada, é de 1988, enquanto a da Transertaneja, em Afogados da Ingazeira, é de 1989. A concessão da televisão é do início de 1990,¹ antes do

¹ As concessões das duas rádios e da televisão foram liberadas no final do governo Sarney, porém a TV Asa Branca e a Transertaneja precisaram da apreciação do Congresso Nacional, determinação que passou a valer a partir da promulgação da Constituição Federal, em 5 de outubro de 1988. A Líder do Vale foi liberada antes da Constituição, quando a prerrogativa de conceder outorgas era apenas do presidente da República.

então presidente eleito, Fernando Collor de Mello, assumir o governo. Outro fato relevante é que em 1989, pouco depois de receber a outorga da Líder do Vale e pouco antes de receber as concessões da Transertaneja e da televisão, o deputado arquivou, na Câmara dos Deputados – quando presidia interinamente a casa – uma CPI que apurava denúncias de corrupção no governo Sarney (MOTTER, 1994).

Sobre as acuações que recaem no período de FHC, Bayma afirma que, na votação da emenda constitucional que garantiu sua reeleição, Fernando Henrique liberou uma série de concessões de estações retransmissoras de TV, que não precisavam ser licitadas, em troca da votação da reeleição do seu mandato.

Instrumento de poder e de troca de favores e interesses, as concessões de rádio e televisão têm servido, no Brasil, como moeda de troca entre o governo federal e o setor privado. Entre 1985 e 1988, o então presidente Sarney concedeu um grande número de licenças de emissoras de rádio e TV para as empresas ligadas a parlamentares federais, os quais ajudaram a aprovar a emenda que lhe deu cinco anos. Já na era Fernando Henrique Cardoso, até setembro de 1996, foram autorizadas 1848 licenças de RTV, repetidores de televisão, sendo que 268 para entidades ou empresas controladas por 87 políticos, todos favoráveis à emenda da reeleição (BAYMA, 2001, p. 1).

Depois de ter a concessão autorizada pelo Congresso Nacional, no final de 1990, primeiro ano do governo de Fernando Collor, a TV Asa Branca entrou em funcionamento em 1991, já como afiliada da Rede Globo de Televisão. Atualmente, chega a 108 municípios pernambucanos, abrangendo toda a região do Agreste, parte da Zona da Mata e parte do Sertão. A emissora divide a retransmissão da Globo nos municípios do interior de Pernambuco com a TV Grande Rio, que cobre 29 municípios sertanejos. A Globo Nordeste, com sede no Recife, atinge toda a Região Metropolitana e parte da Zona da Mata. Segundo Vicente Jorge Espíndola (2009), um dos sócios da Asa Branca, a emissora de Caruaru atinge um contingente aproximado de três milhões de pessoas.

Além da sede, a TV Asa Branca tem sucursais nos municípios de Garanhuns e Serra Talhada. De acordo com Vicente Jorge Espíndola, que além de sócio exerce o cargo de diretor da empresa, a retransmissão da emissora ocorre via satélite. Dados da pesquisa Ibope MediaQuiz realizada no período de 9 a 15 de maio de 2008 indicam que, entre os 50 programas de maior audiência, a TV Asa Branca é responsável por 44 deles, enquanto a concorrente aparece na frente com apenas seis. A programação local da Asa Branca é composta pelos telejornais ABTV 1ª Edição e ABTV 2ª Edição, transmitidos ao vivo à tarde e à noite, respectivamente. Esses horários também são os preferenciais dos anunciantes locais.

Além dos telejornais, a TV Asa Branca conta com o AB Notícia, *flashes* de aproximadamente um minuto, com notícias locais, veiculadas no decorrer da programação diária. A equipe da TV Asa Branca também produz reportagens que são veiculadas no programa Terra da Gente, que há dez anos é produzido pela EPTV, afiliada da Rede Globo de Televisão no interior de São Paulo. Além de produzir matérias para o programa, a emissora o retransmite aos sábados.

Embora a televisão tenha superado a audiência do rádio a partir da sua consolidação nos anos de 1960, ainda é grande o público radiofônico. Segundo CRUZ, BARROS e TAVARES (2006), 83% da população pernambucana ouvem rádio. As pesquisas também indicam a predominância do rádio nos municípios interioranos à medida que a televisão foi se consolidando nas grandes cidades. É nesse contexto que o deputado Inocêncio Oliveira concilia a prática política com a gestão da televisão e o controle das suas três rádios.

Diferentemente de alguns sistemas de comunicação que concentram várias empresas de mídia, as rádios não têm vinculação com a TV Asa Branca, embora Inocêncio Oliveira seja acionista de ambas. No entanto, como as rádios funcionam interligadas e estão inseridas no mesmo setor, pode-se afirmar a existência de uma concentração horizontal. Localizadas no Sertão pernambucano, as rádios são importantes instrumentos políticos nas mãos do deputado.

Exercendo seu nono mandato na Câmara Federal, Inocêncio Oliveira é um dos deputados federais mais votados no Estado (na sua última eleição, em 2006, obteve 181.126 votos, sendo o segundo mais votado), já foi presidente da Câmara Federal (1993-1995) e ocupou interinamente a Presidência da República por nove vezes. Nas eleições de 2008, o parlamentar conseguiu eleger pelo menos 30 prefeitos aliados, de um total de 185 municípios pernambucanos. O Partido Republicano (PR), legenda que preside em Pernambuco, está na base de sustentação dos três níveis de poder: federal (governo Lula), estadual (governo Eduardo Campos) e municipal/Recife (governo João da Costa). Com esse perfil, o parlamentar sempre esteve na bancada governistas, o que o coloca em uma situação privilegiada para negociar benesses do Estado, como as concessões de radiodifusão.

Mesmo com essa desenvoltura e tendo como um dos concessionários um político radiodifusor, talvez não seja possível identificar a prática do coronelismo eletrônico na TV Asa Branca, que funciona dentro dos preceitos empresariais, voltada para o capital. Sérgio Capparelli (1982), em *Televisão e capitalismo no Brasil*, afirma que, desde a sua implantação, “a televisão brasileira põe em funcionamento um poderoso instrumento de comunicação, ao lado do rádio, da imprensa e do jornal. E a década de 50 tem um significado muito grande

para a sociedade brasileira, porque estes anos significam um avanço da semente capitalista posta a germinar em 1930” (CAPPARELLI, 1982, p. 20).

O autor afirma que a televisão surge primeiro nos polos economicamente mais desenvolvidos, como Rio de Janeiro e São Paulo, para depois se expandir para as capitais e, por fim, chegar ao interior. “Tal expansão tem suas raízes na própria expansão do capitalismo brasileiro, que vai se localizar em polos formados por estas duas cidades em relação ao Brasil, e das capitais em relação ao interior” (CAPPARELLI, 1982, p. 22). Em seu estudo, o autor identifica as disparidades regionais no que se refere ao conteúdo desde a implantação do veículo no Brasil.

No início, a concentração se dava apenas no eixo Rio–São Paulo, expandindo-se para outras regiões só no final dos anos 1950 e com a inovação tecnológica do videoteipe. “A partir de então, a integração nacional via TV passa a significar um aumento das disparidades regionais, com a produção da indústria cultural concentrada nos polos tradicionalmente desenvolvidos, principalmente em São Paulo” (CAPPARELLI, 1982, p. 24). A TV Asa Branca surge como resultado desse cenário, diferentemente das rádios, instaladas em realidades distintas.

Referencial Teórico

O presente estudo foi buscar nas obras que compõem a economia política da comunicação elementos para a construção do referencial teórico e a análise das empresas de radiodifusão controladas por políticos, tendo como objeto de estudo as empresas de comunicação do deputado federal Inocêncio Oliveira. No artigo *Comunicação, economia e poder: uma visão integrada*, Helena Sousa (2006) afirma que nas pesquisas da economia política da comunicação:

As questões relacionadas com a produção e com o consumo da informação e do entretenimento nunca são questões meramente econômicas, políticas, artísticas ou mesmo de natureza editorial. São sim questões que se prendem com a distribuição do poder na sociedade e com as consequências dessa distribuição para a constituição do espaço público e, conseqüentemente, para a qualidade do sistema democrático e do ambiente simbólico que nos envolve (SOUSA, 2006, p. 6).

Os bens culturais oferecidos (informação e entretenimento) pela TV Asa Banca e pelas rádios A Voz do Sertão, Líder do Vale e Transertaneja foram analisados a partir de um olhar

crítico com base na problemática das indústrias culturais apontada por Edgard Rebouças (2005) no artigo *Os estudos e práticas da economia (e da) política de comunicação na América Latina*. O autor chama atenção para cinco categorias que caracterizam os estudos latino-americanos sobre as indústrias culturais. A primeira é a partir da análise da esfera pública habermasiana; a segunda trata das políticas de comunicação; a terceira tem como foco a economia política ortodoxa; a quarta analisa as “novas” tecnologias; e, por fim, a quinta se volta para a problemática das indústrias culturais e a economia política da comunicação (REBOUÇAS, 2005, p. 67). É nessa última categoria que este trabalho se encaixa.

As pesquisas sobre a evolução das indústrias culturais são recentes, datam do final do século passado, mas os estudos sobre a mercantilização da arte têm início nos clássicos *A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução*, de Walter Benjamim, de 1936, e *Dialética do esclarecimento*, de Theodor Adorno e Max Horkheimer, de 1947. O texto de Adorno e Horkheimer mostra, pela primeira vez, o conceito de indústria cultural, que, quase meio século depois, passa para o plural – indústrias culturais –, a partir da pesquisa desenvolvida pelo Groupe de Recherches sur les Enjeux de la Communication (Gresec), da Universidade de Grenoble.

No livro *Comunicação & televisão – Desafios da pós-globalização*, Sérgio Capparelli e Venício Lima (2004) identificam, entre as características do setor de comunicação no Brasil, a propriedade familiar na radiodifusão e na imprensa e a vinculação da radiodifusão com as elites políticas regionais e locais. Sobre os grupos familiares, as constituições de 1946 (art. 160), de 1967 (art. 166), de 1969 (art. 174) e de 1988 (art. 222) proibiam a propriedade de empresas jornalísticas e de radiodifusão por pessoas jurídicas, sociedades anônimas por ações e estrangeiros. O objetivo era identificar os proprietários e impedir o controle do setor pelo capital estrangeiro (LIMA e CAPPARELLI, 2004). Em 2002, uma emenda constitucional ao artigo 222 permitiu a participação de pessoa jurídica nas empresas de radiodifusão, além de liberar essas empresas a ter até 30% de recurso estrangeiro em seu capital.

As restrições até 2002 influenciaram o controle dos meios de comunicação por pessoas físicas e “empresas familiares”. Sérgio Capparelli e Venício Lima (2004), que utilizam como referência uma estimativa feita por Nuzzi,² afirmam que 90% da mídia brasileira é controlada por apenas 15 grupos familiares, com destaque para oito famílias do setor de radiodifusão: as famílias Marinho (TV Globo), Saad (TV Bandeirantes), Abravanel (SBT), com abrangência nacional; e as famílias Sirotsky (RBS), Daou (TV Amazonas), Jereissati (TV Verdes Mares),

² NUZZI, E. de F. (11/1995). Controle e manipulação da mídia (no Brasil e no mundo). *Documentos Abecom*, ano 2, nº 4.

Zaharan (MT e MS) e Câmara (TV Anhanguera), que, segundo os autores, teriam se transformado em oligopólios regionais. “Destes oito grupos familiares, somente dois (Saad e Abravanel) não são sócios (afiliados) das Organizações Globo” (CAPPARELI e LIMA, 2004, p. 29).

É necessário, entretanto, chamar atenção para o fato de que os concessionários das afiliadas não são sócios da emissora cabeça de rede, como afirmam os pesquisadores. Além do mais, é interessante perceber que algumas das famílias citadas têm um percentual irrisório nas ações das empresas, como é o caso de Tasso Jereissati na TV Verdes Mares, sócio com apenas 2% da emissora.

Na condição de afiliada da TV Globo, a TV Asa Branca contribui para o maior oligopólio de conteúdo midiático no Brasil. O mesmo acontece com outras emissoras afiliadas e retransmissoras controladas por políticos como Fernando Collor de Mello, em Alagoas; José Sarney, no Maranhão; família Magalhães, na Bahia; e o Grupo Coelho, no Sertão de Pernambuco. Essa característica da radiodifusão controlada por grupos familiares contribui para a permanência de velhas oligarquias, como revela uma edição especial da revista *Carta Capital*, de 1995. A publicação fez um levantamento dos principais grupos políticos que controlam concessões de rádio e televisão, sobressaindo oligarquias fincadas no Nordeste brasileiro.

Até a Constituição de 1988, o poder exclusivo de conceder outorga de radiodifusão era do presidente da República. A partir da promulgação da Constituição, em outubro de 1988, continuou sendo prerrogativa do Executivo conceder e renovar as outorgas de radiodifusão, mas essa autorização precisaria da apreciação do Congresso Nacional. No livro *Mídia – Crise política e poder no Brasil*, Venício Lima (2006) cita dados do Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação (Epcom), divulgados em 2005, que revelam que 30% a 37% dos 81 senadores controlam empresas de rádio e/ou televisão em nome próprio ou de terceiro.

Quanto aos deputados federais, uma representação encaminhada em 2005 à Procuradoria-Geral da República pelo ProJor, instituição mantenedora do site Observatório da Imprensa, indica que 51 dos 513 parlamentares são concessionários diretos de empresas de radiodifusão. Esses números podem ser ainda maiores se for considerado que os dados apresentados sobre os deputados não estão contabilizando os negócios que estão em nome de “laranjas” ou familiares. Um exemplo é o deputado federal José Mendonça Bezerra (DEM-PE), que, embora não apareça no quadro de sócios, tem em nome dos familiares três emissoras de rádio em Pernambuco. O parlamentar, inclusive, nos anos de 2002 e 2003, fez

parte da Comissão de Ciência, Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI) da Câmara dos Deputados.

Além das obras da economia política da comunicação, com foco nas indústrias culturais, esta investigação se vale de uma análise historiográfica que trata do conceito de coronelismo. A base foi o livro clássico de Victor Nunes Leal [1948(1978)] *Coronelismo, enxada e voto*, utilizado para tentar entender e questionar a adaptação e a associação que autores do campo da comunicação fazem para justificar o termo coronelismo eletrônico. Também foram analisadas pesquisas sobre coronelismo eletrônico (LIMA, 2007; SANTOS, 2006; CAPPARELLI, 2005; CALDAS, 1995; MOTTER, 1994). Com base na bibliografia sobre o tema, este trabalho tenta buscar o rigor conceitual existente entre os dois coronelismos.

O coronelismo eletrônico, tendo como base a definição de Victor Nunes Leal [1948(1978)], deve ser construído com base em alguns dos pontos mais sólidos do coronelismo tradicional: a posse da terra e o fenômeno como sistema. Na tentativa de encontrar um elo entre o sistema coronelista tradicional e o chamado eletrônico, este estudo considera como principais elementos presentes nos dois casos a existência do clientelismo e a não separação entre o público e o privado. Essas duas características estão presentes na prática política do deputado Inocêncio Oliveira.

A partir da investigação, é possível identificar que as empresas de radiodifusão, mesmo as controladas por políticos, também se inserem na lógica das indústrias culturais, que tem como eixo central o capital. Dentro desse marco teórico, esta pesquisa analisa a relação entre empresário de mídia e Estado. O estudo também se debruça na relação entre os campos da comunicação, da política e sua relação com o poder.

Para entender o papel dos *media* na sociedade é essencial entenderem-se as relação entre o poder dos *media* e o poder do Estado, bem como as relações dos *media* com outros setores econômicos. As inter-relações entre os *media* e as indústrias da comunicação e os centros de poder na sociedade são necessárias para a análise completa das comunicações e ajudam a dispersar alguns mitos comuns sobre o sistema político e econômico, principalmente as noções de pluralismo, economia liberal, concorrência, etc. Desta forma, um tema importante no estudo político-econômico tem sido o segmento das relações entre o poder político e o poder dos *media* e, principalmente, das relações que envolvem o Estado (WASKO, 2005, p. 46).

Metodologia

Este estudo se valeu de múltiplas fontes para tentar compreender os interesses político, econômico e pessoal em torno da radiodifusão, um dos setores das indústrias culturais. Foram utilizadas desde obras bibliográficas até entrevistas, análise de documentos e de programação das empresas relacionadas. Os objetos de estudo desta investigação são a TV Asa Branca e as rádios A Voz do Sertão, Transertaneja e Líder do Vale, outorgas liberadas para o deputado federal Inocêncio Oliveira (PR-PE). Foram analisadas as relações construídas em torno dessas concessões tanto no campo político e econômico como no campo cultural e social, com o propósito de investigar tais veículos de comunicação, com base nos estudos da economia política da comunicação e das indústrias culturais.

Segundo Duarte (2005, p. 219), o estudo de caso deve ter preferência quando se pretende examinar eventos contemporâneos em situações nas quais não se pode manipular comportamentos relevantes e é possível empregar duas fontes de evidência, que são a observação direta e a série sistemática de entrevistas. Para GIL (2008, p. 58), o estudo de caso “é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado”. O autor cita YIN, para quem o estudo de caso “é um estudo empírico que investiga um fenômeno atual dentro do seu contexto de realidade quando a fronteira entre o fenômeno e o contexto não é claramente definida e no qual são utilizadas várias fontes de evidência (YIN, apud GIL, 2008, p. 58).

Esta pesquisa se valeu de uma metodologia qualitativa, visando analisar os conteúdos das rádios e da TV e sua publicidade. Autor do livro *Métodos e técnicas de pesquisa social*, Antônio Carlos Gil (2008, p. 175) afirma que “a análise dos dados na pesquisa qualitativa passa a depender muito da capacidade e do estilo do pesquisador”. O autor indica três etapas da pesquisa qualitativa: a redução, a apresentação e a verificação/conclusão. A primeira fase “envolve a seleção, a focalização, a simplificação, a abstração e a transformação dos dados originais em sumários organizados de acordo com os temas ou padrões definidos nos objetos originais da pesquisa” (GIL, 2008, p. 175). Na apresentação, uma pesquisa qualitativa organiza os dados selecionados, possibilitando a análise sistemática das semelhanças e diferenças e seu inter-relacionamento. A terceira etapa consiste na revisão dos dados para entrar na fase da conclusão da pesquisa.

Inspirado em Tesch,³ Antônio Carlos Gil (2008) apresenta dez princípios e práticas que orientam a pesquisa qualitativa: a análise não é a última fase da pesquisa, ela é cíclica ou simultânea à coleta dos dados; o processo de análise é sistemático e compreensivo, mas não rígido; o acompanhamento dos dados inclui uma atividade reflexiva que resulta num conjunto de notas de análise que guiam o processo; os dados são segmentados, divididos em unidades relevantes e significativas, mas que mantêm conexão com o todo; os segmentos de dados são categorizados de acordo com um sistema organizado que é predominantemente derivado dos próprios; a principal ferramenta intelectual é a comparação; as categorias para escolha dos segmentos são tentativas e preliminares desde o início e permanecem flexíveis; a manipulação qualitativa dos dados durante a análise é uma atividade eclética, não há uma maneira de fazê-la; os procedimentos não são científicos nem mecanicistas; e o resultado da análise é um tipo de síntese em mais alto nível (GIL, 2008, p. 176-177).

Após a análise bibliográfica das obras que abordam o coronelismo, o coronelismo eletrônico, a economia política da comunicação, as indústrias culturais e os campos da comunicação e da política, o estudo tentou levantar dados sobre as indústrias culturais em Pernambuco, as empresas do deputado Inocêncio Oliveira, bem como a biografia do parlamentar. Foram poucos os estudos desenvolvidos sobre as indústrias culturais em Pernambuco, limitando-se a algumas publicações e pesquisas acadêmicas. Sobre as empresas do parlamentar, não há nenhum registro, enquanto sobre o deputado há apenas reportagens jornalísticas veiculadas em jornais e revistas de grande circulação, utilizados como fontes para esta pesquisa.

Diante da dificuldade e da ausência de fontes bibliográficas e de documentos sobre o estudo de caso, a pesquisa recorreu à história oral, muito utilizada pelos historiadores.

As fontes orais têm sido utilizadas mais comumente para duas finalidades muito mais limitadas. Em primeiro lugar, há estudos sobre acontecimentos políticos recentes que não é possível analisar satisfatoriamente por meio de registros escritos. (...) Mesmo que nos casos em que essas obras não sejam mais do que um jornalismo de alta qualidade, elas fornecem um material essencial para historiadores futuros. Em segundo lugar, está a biografia (THOMPSON, 1992, p. 117).

A história oral norteia algumas das obras do escritor e jornalista Fernando Morais, autor de biografias, como a de Olga Benário, militante comunista; a de Assis Chateaubriand, dono do Diários Associados; a do escritor Paulo Coelho e a do publicitário Washington Olivetto. O jornalista e escritor franco-espanhol Ignácio Ramonet, diretor do *Le Monde*

³ TESCH, Renata. *Qualitative research: analysis, types and software tools*. New York: The Falmer Press, 1990.

Diplomatique, também recorreu à história oral para escrever a biografia de Fidel Castro, no livro *Fidel Castro: biografia a duas vozes* (2008). Foram cem horas de entrevista, a maior concedida pelo ex-presidente cubano a um jornalista.

Mas a história oral não é utilizada apenas em biografias. Pesquisadores de todos os campos utilizam-na como recurso metodológico, a exemplo de Renato Ortiz no livro *A moderna tradição brasileira* (2001), que se valeu de entrevistas. Segundo Ortiz (2001, p. 78), “a lembrança diz respeito ao passado e, quando ela é contada, sabemos que a memória se atualiza sempre a partir de um ponto do presente”. O autor acrescenta que “a utilização dos relatos de vida é significativa na medida em que eles adensam a compreensão do período” (ORTIZ, 2001, p. 79). Para Paul Thompson, no livro *A voz do passado – história oral* (1992), “a evidência da história oral pode conseguir algo mais penetrante e mais fundamental para a história”. Em outras palavras, os historiadores, quando estudam os atores da história a distância, caracterizando vidas, opiniões e ações, sempre estarão sujeitos a cometer descrições defeituosas, projeções da experiência e da imaginação do próprio historiador, uma forma erudita de ficção. A evidência oral, entretanto, transformando os “objetos” de estudo em “sujeitos”, contribui para uma história que é não só mais rica, mais viva e mais comovente, como também *mais verdadeira* (THOMPSON, 1992, p. 137).

Valendo-se da história oral, esta pesquisa utilizou os recursos da entrevista. De acordo com Jorge Duarte (2005), autor do texto *Entrevista em profundidade*, numa entrevista “os dados não são apenas colhidos, mas também resultado de interpretação e reconstrução pelo pesquisador, em diálogo inteligente e crítico com a realidade” (DUARTE, 2005, p. 62-63). O pesquisador acrescenta que esse recurso exige elaboração e explicitação de procedimentos específicos, como o marco conceitual no qual se origina, os critérios de seleção das fontes, os aspectos de realização e o uso adequado das informações. Essas são características da entrevista em profundidade, de que este trabalho se apropriou ao pesquisar o estudo de caso.

As entrevistas foram do tipo informal e focalizada. A primeira, recomendada nos estudos exploratórios, “visa abordar realidades pouco conhecidas pelo pesquisador, ou então oferecer visão aproximada do problema pesquisado” (GIL, 2008, p. 111). Já na entrevista focalizada o entrevistador permite ao entrevistado falar livremente sobre o assunto, sem, no entanto, perder o foco. “Esse tipo de entrevista é bastante empregado em situações experimentais, com o objetivo de explorar a fundo uma experiência vivida em condições precisas” (GIL, 2008, p. 112).

Ao estudar as empresas de radiodifusão de Inocêncio Olivera, esta pesquisa se enquadra no que Anônio Carlos Gil (2008) definiu como pesquisa exploratória. Segundo o

autor, esse tipo de estudo tem como principal finalidade “desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. (...) Habitualmente envolve levantamento bibliográfico e documentos, entrevistas não padronizadas e estudo de caso” (GIL, 2008, p. 27).

Além das entrevistas, foram utilizadas como fontes reportagens jornalísticas com notícias sobre Inocêncio Oliveira. É importante ressaltar que não foi encontrada nenhuma matéria sobre as empresas do deputado. Métodos semelhantes já foram utilizados por outros pesquisadores que estudaram grupos de mídia regionais, como Maria Dulce Cruz (1996), que analisou a Rede Brasil Sul, afiliada da Rede Globo em Porto Alegre e Santa Catarina; Bruno Marinoni (2008), que estudou o Sistema Verdes Mares, no Ceará; Maria Érika de Oliveira Lima (1999), que se debruçou em pesquisa sobre as empresas de comunicação de Antônio Carlos Magalhães, na Bahia; e Rosário de Pompéia Macedo de Barros (2009), que se voltou para a análise do Sistema Jornal do Commercio, no Recife.

Entre as entrevistas, esta pesquisa procurou conversar com funcionários e ex-funcionários da TV Asa Branca e das rádios A Voz do Sertão, Líder do Vale e Transertaneja, radialistas que atuam na região do Sertão, jornalistas políticos, pessoas do grupo político de Inocêncio Olivera, o jurista José Paulo Cavancanti Filho, além do sócio de Inocêncio na televisão, Vicente Jorge Espíndola, e da filha do deputado e administradora de todas as empresas do grupo, Shirley Oliveira. Por mais de um ano, a autora desta pesquisa tentou uma entrevista com o próprio Inocêncio Oliveira, mas não obteve sucesso. Foram contactados assessores de imprensa, chefe de gabinete, deputado e secretário municipal ligados politicamente ao parlamentar, mas todos colocaram obstáculos nesse encontro. Por fim, Shirley Oliveira ficou de tentar marcar a entrevista com o pai, mas não o fez, o que deixou uma lacuna na pesquisa, sem, no entanto, comprometer o resultado final do trabalho.

É necessário registrar a lamentável postura do deputado Inocêncio Oliveira em não receber a autora da pesquisa a fim de contribuir com este trabalho acadêmico. Como homem público, representante da população, deveria ser o primeiro a ter interesse em mostrar, de forma transparente, como funcionam suas empresas de radiodifusão e como conseguiu tais outorgas. Também é importante sempre lembrar que tais concessões são públicas e não empresas privadas de propriedade do parlamentar. Em recente estudo de mestrado, também desenvolvido no grupo de pesquisa Observatório da Mídia Regional da UFPE, sobre o Sistema Jornal do Commercio, a pesquisadora Rosário Pompéia Macedo de Barros (2009) entrevistou o empresário João Carlos Paes Mendonça, detentor de um grupo de comunicação muito maior que o de Inocêncio Olivera, além de ser proprietário de outras grandes

empresas.⁴ Em regra, João Carlos Paes Mendonça parece ser um empresário muito mais poderoso e ocupado do que Inocêncio e, mesmo assim, não se negou a contribuir com a pesquisa que estudou sua rede de comunicação.

Além do já exposto e na tentativa de enquadrar o estudo de caso desta pesquisa no contexto das indústrias culturais, a autora se baseou em algumas indagações apontadas por Fadul e Rebouças (2005), citando Schenkel:⁵

“¿Quiénes son los propietarios de los medios?
 ¿Cuántos medios posee cada uno?
 ¿Tienen además estos propietarios a tener propiedades agrícolas, industriales o comerciales?
 ¿Tienen nexos importantes con las elites políticas gobernantes enrumbadas contra el cambio social?
 ¿Existen lazos de dependência entre estos propietarios e intereses de fuera de la región?

As Fases da Pesquisa

A primeira fase da pesquisa foi reservada para apreciação bibliográfica das obras utilizadas como referenciais teóricos, quando foram analisados os conceitos-chave que dialogam com o estudo. Essa revisão priorizou autores que se debruçaram nos estudos do coronelismo, sua origem e suas características (LEAL, 1978; VIANA, 1987; HOLANDA, 1995; FAORO, 1975; CARVALHO, 2005; CARONE, 1976; FREYRE, [1936(2000)]; QUEIROZ, 1976; VILAÇA e ALBUQUERQUE, 2003), do coronelismo eletrônico (LIMA, 2007; CAPPARELLI, 2005; SANTOS, 2006; CALDAS, 1995; MOTTER, 1994), da economia política da comunicação e das indústrias culturais (ADORNO e HORKHEIMER, [1947(1985)]; BENJAMIM, [1936(1975)]; MIÈGE, 1992; MOSCO, 1996; GEORGE, 2005; SOUSA, 2006; WASKO, 2006; REBOUÇAS, 2006; BOLAÑO, 2000; BRITTOS, 2005; RAMOS, 2005; ORTIZ, 2001; MASRINI e BACERRA, 2006; MATTELART, 1999) e globalização/glocalização/regional (IANNI, 2008; CRUZ, 1996; ROBERTSON, 1992; SINCLAIR, 2000; REBOUÇAS e FADUL, 2005; MARINONI, 2009; BARROS, 2009). Além de livros, teses e dissertações foram elementos importantes nessa construção.

⁴ Fazem parte do Sistema Jornal do Commercio a Editora Jornal do Commercio, a TV Jornal Recife e a TV Jornal Caruaru, a Rádio Jornal (AM) e a FM JC/CBN, além do portal JC Online. O empresário João Carlos Paes Mendonça ainda atua em outras áreas empresariais, como o mercado imobiliário.

⁵ Schenkel, Peter. La estructura de poder de los medios de comunicación en cinco países latinoamericanos. *Estudios y Documentos*, n.º 21, Santiago, ILDIS, 1973.

Paralelamente ao levantamento bibliográfico e às entrevistas, foi realizada uma pesquisa nos três jornais de Pernambuco – Jornal do Commercio, Diário de Pernambuco e Folha de Pernambuco. O período pesquisado foram os três meses que antecederam as eleições em que Inocêncio Oliveira candidatou-se. Foram nove eleições: 1974, 1978, 1982, 1986, 1990, 1994, 1998, 2002 e 2006. Esse levantamento foi realizado no primeiro semestre de 2009. A revista *Veja* também serviu como fonte para o estudo. A partir do projeto comemorativo dos 40 anos da revista, quando foram digitalizadas todas as edições, foi possível acompanhar as matérias publicadas na *Veja* sobre Inocêncio Oliveira. O período que teve maior número de reportagem foi quando o parlamentar esteve na presidência da Câmara Federal, entre 1993 e 1994.

Esta pesquisa também recorreu a documentos como certidões da Junta Comercial de Pernambuco (Jucepe); declaração de bens de Inocêncio Oliveira fornecida pelo Tribunal Regional Eleitoral (TRE); dados concedidos pelo Ministério das Comunicações e pelo projeto “Donos da Mídia”, coordenado pelo Fórum Nacional de Democratização da Comunicação; além de documentos fornecidos pela TV Asa Branca, como tabela de publicidade da emissora e pesquisa Ibope. Tanto a utilização de reportagens jornalísticas quanto a consulta a documentos oficiais e extraoficiais são recursos utilizados em uma pesquisa documental, conforme sugere Antônio Carlos Gil (2008). De acordo com o autor, a pesquisa documental vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com o objetivo da pesquisa.

O desenvolvimento da pesquisa documental segue os mesmos passos da pesquisa bibliográfica. Apenas há que se considerar que o primeiro passo consiste na exploração de fontes documentais, que são em grande número. Existem, de um lado, os documentos de primeira mão, que não receberam qualquer tratamento analítico, tais como documentos oficiais, reportagens de jornais, cartas, contratos, diários, filmes, fotografias, gravações, etc. De outro lado, existem documentos de segunda mão, que de alguma forma já foram analisados, tais como relatórios de pesquisa, relatórios de empresas, tabelas estatísticas, etc. (GIL, 2008, p. 51).

Para a consolidação do trabalho empírico, durante uma semana seguida a pesquisadora acompanhou a programação da TV Asa Branca, além de fazer observações esporádicas. Mas, de forma sistemática, o trabalho empírico foi realizado de 1º a 7 de junho de 2009. O método para essa observação foi randômico. No dia 1º, segunda-feira, acompanhou-se a programação da manhã, das 6h às 12h. Na terça-feira dia 2 observou-se a programação das 12h às 18h, enquanto na quarta-feira dia 3, das 18h às 24h. O esquema foi repetido até completar uma semana. Por se tratar de uma afiliada da TV Globo, a programação da Asa Branca é

padronizada pela cabeça de rede, com exceção de dois jornais locais. A grade de programação das 24h às 6h ficou de fora da análise, mas também repete o que é transmitido pela TV Globo.

Nas rádios A Voz do Sertão, Líder do Vale e Transertaneja, como estão na *web*, foi possível acompanhar com mais frequência a programação do que a da televisão, embora tenha sido de forma aleatória. Durante o segundo semestre de 2009, foram acompanhados, esporadicamente, os programas veiculados pelas emissoras. Não foi possível uma análise mais rigorosa e minuciosa da programação, o que dificulta uma afirmação mais rígida da existência ou não do coronelismo eletrônico, sendo confiável, no entanto, reconhecer o perfil empresarial das emissoras.

É interessante chamar atenção para alguns programas fixos que não são produzidos pelas rádios de Inocência Oliveira, como *A Voz do Brasil*, produzido pela EBC e veiculado de segunda a sexta-feira das 19h às 20h. No caso específico de A Voz do Sertão, das 7h30 às 9h, a emissora retransmite ao vivo o programa *Primeira Página*, com o comunicador Geraldo Freire, da Rádio Jornal/Recife. O contrato com a Rádio Jornal se repete com a resenha esportiva, retransmitida pela rádio de Serra Talhada das 12h às 14h e, no final da tarde, das 18h às 19h, e com todas as transmissões dos jogos do futebol pernambucano. A parceria com a Rádio Jornal, líder de audiência em Pernambuco, vem sendo feita desde 2006, quando o Grupo Inocência Oliveira fez um contrato com a emissora do Recife.

CAPÍTULO 1

OLIGARQUIA, CORONELISMO E CORONELISMO ELETRÔNICO

1.1 – Oligarquia: a base do coronelismo

O termo coronelismo eletrônico tem sido utilizado com frequência não só no campo acadêmico, como também no jornalístico e no político. A denominação deriva da figura do coronel, introduzido no imaginário coletivo a partir de obras clássicas da literatura brasileira e de produções televisivas, como as novelas e os seriados. Mas, a rigor, a existência do coronel e do coronelismo é resultado de um processo histórico muitas vezes esquecido pelos pesquisadores. Tem origem ainda na colonização portuguesa, quando se inicia no Brasil a formação de oligarquias, algumas delas remanescentes até os dias atuais. Essas oligarquias foram se adaptando às mudanças provocadas pela modernização e atualmente muitas são detentoras de veículos de comunicação.

John B. Thompson (2001), no livro *A mídia e a modernidade*, analisa a mídia do ponto de vista social e vincula o desenvolvimento dos meios de comunicação como parte do surgimento das sociedades modernas. O autor chega a definir o atual momento histórico como “a era da informação”. “Os meios de comunicação são rodas de fiar no mundo moderno e, ao usar esses meios, os seres humanos fabricam teias de significação para si mesmos” (THOMPSON, 2001, p. 20).

Na tentativa de melhor entender o fenômeno do coronelismo e enquadrá-lo dentro do rigor conceitual, e com isso chegar à discussão sobre o coronelismo eletrônico, é preciso fazer uma abordagem histórica sobre as famílias tradicionais e o poder local – que deram vida às oligarquias –, heranças presentes ainda no Brasil atual, principalmente em regiões como o Nordeste. Norberto Bobbio (2007), em seu *Dicionário de política*, define o termo oligarquia a partir de vários pontos de vistas. Partindo de aspectos etimológicos, o autor conceitua oligarquia como “governo de poucos”. Reportando-se à filosofia grega, o termo ganha um significado eticamente negativo, sendo chamado de “governo de ricos”. Segundo o pensador italiano, em uma oligarquia:

O poder supremo está nas mãos de um restrito grupo de pessoas propensamente fechado, ligadas entre si por vínculo de sangue, de interesse ou outros, e que gozam de privilégios particulares, servindo-

se de todos os meios que o poder pôs ao seu alcance para os conservar (BOBBIO, 2007, p. 835).

A definição do autor resume o que se pode chamar de uma herança histórica das famílias tradicionais no Brasil, que vêm se mantendo no poder mesmo com as mudanças ocorridas. No livro *A Primeira República (1889-1930)*, Edgard Carone (1973) dedica um capítulo à organização social do período, destacando a influência oligárquica e o coronelismo. Ele ressalta que foi na República Velha (1889-1930) que as oligarquias alcançaram seu ápice no Brasil.

No Império, os grupos oligárquicos encontram um obstáculo para o controle total dos governos das províncias: é o poder moderador do imperador, que permite a escolha dos presidentes provinciais. O federalismo republicano derruba esse empecilho e as oligarquias vão atingir, então, o ápice de sua expansão. (...) O controle da situação significa combate acerbo contra outros grupos, desde a negação dos mínimos direitos dos não partidários até a luta armada. Nos Estados mais adiantados, onde a complexidade econômica é maior – São Paulo, Minas e Rio Grande do Sul –, o partido, forma oligárquica mais rica, é o controlador e esmagador de qualquer oposição (CARONE, 1973, p. 66).

Eul-Soo Pang (1979), em *Coronelismo e oligarquias - 1889/1934: A Bahia na Primeira República brasileira*, classifica a oligarquia brasileira em quatro grupos básicos: familiocráticas, tribais, colegiadas e personalistas. Para o autor, a maioria dos coronéis brasileiros se encaixa na oligarquia familiocrática, a qual “incluía a família em si, pessoas da mesma linhagem, parente por afinidade, afilhados de batismo ou de casamento e, às vezes, o povo dependente do ponto de vista socioeconômico” (PANG, 1979, p. 40). No caso da oligarquia tribal, o chefe político comandava várias famílias ou clãs, enquanto a oligarquia colegiada organizava-se como um partido político. Nesse caso, existia um rodízio entre os chefes das principais facções. Já a oligarquia personalista, segundo Pang (1979), se aproxima do que Max Weber definiu como líder carismático. A liderança era caracterizada pelo carisma do chefe, que poderia evoluir e assumir o comando de uma oligarquia colegiada ou tribal. “O objetivo do grupo era glorificar o domínio pessoal do líder, por um lado, e, por outro lado, manter o *status quo* dos membros” (PANG, 1979, p. 45.).

Em recente pesquisa sobre a história do coronel Chico Heráclio, André Heráclio do Rêgo (2008) fez algumas considerações sobre a importância da família e da parentela, que ajudam a entender o poder das oligarquias no Brasil. O autor lembra que o modelo de família implantado no país foi transportado de Portugal junto com a colonização. Esse modelo foi instalando em todo o território, “adaptando-se às circunstâncias do meio e assumindo formas

diferentes de acordo com os lugares e as classes sociais” (RÊGO, 2008, p. 44). O autor define a família tradicional brasileira como um grupo que perpassa os laços sanguíneos, não se limitando a pai, mãe e filhos, e se apresenta sob três aspectos interligados: político, econômico e de parentesco. Além dos laços de sangue, a parentela era constituída da clientela, que era formada por:

Afilhados, filhos de afilhados, agregados, alforriados e parentes distantes, e podia, inclusive, ter um aspecto unilateral: uma pessoa podia considerar-se parente de outra, mesmo que esta o negasse. O reconhecimento da condição de parente implicava a aceitação de deveres e obrigações recíprocos: quanto mais prestigiosa fosse a posição ocupada por alguém, maiores eram suas responsabilidades diante de um parente de sangue, de aliança ou espiritual (REGO, 2008, p. 45).

O historiador Oliveira Viana [1949(1987)] também escreveu sobre a tradição da família brasileira e chega a indicar a existência de um feudalismo no Brasil herdado de Portugal, embora com características diferentes do restante da Europa. Ele define como clã feudal a relação de solidariedade estabelecida pelo senhor de engenho com a população que o cerca. O autor lança mão de outros conceitos sobre os agentes que compuseram a formação da família no Brasil, como clã parental, família senhorial, compadrio e clã eleitoral.

Para Viana [1949(1987)], a família senhorial é igual à família patriarcal definida por Gilberto Freyre [1933(2000)]: era formada pelo grupo que vivia dentro da casa-grande/fazenda ou em dependência dela, presa ao patriarca. Incluía também os criados ou protegidos do senhor, que eram educados como seus filhos. Já o clã parental, segundo Viana, deriva da família senhorial e se estende por vários domínios e mesmo por municípios inteiros. É composto das famílias aparentadas (laços de sangue e afinidades): filhos, genros, cunhados, netos, sobrinhos, irmãos, afilhados. O clã parental era característico nos séculos coloniais. “Ter parentela, para poder levá-la à empresa do povoamento e agriculturação do solo a colonizar, era título de preferência e assegurava direito a concessões mais generosas” (VIANA, [1949(1987)], p. 191).

Com o passar do tempo, o clã parental se estendeu para as relações religiosas (batismo, crisma, casamento), dando origem ao compadrio, formado por compadres e afilhados. Ou seja, se ampliava o poder do chefe local e a submissão de seus protegidos. Com o compadrio, o parentesco ganha um caráter, além de espiritual, ideológico. O autor diz que o clã parental e o compadrio criaram vilas e povoações.

O compadrio amplia, enormemente, o clã parental – porque se dá uma extraordinária e ilimitada amplitude à família patriarca, à família senhorial. (...) Qualquer família, presa ao senhor do feudo pela relação

de compadrio, se dignifica em conjunto e passa a estar moralmente obrigada a solidarizar-se com o senhor do feudo (VIANA, 1987, p. 206).

Outro conceito utilizado por Viana é o de clã eleitoral, que, segundo defende, é o resultado da união entre o clã feudal com o clã parental. Essa categoria tem uma ligação direta com o sistema coronelista. No Império, o clã eleitoral garantia a eleição das autoridades locais, como juízes de paz (polícia), juízes municipais, vereadores e oficiais da guarda nacional. O título de coronel era a mais alta distinção conferida a um fazendeiro do município. Com a passagem para a República, os chefes locais foram obrigados a se organizarem eleitoralmente, já que o “povo-massa” passa a ter direito a voto.

O governador distinguia, entre os senhores rurais do município, todos mais ou menos rivais, aquele mais fiel, mais amigo, mais rico – e o fazia o chefe supremo e ostensivo de todos os clãs senhoriais, componentes do seu partido – do seu clã eleitoral, que dominava, por isto, o município como unidade celular do grande Partido Nacional, de que ele, governador, era a expressão na província e de que o escolhido, tocado do seu carisma, viria a ser expressão do município (VIANA, 1987, 225).

A partir do exposto, talvez seja possível afirmar que as oligarquias brasileiras são o resultado da herança histórica deixada pelos portugueses. Dessa forma, encerrando sua análise acerca do poderio do chefe político local, começando com a formação da família senhorial/patriarcal, sua extensão para o compadrio, passando pela solidariedade do clã feudal e parental e culminando com o controle do voto pelo clã eleitoral, Oliveira Viana sintetiza:

O domínio senhorial (...) resumia-se num homem só: o senhor de engenho ou o patrão das fazendas de criação, única personagem visível ali. Para trás e por trás deste personagem visível, nada se via – nem a lei, nem as autoridades públicas. Havia, é certo, nestes engenhos e fazendas, muita gente – (...) mas invisível, obscura, desorganizada, só servindo para assegurar, na sua obscuridade e no seu anonimato, o poderio, a onipotência social e legal do senhor de engenho (VIANA, 1987, 246).

Entre as características das famílias oligárquicas está a busca constante da expansão e manutenção do poder, seja ele social, político ou econômico. E uma das formas de manutenção desse status é o casamento, tanto entre familiares – primos e, principalmente, entre tio e sobrinha ou tia e sobrinho – quanto entre pessoas estranhas. No primeiro caso, o objetivo é evitar a dispersão dos bens e conservar a pureza do sangue de origem “nobre”. Segundo André Heráclio do Rêgo (2008, p. 50), a finalidade do casamento era “cimentar as

alianças e garantir os interesses da família e da parentela. Servia também para criar laços fundamentais de natureza social, política e econômica com indivíduos e grupos considerados importantes para a sobrevivência da família, ou para recrutar novos membros”. Para o autor, a endogamia propiciava a consolidação de alianças, reforçava laços de parentesco e concentrava as heranças. A exogamia tinha como finalidade a ampliação do poder econômico e o aumento de prestígio e da parentela, reforçando alianças políticas e econômicas.

Maria Isaura Pereira de Queiroz (1976) pesquisou o coronelismo do ponto de vista sociológico e fez uma associação do fenômeno com as oligarquias. Para a autora, o coronel integrava uma elite controladora do poder econômico, político e social no país, característica básica das oligarquias. Queiroz (1976) vai mais além e analisa o perfil da família tradicional brasileira, para chegar à definição da parentela, controlada por um líder oligárquico.

Entendemos por parentela brasileira um núcleo bastante extenso de indivíduos unidos por parentesco de sangue, formado por várias famílias nucleares, regra geral, economicamente independentes, vivendo cada qual em sua morada; as famílias podem-se dispersar a grandes distâncias, mas o afastamento geográfico não quebra a vitalidade dos laços ou das obrigações, reunindo os indivíduos uns aos outros no interior do grupo. A característica principal do grupo é sua estrutura interna, bastante complexa e variando de uma configuração mais igualitária, até uma estratificação em vários níveis (QUEIROZ, 1976, p. 181).

André Heráclio do Rêgo (2008) afirma que foi no Brasil que a família atingiu o mais alto grau de interação com o poder. O autor destaca a família Cavalcanti de Albuquerque, em Pernambuco, como um exemplo da ligação das oligarquias com o poder. Reproduzindo trecho de um ensaio de José Tomás Nabuco de Araújo, publicado em 1847, o pesquisador ressalta:

Na primeira legislatura de 1826 cinco membros dessa família foram eleitos deputados; na segunda e na terceira legislaturas seis Cavalcantis obtiveram essa honra popular. (...) Na primeira legislatura provincial (...) mais de um terço da assembleia provincial se compunha de Cavalcantis: esses Cavalcantis antes da nossa emancipação política já figuravam como capitães-mores, tenentes-coronéis, coronéis e oficiais de ordenanças e milícia, e em todos os cargos da governança; os engenhos, que a maior parte deles tem, foram havidos por heranças transmitidas por seus maiores, e não adquiridas depois da revolução; enumerei os engenhos da província, e vos damos fiança de que um terço deles pertence aos Cavalcantis. (...) Nessas circunstâncias, com estes predicados e elementos, e no estado normal da sociedade, é impossível que essa família não exerça influência; uma família antiga, rica, numerosíssima, composta de membros que sempre ocuparam as melhores posições sociais, e foram condecorados, e aforados, só não terá influência quando a sociedade estiver transformada, quando todos esses elementos de uma influência

regular e legítima estiverem obliterados pelo predomínio da violência, pela confusão da anarquia, pelo revolvimento da sociedade (ARAÚJO, apud RÊGO, 2008, p. 55-56).

Autor de clássicos como *Casa-grande e senzala* [1933(2000)] e *Sobrados e mocambos* [1936(2000a)], Gilberto Freyre fez importantes considerações sobre a formação das oligarquias, utilizando o conceito de patriarcalismo para justificar que a família foi a unidade colonizadora que contribuiu para a formação patriarcal do Brasil, permitindo aos senhores de engenho o domínio local e regional e tomando para si o poder em todo o município e regiões circunvizinhas.

A casa-grande, completada pela senzala, representa todo um sistema econômico, social, político: de produção (a monocultura latifundiária); de trabalho (a escravidão); de transporte (o carro de boi, o banguê, a rede, o cavalo); de religião (o catolicismo de família...); de vida sexual e de família (o patriarcalismo polígamo); de higiene do corpo e da casa (...o banho de rio, o banho de gamela, o banho de assento, o lava-pés); de política (o compadrismo) (FREYRE, [1936(2000)], p. 49).

Para o sociólogo, “a casa-grande venceu no Brasil a Igreja, nos impulsos que esta a princípio manifestou para ser a dona da terra. Vencido o jesuíta, o senhor de engenho ficou dominando a colônia quase sozinho” (FREYRE, [1936(2000)], p. 50). Essa soberania do senhor de engenho permaneceu até mesmo depois da abolição da escravatura, pois foi criado “um proletariado de condições menos favoráveis de vida do que a massa escrava” (FREYRE, 2000, p. 62), que foi obrigado a se submeter às ordens desses chefes locais.

A colonização repousaria sobre a instituição da família escravocrata; da casa-grande; da família patriarcal; sendo que nestas bandas (Brasil colonial) acrescida a família de muito maior número de bastardos e dependentes em torno dos patriarcas, mais fêmeiros que os de lá (Portugal)... A família colonial reuniu, sobre a base econômica da riqueza agrícola e do trabalho escravo, uma variedade de funções sociais e econômicas. Inclusive, a do mando político: o oligarquismo e o nepotismo (FREYRE, [1936(2000)], p. 96).

O patriarcalismo começa a perder força a partir do século XIX, com o desenvolvimento das cidades e das indústrias. Todavia, as tradições familiares foram mantidas. Novas relações de subordinação, novas distâncias sociais começaram a desenvolver-se entre rico e pobre, entre branco e gente de cor, entre casa-grande e casa pequena: instalava-se um antagonismo entre dominantes e dominados. Em *Sobrados e mocambos* [1936(2000a)], Gilberto Freyre diz que no século XIX o patriarcalismo se urbaniza.

Com a chegada de Dom João VI ao Rio de Janeiro, o patriciado rural, que se consolidara nas casas-grandes de engenho e fazenda, começou a perder a majestade dos tempos coloniais. (...) A independência dos senhores de engenho, dos paulistas, dos mineiros e dos fazendeiros já não era a mesma do século XVII; nem tamanha sua arrogância (FREYRE, [1936(2000a)], p. 34).

Sérgio Buarque de Holanda, em *Raízes do Brasil* [1936(1995)], trata da transição entre o período áureo do poderio dos senhores de engenho e o desenvolvimento das cidades. Assim como descreveu Oliveira Viana no livro *Instituições políticas brasileiras* (1949), Holanda ressalta que a sociedade rural predominou durante toda a colônia, e vai mais além ao afirmar que as cidades são simples dependências da vida rural (p. 73). Para Holanda [1936(1995)], a abolição da escravatura configura o marco divisório entre o Brasil agrário e o urbano. No entanto, justificando a permanência do pensamento da elite agrária, ele diz que a herança rural continuou forte e a influência das oligarquias foi mantida. Ou seja, a herança agrária, fruto de quatro séculos de colonização portuguesa, permaneceu na vida social de um Brasil urbano.

Segundo Holanda [1936(1995)], essa característica rural vai estar na mentalidade da população urbana. E, assim, ele define o homem cordial como uma continuidade da convivência familiar patriarcal, com sua intimidade com o poder, com uma relação afetiva e solidária entre o chefe, geralmente um líder carismático, e seus subordinados, os afilhados e protegidos. Estes garantem a obediência àqueles. Dessa forma, a cordialidade leva para o espaço público uma característica do núcleo familiar. Em outras palavras, assim como em toda a história social e política do país, o privado continuou precedendo ao público e a gênese da família patriarcal também permaneceu mesmo no Brasil em processo de urbanização.

No Brasil, (...) é possível acompanhar, ao longo da história, o predomínio constante das vontades particulares que encontram seu ambiente próprio em círculos fechados e pouco acessíveis a uma ordenação impessoal. Dentre esses círculos, foi sem dúvida o da família aquele que se exprimiu com mais força e desenvoltura em nossa sociedade (HOLANDA, [1936(1995)], p. 146).

No livro *Os donos do poder* (1975), Raymundo Faoro afirma que no Brasil foi reproduzido o mesmo sistema que estava em voga em Portugal no final do século XV, o que ele chama de capitalismo politicamente orientado. Na visão do autor – que, neste ponto, diverge de Oliveira Viana (1949) em *Instituições políticas brasileiras* –, em Portugal, diferentemente dos demais países da Europa, não houve feudalismo e sim patrimonialismo, que seria um capitalismo direcionado pelo Estado. O poder pessoal abarca o poder público e

“o Estado torna-se uma empresa do príncipe, que intervém em tudo, empresário audacioso, exposto a muitos riscos por amor à riqueza e à glória” (FAORO, 1975, p. 21).

Outro conceito utilizado por Faoro (1975) que contribui para a compreensão da formação das oligarquias é o estamento burocrático, fundado no sistema patrimonial do capitalismo politicamente orientado. Segundo o autor, o estamento burocrático corresponde ao status social de uma autoridade detentora de poder e prestígio, que se utiliza do público para atender a interesses pessoais. Esse estamento representa a base social das oligarquias.

A situação estamental, a marca do indivíduo que aspira aos privilégios do grupo, se fixa no prestígio da camada, na honra social que ela infunde sobre toda a sociedade. Esta consideração social apura, filtra e sublima um modo ou estilo de vida; reconhece, como próprias, certas maneiras de educação e projeta prestígio sobre a pessoa que a ele pertence; não raro hereditariamente. (...) O estamento é, na realidade, um grupo de membros cuja elevação se calca na desigualdade social (FAORO, 1975, p. 46).

O exemplo citado anteriormente sobre a oligarquia Cavalcanti de Albuquerque dá uma mostra do peso do nome familiar. Sobre esse assunto, André Heráclio do Rêgo (2008) classifica a imposição de um nome familiar como a “instituição de uma identidade”.

O nome de família pode ser considerado uma forma de capital simbólico, que garante a identidade coletiva de um certo grupo e que é em parte responsável pela representação que outras pessoas têm desse mesmo grupo. O nome de família traz consigo, e de certa forma provoca, toda uma série de representações que os membros da família fazem de si próprios e que, em menos medida, a sociedade tem desse grupo específico (RÊGO, 2008, p. 192).

Raymundo Faoro, Sérgio Buarque de Holanda, Gilberto Freyre, André Heráclio do Rêgo, Oliveira Viana, Edgard Carone, Maria Isaura Pereira de Queiroz e Eul-Soo Pang, cada um com olhares individuais em suas pesquisas, convergem e apontam para a mesma direção: intrínsecos às oligarquias estão o latifúndio, o patriarcalismo, a parentela, o compadrio, o patrimonialismo, a cordialidade, frutos de quatro séculos de colonização portuguesa de um Brasil marcado pela ausência do Estado, fator determinante para o absoluto poder dos chefes políticos, geralmente membros de famílias tradicionais e que mais adiante vão dar origem ao coronelismo.

E, mesmo com a modernização, a industrialização e a urbanização – fenômenos que dispersam o poder coronelista e, por consequência, deveriam diminuir o poder das famílias tradicionais –, as oligarquias se adaptam aos novos tempos e passam a controlar outros setores que contribuem para dar sustentação ao poder exercido no passado. É o caso da radiodifusão.

Famílias influentes, muitas delas exercendo funções políticas, controlam atualmente concessões de rádio e televisão. Esse tema será analisado no capítulo seguinte.

1.2 – Oligarquia e Radiodifusão: o poder redundante

Algumas famílias tradicionais, para se adaptarem aos novos tempos, buscam nos veículos de comunicação uma alternativa para a manutenção e expansão do poder oligárquico. Em reportagem especial na edição de número 13, publicada em 1995, a revista Carta Capital traz um panorama dos principais grupos familiares que se constituíram ao longo da história e que ainda hoje têm influência, seja no âmbito local, estadual ou nacional. A reportagem, que pegou emprestado de Raymundo Faoro o título *Os donos do poder*, faz uma ligação desses grupos com a radiodifusão, mostrando que a utilização das concessões públicas de rádio e televisão contribui significativamente para a perpetuação desse poder.

Considerando a indicação de Carta Capital e ampliando as informações a partir de pesquisas acadêmicas que analisam a ligação da radiodifusão com grupos familiares, este trabalho vai apontar uma pequena amostra do perfil de algumas oligarquias políticas que detêm concessões de rádio e/ou televisão no Nordeste brasileiro, com destaque para o deputado federal Inocêncio Oliveira, objeto de estudo desta pesquisa. Com formação em medicina, o parlamentar vem de uma família de classe média de políticos locais, no município de Serra Talhada, e hoje concentra três rádios e uma televisão no interior de Pernambuco.

Logo no seu primeiro mandato, adquirido nas eleições de 1974, o deputado conseguiu, em 1977, autorização para explorar um canal de rádio no município de Serra Talhada, a Voz do Sertão, a primeira de um total de três⁶ que controla atualmente. Em 1988 teve a liberação da concessão da Líder do Vale FM, em Serra Talhada, e, em 1989, da Transertaneja FM, em Afogados da Ingazeira. Em 1990, recebeu a outorga da TV Asa Branca, em Caruaru, afiliada da Rede Globo, transmitida para 108 municípios do interior de Pernambuco.

A reportagem da *Carta Capital* indica pelo menos outras duas oligarquias existentes ainda hoje em Pernambuco: a do Rego Maciel, comandada pelo ex-vice-presidente Marco Maciel, e a dos Coelhos, em Petrolina. Como a família de Marco Maciel não é concessionária de radiodifusão, não será analisada por este trabalho. Já os Coelhos, no Sertão do São

⁶ As três rádios têm como razão social *A Voz do Sertão*. No entanto, apenas a de frequência AM é conhecida por esse nome. As outras duas, que são FM e funcionam em Serra Talhada e Afogados da Ingazeira, têm como nome de fantasia *A Líder do Vale* e *Transertaneja*, respectivamente.

Francisco, uma das áreas economicamente mais importantes do interior de Pernambuco, dão continuidade a uma “dinastia” iniciada em 1912. A família, que controla um aparato midiático que conta com rádios e televisão, elegeu o primeiro prefeito de Petrolina, Manuel Francisco de Souza Júnior, tio-avô de Clementino, conhecido como coronel Quelé. O coronel chegou a ser vice-prefeito do município em 1912 e prefeito em 1927. A reportagem aponta Quelé como:

Pai dos Coelhos, que desde os anos 50 exercem na região um domínio político e econômico quase absoluto. Há cem anos o vice-prefeito era um Coelho, Carolino, e outro Coelho, Lucindo, governava Petrolina na chegada do século 20, tendo como vice Ulysses Amâncio. Também Coelho (CARTA CAPITAL, nº 13, 1995, p. 50).

Dividida em dois grupos, a família Coelho controla a TV Grande Rio (Globo) e várias emissoras de rádio na região. Entre seus representantes atuais estão o ex-deputado federal Geraldo Coelho e, do outro lado, o secretário de Desenvolvimento de Pernambuco, Fernando Bezerra Coelho.

No âmbito regional, as famílias Sarney, no Maranhão, e Magalhães, na Bahia, construíram, a partir do poder político e midiático, dois dos maiores grupos oligárquicos no Nordeste. As duas famílias têm uma grande concentração de veículos de comunicação em seus respectivos Estados e os seus líderes – o senador José Sarney e o já falecido senador Antônio Carlos Magalhães (ACM) – protagonizaram, durante a Constituinte, a maior distribuição de outorgas de rádio e televisão já vista na recente história política brasileira. Na época, Sarney era o presidente da República e Antônio Carlos Magalhães ministro das Comunicações. Entre 1985 e 1988, foram distribuídas 1.028 outorgas de rádio e televisão. Segundo levantamento feito por pesquisadores e reportagens jornalísticas da época, as concessões foram utilizadas como moeda de troca em torno das votações do quinto ano de mandato do presidente Sarney e do presidencialismo como sistema de governo.

“Dos 91 constituintes premiados com pelo menos uma concessão de rádio ou televisão, 84 (92,3%) votaram a favor do presidencialismo e 83 (90,1%) votaram a favor do mandato de cinco anos” (MOTTER, 1994, p. 173). Os dados indicam também que, do total das outorgas liberada, 52% (539) foram distribuídas nos últimos nove meses da Constituinte, período em que estava em discussão e foi votado o quinto ano do mandato de Sarney. É importante ressaltar que, até a promulgação da Constituição de 1988, a concessão de radiodifusão era prerrogativa exclusiva do presidente. A partir da Constituição, continuou sendo prerrogativa do Executivo a liberação das outorgas, mas as solicitações teriam que ser

apreciadas pelo Congresso Nacional. No governo Fernando Henrique Cardoso, a legislação em vigor foi mantida, com um adendo: uma emenda constitucional estabeleceu que as concessões comerciais⁷ de radiodifusão só seriam autorizadas mediante licitação.

A barganha que ficou conhecida como “a farra das concessões” deixou evidente o autofavorecimento na distribuição das outorgas de rádio e televisão pela “dobradinha” Sarney/ACM. A família Sarney, que já era proprietária do maior jornal maranhense, o Estado do Maranhão, e concessionária da TV Mirante – afiliada da TV Globo e concedida pelo ex-presidente militar João Figueiredo – passou a contar com mais três emissoras de rádio. Além disso, segundo o pesquisador Paulino Motter, “pelo menos 16 emissoras de rádio e televisão foram concedidas pelo presidente José Sarney a oito pessoas diretamente ligadas à sua família”⁸ (MOTTER, 1994, p. 191). A Caros Amigos destaca ainda que fazem parte do espólio comunicacional do ex-presidente outras duas emissoras de televisão, a Itapicuru e a Imperatriz, ambas afiliadas da Globo.

Na mesma linha, o então ministro das Comunicações do governo Sarney, Antônio Carlos Magalhães, não hesitou em expandir seus negócios na área de comunicação e premiar correligionários com concessões de rádio e televisão. A oligarquia Magalhães é detentora da Rede Bahia de Comunicação, um dos maiores grupos regionais de mídia do país. A empresa controla a TV Bahia, em Salvador, e todas as demais emissoras de televisão que integram o Sistema Globo no Estado: TV Santa Cruz, em Itabuna; TV Oeste Baiano Ltda., em Barreiras; TV Norte Baiano Ltda., em Juazeiro; TV Subaé, em Feira de Santana; e TV Conquista Ltda., em Vitória da Conquista. Maria Érica de Oliveira Lima (1999), autora da pesquisa *Neocoronelismo na mídia nordestina: Um perfil oligárquico do Correio da Bahia*, acrescenta ao espólio de ACM o jornal Correio da Bahia, a Bahia Cinema e Vídeo, a Gráfica Santa Helena, a TV por assinatura BahiaSat e a BahiaNews (empresa de informática), além de mais duas estações de rádio (LIMA, 1999, p. 130). Durante sua gestão no Ministério das Comunicações, ACM destinou 96 concessões de rádio e seis de televisão para a Bahia. Muitas delas foram liberadas para “testas de ferro” de ACM (MOTTER, 1994, p. 195).

No Rio Grande do Norte, o poder oligárquico é dividido entre as duas famílias tradicionais. Tendo como maior representante o ex-governador do Rio Grande do Norte,

⁷ Outro escândalo envolvendo as concessões de radiodifusão ocorreu no governo FHC. A obrigatoriedade de licitação nas liberações das outorgas de rádio e televisão era apenas para as de caráter comercial. Assim como fez José Sarney para garantir o quinto ano de mandato, o presidente Fernando Henrique Cardoso liberou, até 1997, 1.848 concessões de estações retransmissoras de TV, que não precisavam ser licitadas, em troca da votação da reeleição do seu mandato (CAPPARELLI; LIMA, 2004, p. 82). Além das retransmissoras, com a emenda constitucional, as TVs educativas também não precisariam mais ser licitadas.

⁸ Em sua dissertação de mestrado, Paulino Motter relata o nome de parentes e pessoas próximas de Sarney que foram beneficiados pelas concessões. Para mais detalhes, ver MOTTER, 1994, p. 191.

deputado federal e ex-ministro da Administração (governo Sarney) e da Integração Nacional (governo Itamar) Aloízio Alves – tio do senador Garibaldi Alves Filho –, a família Alves comandava, até recentemente, o Sistema Cabugi de Comunicações, composto pela TV Cabugi (Globo) e cinco emissoras de rádio, além do jornal Tribuna do Norte. Adquirida em 1987 durante o debate da Constituinte, a concessão da TV Cabugi foi vendida, em 2005, ao Grupo InterTV Cabugi, uma rede de afiliadas da Globo. Já a família do senador José Agripino Maia, adversária dos Alves, controla a TV Tropical e três rádios. A TV Tropical foi inaugurada em 1986 como afiliada da Rede Manchete. Em 1997, passou a ter como cabeça de rede a Record.

Em Sergipe, a oligarquia Franco, liderada pelo ex-governador, ex-senador e atual deputado federal Albano Franco, detém o controle da TV Sergipe (Globo) e da TV Atalaia (SBT), além das rádios FM Atalaia e Sergipe, Rádio Atalaia AM e mais uma rádio no interior do Estado. A família ainda é proprietária do Jornal Cidade, em Aracaju. Depois da “farra das concessões” de Sarney, Albano Franco passou a dividir o controle da mídia sergipana com o grupo do ex-ministro da Integração de Sarney, João Alves Filho, que recebeu do presidente uma emissora de televisão e quatro de rádio.

Com as emissoras que recebeu durante o governo da “Nova República”, João Alves Filho passou a dividir com Albano Franco o domínio sobre a mídia sergipana. Apoiados em forte esquema econômico e controlando cerca de 90% dos veículos de comunicação do Estado, estes dois grupos exercem um domínio oligárquico na política sergipana (MOTTER, 1994, p. 182).

Outra oligarquia de grande dimensão regional e até nacional é a Collor de Mello, em Alagoas, tendo como líder o ex-presidente Fernando Collor de Mello, que renunciou ao mandato em 1992 para evitar a cassação, pelo Congresso Nacional, por corrupção. O grupo é proprietário das Organizações Arnon de Mello, que controla dois canais de televisão e três de rádio, além de ser proprietário do jornal Gazeta de Alagoas.

Os relatos deixam evidente que a maior parte da televisão regional está nas mãos de oligarquias, sendo a grande maioria afiliada da Rede Globo. Os dados reforçam a grande influência da TV Globo mesmo nas localidades mais distantes do Brasil, consolidando a emissora como um oligopólio de conteúdo e contribuindo para que a rede seja a quarta maior TV do mundo. “Entre 1965 e 2000, o grupo passou de detentor de uma única concessão de televisão, no Rio de Janeiro, para 11 emissoras no Estado de São Paulo (28% das concessões), oito no Paraná (33%), sete em Minas (35%), quatro no Rio de Janeiro (29%), uma em Brasília e outra no Recife” (BAYMA, 2001, p. 8).

Além dos dados já citados sobre as oligarquias que controlam a radiodifusão no Nordeste, Sérgio Capparelli e Venício Lima (2004) apresentam outras informações relevantes sobre o assunto. Segundo os autores, a Rede Globo tem 21 afiliadas, controladas, além das famílias já citadas, por políticos como João Calisto Lobo (PI). O SBT conta com 17 afiliadas, que têm entre seus acionistas políticos como Tasso Jereissati (CE), Edison Lobão (MA), Mozarildo Cavalcanti (PR), Orestes Quércia (SP), Jorge Maluly (SP) e Paulo Pimentel (PR). A Rede Bandeirantes tem 9 afiliadas, controladas por políticos como Jader Barbalho (PA), Geraldo Sampaio (AL), Geraldo Melo (RN), Romero Jucá (PR) e Júlio Campos (MT) (CAPPARELLI; LIMA, 2004, p. 31).

Mesmo considerando o fator político, é pertinente levar em conta o fator empresarial que está por trás das empresas de radiodifusão, um importante setor das indústrias culturais. Em *Televisão e negócio – A RBS em Santa Catarina* (1996), Dulce Márcia Cruz aponta o final dos anos 60 e o início dos anos 70 do século passado como marco na consolidação das indústrias culturais no Brasil e a fase em que se iniciam o que alguns pesquisadores classificam como oligopólios, tendo a Rede Globo como principal agente. “Naquele momento (...), a situação política e econômica do país facilitou este projeto, tendo em vista que (...) a única concorrente da Globo era a Tupi, em franca decadência” (CRUZ, 1996, p. 37). É na década de 80, segundo a autora, que a concorrência oligopólica acontece, com a entrada no mercado do SBT, TV Manchete e Bandeirantes. Com esses dados, é possível imaginar que, além dos objetivos político-eleitorais, o interesse das oligarquias em obterem canais de rádio e televisão passa também pelo fator econômico.

E é considerando que uma fatia importante de políticos radiodifusores é originária do Nordeste, muitos inclusive de localidades interioranas – como é o caso de Inocêncio Oliveira –, que alguns pesquisadores utilizam o termo coronelismo eletrônico para justificar o uso político desses veículos e a troca de favores entre os parlamentares e o governo no momento das concessões. Para ampliar o debate sobre o termo coronelismo eletrônico, necessário se faz uma abordagem histórica acerca do conceito do coronelismo tradicional. O tema será analisado a seguir. Será feito um questionamento quanto ao rigor conceitual de coronelismo eletrônico, com base no livro clássico *Coronelismo, enxada e voto*, de Victor Nunes Leal.

1.3 – Coronelismo Histórico: uma herança oligárquica

Em uma das últimas reflexões⁹ acerca do tema coronelismo antes de sua morte, Victor Nunes Leal (1978) foi rigoroso ao afirmar que o coronelismo é um fenômeno típico da Primeira República e que só existiu no Brasil. Foi enfático também ao definir o coronelismo como um sistema e não como algo personalizado. “O que procurei analisar foi, sobretudo, o sistema. O coronel entrou na análise por ser parte do sistema, mas o que mais me preocupava era o sistema, a estrutura e a maneira pelas quais as relações de poder se resolviam na Primeira República, a partir dos municípios” (LEAL, 1980, p. 13).

O fator temporal é uma das características básicas do coronelismo definido por Victor Nunes Leal. Em sua pesquisa, o autor afirma que o coronelismo é característico da Primeira República, embora reconheça que o fenômeno herdara alguns elementos históricos da Colônia e do Império. O autor questiona a adaptação do termo em períodos diferentes:

O coronelismo se desenvolvia no âmbito do Estado, como uma peça da sua engrenagem política, razão que me levou a conceituá-lo como fenômeno típico da Primeira República. (...) Qualquer absorção conceitual do coronelismo por formas anteriores de liderança política local ou qualquer simplista identificação com elas parecia-me duvidosa, porque deixaria de explicar um fenômeno peculiar à Primeira República (LEAL, 1980, p. 12).

Não menos importante para o autor era o poder que os líderes locais exerciam nos municípios e, às vezes, até em regiões inteiras. A posse da terra é apontada como outra característica básica do sistema coronelista. Mesmo em decadência com o fortalecimento do Estado a partir da República, os latifundiários continuavam com o domínio político e eleitoral nos municípios. Tal realidade forçava os líderes estaduais a se aliarem aos coronéis municipais, reproduzindo em nível local o que a política dos governadores, institucionalizada pelo então presidente Campos Sales (1898/1902), representava em nível nacional.

Da necessidade que tinha a liderança política estadual de dispor de votos dependentes do senhoreado rural – o que representava a fraqueza do Estado, de um lado, e, de outro, a fraqueza social e política dos coronéis, que necessitavam do prestígio de empréstimo do governo estadual para reforçar o seu próprio prestígio local – é que resultou aquele sistema de compromisso (LEAL, 1980, p. 13).

José Murilo de Carvalho (2005), no livro *Pontos e bordados – Escritos de história e política*, ratifica o raciocínio de Leal (1980):

⁹ O coronelismo e o coronelismo de cada um. *Revista de Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, vol. 23, nº 1, p. 11-14, 1980.

O governo estadual garante, para baixo, o poder do coronel sobre seus dependentes e seus rivais, sobretudo cedendo-lhes o controle dos cargos públicos, desde o delegado de polícia até a professora primária. O coronel hipoteca seu apoio ao governo, sobretudo na forma de votos. Por acima, os governadores dão seu apoio ao presidente da República em troca de reconhecimento por parte deste de seu domínio no Estado. O coronelismo é a fase de processo mais longo de relacionamento entre os fazendeiros e o governo (CARVALHO, 2005, p. 132).

Em seu livro *A Primeira República*, Edgard Carone (1973) converge com a tese de Leal [1948(1978)] tanto no que se refere ao período de existência do coronelismo como na sua característica eminentemente agrária.

A nossa formação histórica fez-se de maneira dispersa e desconexa. A falta de centralização resultou em liberdades locais e no fortalecimento de instituições peculiares: o poder torna-se privilégio de uma camada social que possui os bens de produção – a terra – e a liderança política. (...) O coronel é aquele que protege, socorre, homizia e sustenta materialmente os seus agregados; por sua vez exige deles a vida, a obediência e a fidelidade. É por isto que coronelismo significa força política e força familiar. (...) Do coronelismo às oligarquias a escala é política. (...) É o controle das oligarquias o tema mais importante da história da Primeira República (CARONE, 1973, p. 66).

Tendo como características capilares um fenômeno sistêmico, fincado na base agrária e limitando-se ao período da República Velha, o coronelismo definido por Victor Nunes Leal (1978, p. 20) “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 terra”.

Muito se escreveu sobre coronelismo depois da obra de Leal (1978). Alguns estudiosos mantiveram a mesma linha do primeiro autor (CARONE, 1976; CARVALHO, 2005), mas outros (QUEIROZ, 1976; JANOTI, 1981; PANG, 1979) optaram por adaptações que distorceram as ideias iniciais. As variações foram tamanhas que Carvalho (2005) sentiu a necessidade de fazer um ensaio, cujo título, *Mandonismo, coronelismo e clientelismo: Uma discussão conceitual*, explica os diferentes fenômenos, muitas vezes confundidos como sinônimos de coronelismo.

Ao conceituar o mandonismo, José Murilo de Carvalho (2005, p. 133) personaliza o chefe político. “O mandão, o potentado, o chefe, ou mesmo o coronel como indivíduo, é aquele que, em função do controle de algum recurso estratégico, em geral a posse da terra, exerce sobre a população um domínio pessoal e arbitrário que a impede de ter livre acesso ao

mercado e à sociedade política”. O autor reconhece o mandonismo como uma característica da política tradicional, existente desde o início da colonização e que sobrevive ainda hoje em regiões isoladas. O mandonismo esteve presente no sistema coronelista, personalizado em alguns coronéis, mas é apenas um viés e não sinônimo de coronelismo. O mesmo se pode dizer do clientelismo, um termo muito mais abrangente que o coronelismo e ainda comum na atualidade. Para Carvalho (2005, p. 134),

Clientelismo, (...) de modo geral, indica um tipo de relação entre atores políticos que envolve concessão de benefícios públicos, na forma de empregos, benefícios fiscais, isenções, em troca de apoio político, sobretudo na forma de voto. (...) Seria um atributo variável de sistemas políticos macro e pode conter maior ou menor dose de clientelismo nas relações entre atores políticos. (...) Assemelha-se, na amplitude de seu uso, ao conceito de mandonismo. Seu conteúdo também varia ao longo do tempo, de acordo com os recursos controlados pelos atores políticos, em nosso caso pelos mandões e pelo governo. (...) O clientelismo perpassa toda a história política do país. (...) Na medida em que o clientelismo pode mudar de parceiros, ele pode aumentar e diminuir ao longo da história.

Em pesquisa intitulada *Discussão em torno do conceito de coronelismo – Da propriedade da terra às práticas de manutenção do poder local*, Souza (1995) faz um balanço das várias definições em torno do coronelismo. O autor não hesita em discordar de Leal [1948(1978)] ao defender a tese de que a base do sistema não está na posse da terra e sim no clientelismo. Na tentativa de resumir outras interpretações do coronelismo, este trabalho pega de empréstimo o levantamento de Souza (1995).

O pesquisador cita autores que se debruçaram a estudar a história do Brasil antes mesmo de Leal [1948(1978)], tema que este trabalho já relatou em capítulo anterior. Citando Raymundo Faoro (1975) e Iberê Dantas (1987), Souza (1995) afirma que, para os dois autores, o poder dos chefes locais está atrelado a milícias particulares; enquanto Maria Isaura de Queiroz (1976) considera que o determinante para definir o sistema é que o coronel integre uma elite controladora do poder econômico e social no Brasil e, conseqüentemente, o controle do voto. Já Maria Auxiliadora Ferraz de Sá, na obra *Dos velhos aos novos coronéis – Um estudo das redefinições do coronelismo* (1974), compartilha com Leal [1948(1978)] a hipótese de que a posse da terra é a base capilar do sistema coronelista.

Um dos conceitos de coronelismo mais criticados foi o definido por Eul-Soo Pang em *Coronelismo e oligarquia – 1889/1934: A Bahia na Primeira República brasileira* (1979), que caracteriza o fenômeno como um exercício de poder monopolizante e pessoal do coronel, poder este que o autor chama de “absoluto”. O próprio Victor Nunes Leal (1980), em *O*

coronelismo e o coronelismo de cada um, deixa claro que a definição de Pang em nada se aproxima do que ele escreveu em sua obra clássica.

Quando Eul-Soo Pang (...) define o coronelismo, não é evidentemente ao meu coronelismo que se refere. (...) Não há uma palavra no meu livro pela qual se pudesse atribuir o status de senhor absoluto ao coronel ou às expressões pessoais de mando do sistema coronelista, pois o que procurei examinar foi sobretudo o sistema (LEAL, 1980, p. 13).

É comum encontrar pesquisas que simplificam a conceituação do coronelismo, colocando-a como sinônimo de fenômenos como o mandonismo, o clientelismo, o patriarcalismo, o patrimonialismo, o compadrio, a parentela e o homem cordial, conceitos já citados anteriormente. A partir da historiografia brasileira, é possível identificar que o coronelismo, assim como as oligarquias, é mais um aspecto de um Brasil marcado pelo mando local e pelo fator agrário e traz consigo aspectos de todos esses fenômenos. Na atualidade, a associação mais corriqueira do conceito de coronelismo se dá com as definições de mandonismo e clientelismo. Enquanto o primeiro caso é quase inexistente, devido à modernização da sociedade, o clientelismo é uma prática ainda muito comum na sociedade brasileira. Para Carvalho (2005), o clientelismo é:

O mandonismo visto do ponto de vista bilateral. (...) Nesse sentido, é possível mesmo dizer que o clientelismo se ampliou com o fim do coronelismo e que ele aumentou com o decréscimo do mandonismo. À medida que os chefes políticos locais perdem a capacidade de controlar os votos da população, eles deixam de ser parceiros interessantes para o governo, que passa a tratar com os eleitores, transferindo para estes a relação clientelística (CARVALHO, 2005, p. 134-135).

O autor defende a tese de que Victor Nunes Leal [1948(1978)] entendia o coronelismo como um momento particular do mandonismo.

O mandonismo não é um sistema, é uma característica da política tradicional. Existe desde o início da colonização e sobrevive ainda hoje em regiões isoladas. A tendência é que desapareça completamente à medida que os direitos civis e políticos alcancem todos os cidadãos (CARVALHO, 2005, p. 133).

No livro *O poder do clientelismo – Raízes e fundamento da troca política*, Luiz Henrique Nunes Bahia define o clientelismo como “um tipo singular de relações de trocas assimétricas” (BAHIA, 2003, p. 103). Ele diz que o fenômeno “se manifesta em todos os

modos de poder” e “aparece como fator endógeno às sociedades estruturadas” (BAHIA, 2003, p. 105). O autor explica:

As relações clientelísticas atravessaram os séculos, da antiga Grécia aos tempos industriais, permanecendo como mecanismo de troca e de reciprocidade de natureza assimétrica que, nesse sentido, desempenhou e desempenha função básica – mas não exclusiva – de cimento das sociedades passadas e atuais (BAHIA, 2003, p. 116).

A definição acima coincide com o que escreveu Carvalho (2005) em *Pontos e bordados – Escritos de história e política*, ao identificar o clientelismo como um fenômeno muito mais amplo que o coronelismo. O autor afirma que o clientelismo é um atributo variável de grandes sistemas político e, diferentemente do coronelismo, está presente tanto no meio rural como no urbano. “Os autores que veem o coronelismo no meio urbano e em fases recentes da história do país estão falando simplesmente do clientelismo” (CARVALHO, 2005, 134).

Contudo, ao contrário dos quatro séculos iniciais, o coronelismo entra na história do Brasil no momento em que o poder central começa a se fortalecer, a partir da Proclamação da República, e os chefes locais entram em decadência. Mesmo assim, o prestígio social e político deles continua colocando-os na condição de líder e forçando o poder público a se curvar às suas exigências.

Com base no que já foi exposto até o momento, talvez seja possível afirmar que o sistema coronelista brasileiro é uma herança e se estabeleceu a partir da estrutura agrária e escravocrata do país, desde o período colonial, deixando resíduos até os dias de hoje. O fenômeno teve seu embrião com o mandonismo dos senhores de engenho, ainda no século XVI, quando a coroa portuguesa deixou a cargo dos chefes locais o controle dos municípios – às vezes uma extensão de terra que extrapolava os limites municipais. Esse cenário, fruto de uma estrutura política descentralizada e enfraquecida, deixou os senhores de engenhos livres para adotar práticas, na maioria das vezes, autoritárias, permitindo que eles se transformassem nos verdadeiros mandatários regionais. José Murilo de Carvalho (2001) sintetiza esse momento da história do Brasil:

No princípio, era o “coronel”. Entre aspas, porque não era chamado assim. Era o homem-bom, o chefe, o patriarca, o mandão, o grande senhor de terras e de escravos, base da organização social da colônia. Alguns historiadores o chamaram até de senhor feudal. Comandava vasto séquito que incluía a família, a parentela, os escravos, os agregados, os capangas. Todos dependiam dele, de seu poder, de seu dinheiro, de sua proteção. Controlava a terra, o trabalho, a política, a polícia e a justiça. Alguns isolavam-se no interior comandando Estados à parte. A maioria, no entanto, desde o início vinculava-se à

economia exportadora e à administração colonial. O poder colonial não tinha braços suficientes para administrar e delegava aos chefes locais tarefas de governo ou simplesmente deixava que mandassem como bem entendessem.

A origem da figura do coronel é de 1831, no Império. Criado pelo padre Antônio Feijó como a maior patente da Guarda Nacional, o coronel tinha poder de polícia. A Guarda Nacional veio para substituir as *ordenanças*, corporação militar do período colonial, exercida pelos senhores de engenho como força disciplinadora. Segundo Leal (1978, p. 271), “a metrópole procurou pôr a seu serviço esses chefes naturais, atribuindo-lhes funções de mando na corporação das *ordenanças*, reserva militar de terceira linha”. Ainda de acordo com o autor,

A própria coroa, no período da colonização, a fim de resguardar a ocupação efetiva da terra contra o gentil inconformado, exigira dos sesmeiros um mínimo de força armada, sob seu comando, para defesa dos núcleos coloniais. (...) Posteriormente, a coroa consistirá em revestir de autoridade jurídica, principalmente através das *ordenanças*, essa autoridade espontânea dos senhores de terras, pondo-a, por esse modo, a serviço da ordem pública e dos objetivos do governo. A Guarda Nacional será, mais tarde, uma revivescência modernizada das *ordenanças* (LEAL, 1978, p. 213.)

Criada com a missão de defender a Constituição, a liberdade, a independência e a integridade da Nação, a Guarda Nacional tinha por critério de nomeação dos oficiais, inferiores e cabos a eleição, sob a presidência do juiz de paz. Já as patentes de coronéis e majores eram indicadas pelo governo da Regência, distribuídas apenas a correligionários. “O prestígio do título passou a constituir sedução muitas vezes infalível na técnica de cooptação dos chefes locais. E a República continuaria a utilizar o processo durante muito tempo” (LEAL, 1978, p. 215-216).

Mas foi no período republicano, com o presidente Campos Sales, que o coronelismo foi então constituído como sistema político, a partir da implantação da chamada política dos governadores. Esta tática traduzia a troca de apoio político entre o governo federal e os governos estaduais. Tal compromisso foi repassado nos mesmos moldes para os municípios do interior, institucionalizando a chamada política dos coronéis. “Os governadores não tinham outra alternativa senão recorrer aos líderes políticos dos municípios, uma vez que, naquela época, e até a segunda metade do século passado, a população rural, dependente desses chefes locais, representava mais de 60% do eleitorado” (LEAL, 1978, p. 30). Ainda segundo o autor, o coronelismo:

É uma forma peculiar de manifestação do poder privado, ou seja, uma adaptação em virtude da qual os resíduos do nosso antigo e exorbitante poder privado têm conseguido coexistir com um regime político de extensa base representativa (LEAL, 1978, p. 20).

Carone (1971) também reconhece a posse da terra como determinante no sistema coronelista.

A razão primeira do coronelismo é o fator geográfico, que vai estar intrinsecamente ligado à formação das grandes propriedades. (...) Enquanto os latifúndios se estendem, praticamente não existe a ação do Estado; a ausência do poder público facilita a presença do poder privado, que se arroga no direito de todos os atributos “legais” (CARONE, 1971, p. 87-88).

O declínio do coronelismo é assinalado por Victor Nunes Leal a partir da década de 1930, principalmente, com a implantação do código eleitoral de 1932, que, de certa forma, fragilizou o poder dos coronéis. Além disso, os chefes locais estavam cada vez mais enfraquecidos, primeiramente pela centralização do Estado e, depois, por economicamente já não serem mais os grandes proprietários rurais, com extensos latifúndios. Outros fatores determinantes foram a urbanização, a industrialização, o desenvolvimento dos meios de comunicação, enfim, a modernização.

Mas, mesmo em decadência, o coronelismo sobreviveu, já que o eleitorado interiorano era submetido a uma relação de mando e obediência para com os chefes locais. Eram os coronéis, ainda que enfraquecidos, que detinham o controle do voto da maioria dos eleitores, se configurando no chamado voto de cabresto. “O interesse maior da situação estadual não era da ordem administrativa, e sim eleitoral. A política dos coronéis consistia precisamente nesta reciprocidade: carta-branca no município ao chefe local em troca do seu apoio eleitoral aos candidatos bafejados pelo governo do Estado” (LEAL, [1948(1978)], p. 76).

A partir da segunda metade do século XX, o Brasil e o mundo passaram por grandes transformações culturais, políticas e econômicas, com o desenvolvimento da indústria e o crescimento urbano. É também nesse período, com o fim da Segunda Guerra Mundial, que Vilaça e Albuquerque (2003) apontam o início da decadência do coronelismo. Para se manter, os coronéis precisariam se moldar a esses novos tempos. Com o golpe de 1964 e durante todo o regime militar, os antigos coronéis dão sustentação ao governo autoritário.

Para melhor compreender a distinção entre o coronelismo e o coronel com tradição agrária, necessário se faz distinguir o cargo de coronel herdado pelos senhores de terra e o coronel da patente militar. Dentro da atual hierarquia das Forças Armadas Brasileira, o

coronel ocupa o segundo escalão, ficando abaixo dos oficiais generais. No Exército são oficiais generais o marechal, o general de exército, o general de divisão e o general de brigada. Na sequência é que aparece a patente de coronel, sendo a primeira entre os oficiais superiores, seguido de tenente-coronel e de major. Na Aeronáutica, ocupam os cargos de oficiais generais o marechal do ar, o tenente-brigadeiro, major-brigadeiro e o brigadeiro. Como no Exército, o segundo escalão da Aeronáutica é formado pelos oficiais superiores, encabeçado pelo coronel, seguido pelo tenente-coronel e pelo major. Na Marinha não existe a patente de coronel. Os oficiais superiores são o almirante, o almirante de esquadra, o vice-almirante e o contra-almirante. Os oficiais superiores são o capitão de mar e guerra, o capitão de fragata e o capitão de corveta.¹⁰

Mesmo tentando se adaptar aos novos tempos, o coronelismo tradicional parece ter sido dissolvido. Dessa forma, talvez não seja possível afirmar a existência de um neocoronelismo, por não haver mais as características básicas inerentes ao coronelismo conceituadas por Leal [1948(1978)]. A sociedade mudou. A vida rural já não ocupa o mesmo lugar de importância daquela época. O Brasil agora é urbano. E o coronelismo eletrônico, que herança traz desse coronelismo centrado na posse da terra? Sendo o coronelismo histórico definido como um sistema político, em que circunstâncias o chamado coronelismo eletrônico também pode ser considerado um fenômeno sistêmico? Esse é o foco do próximo tópico, que analisa as pesquisas já iniciadas sobre o tema e as compara aos conceitos elaborados por Leal há mais de 60 anos.

1.4 – Coronelismo Eletrônico e o Rigor Conceitual

Pegando como referência o clássico *Coronelismo, enxada e voto*, este trabalho considera como base para o estudo do conceito de coronelismo eletrônico alguns dos recortes feitos por Victor Nunes Leal [1948(1978)]. Dessa forma, é preciso que o coronelismo eletrônico seja também compreendido como um sistema político impessoal, o qual envolve atores distintos, numa relação sistêmica: presidente da República, governadores e chefes locais. “O coronel municipal apoiava o coronel estadual, que apoiava o coronel nacional, também chamado de presidente da República, que apoiava o coronel estadual, que apoiava o coronel municipal” (CARVALHO, 2001, p. 2).

¹⁰ Cf. o site do Exército Brasileiro: <http://www.exercito.gov.br/01inst/conheca/postgrad/of_i_supe.html>. Acesso em: 28 dez. 2009.

Não menos importante do que estar identificado como um sistema político, no coronelismo de Leal, o poder dos chefes locais estava atrelado à posse da terra e ao controle do voto. Na Primeira República, período em que perdurou o coronelismo, como o autor faz questão de enfatizar, a realidade eleitoral em nada se assemelha com a atual. Naquela época, como a grande maioria do eleitoral era rural e estava sob o controle dos coronéis, era possível falsear o processo eleitoral, o que não ocorre hoje, pois o voto urbano superou esse quadro a ponto de garantir o resultado das eleições. Ademais, com a informatização de 100% das eleições, é praticamente impossível acontecer fraude.

Nas pesquisas voltadas para o estudo do coronelismo eletrônico, as concessões públicas de radiodifusão são apontadas como o compromisso firmado entre os poderes público e privado, dando uma continuidade ao coronelismo histórico. Como já citado no início deste trabalho, pelo menos dois grandes momentos comprovam a troca de favores entre governo e políticos concessionários de rádio e televisão. O primeiro se passou no final do governo Sarney e o segundo no final do primeiro mandato do Fernando Henrique Cardoso. Venício Lima (2007) identifica a troca de favores envolvendo as concessões públicas de rádio e TV um pouco antes, ainda no regime militar.

Ao final do último governo autoritário (general João Baptista Figueiredo, 1979-1985), uma das principais questões que alcançaram o debate público foi exatamente o número inusitado de outorgas de concessões de canais de rádio e televisão num período de tempo extremamente reduzido. Dados do Ministério das Comunicações divulgados na época revelavam que, enquanto em todo o ano de 1982 foram outorgadas 134 novas concessões, 80 em 1983 e 99 em 1984, somente nos últimos 74 dias de seu “mandato”, o general Figueiredo assinou 91 decretos de concessões de canais de radiodifusão – ou mais de 1,22 decreto de outorga por dia. E a maioria dos beneficiados eram políticos que se utilizavam dos mais variados artifícios e obtinham o controle de emissoras de rádio e televisão através de parentes e/ou “testas de ferro”, burlando normas, prazos e planos (LIMA, apud LIMA e LOPES, 2007, p. 9).

Este trabalho reconhece que o compromisso entre o público e o privado era um dos traços do coronelismo de Victor Nunes Leal [1948(1978)] e identifica essa característica como uma das semelhanças com o chamado coronelismo eletrônico. Mas esse não era o único traço, nem o mais importante, do coronelismo histórico. Não seria mais apropriado associar essa característica como uma marca do clientelismo, já citado neste trabalho como algo presente em toda a vida política do Brasil? “Sempre houve mandonismo, sempre houve clientelismo, não só no Brasil, como nos demais países” (LEAL, 1980, p. 12).

A prática adotada nas negociações entre governo e parlamentar na liberação das outorgas de rádio e televisão deixa evidente o compromisso político entre as partes, em que o privado se apropria do público em benefício pessoal. Mas onde estão o controle do voto e a intermediação do Estado entre os poderes central e local, base do coronelismo histórico? Os exemplos não configurariam o clientelismo, a troca de favores, a chamada política do toma lá dá cá? No clientelismo não há mediadores, assim como há no coronelismo. “Na medida em que vão se processando mudanças no perfil da sociedade brasileira, (...) o governo passa a estabelecer uma relação direta com o eleitorado. O coronelismo tende a decrescer na mesma proporção em que aumenta o clientelismo” (PINTO, 1997, p. 4).

Sobre o clientelismo, Norberto Bobbio (2007, p. 177-178) considera que:

Enquanto na sociedade pré-moderna os sistemas de clientela formavam verdadeiros e autênticos microssistemas autônomos, que, excepcionalmente, sobrevivem como tais, apresentando-se como alternativa do sistema político estadual, no sistema moderno, eles tendem a coligar-se e a integrar-se numa posição subordinada do sistema político. Exemplo disso é o partido dos notáveis – não os notáveis em sentido genérico, mas os senhores fundiários – onde acabava, como ocorria com os “senhores de casa” pré-modernos, uma rede de relação de clientela que agora se transforma, porém, em estruturas de acesso e contato como sistema político. Sobretudo na época do sufrágio restrito – mas não faltam exemplos após a introdução do sufrágio universal –, o notável, a quem de direito e de fato está reservado um trato privilegiado como poder político, serve de elemento de ligação do poder com a sociedade civil e com seus próprios clientes, a quem continua a dispensar proteção e ajuda diante de um poder frequentemente distante e hostil, em troca de consenso eleitoral. O partido dos notáveis (...) é um elo a ligar o clientelismo vinculado à difusão da organização política moderna, especialmente dos partidos de massa. (...) Em lugar do clientelismo tradicional, tende a afirmar-se um outro estilo de clientelismo que compromete, colocando-se acima dos cidadãos, não já os notáveis de outros tempos, mas os políticos de profissão, os que oferecem em troca a sorte de ajuda pública que tem ao seu alcance. (...) Tem, por resultado, não uma forma de consenso institucionalizado, mas uma rede de fidelidades pessoais que passa quer pelo uso pessoal por parte da classe política dos recursos estatais, quer, partindo destes, em termos mais mediatos, pela apropriação de recursos “civis” autônomos.

A pesquisadora Suzy dos Santos (2006) se propôs a fazer uma ligação entre a obra de Leal e o atual momento da comunicação no Brasil. A autora define coronelismo eletrônico como um sistema, assim como fez Victor Nunes Leal. Mas, ao que parece, o processo de concessão de radiodifusão se dá de forma aleatória e pessoal entre o poder central e o chefe político, muitos deles sem necessariamente estarem voltados para municípios do interior, como acontecia com os coronéis tradicionais. Além disso, o histórico coronelismo envolvia as

três esferas de poder: federal, estadual e municipal, o que não acontece no uso das concessões públicas de rádio e TV.

Entre os autores que adaptaram o conceito de coronelismo com o adendo eletrônico (SANTOS, 2006; CAPPARELLI, 2005; LIMA, 2007; MOTTER, 1994), todos citam as concessões públicas de radiodifusão a políticos para justificar tal defesa. Os investigadores afirmam que o sistema de radiodifusão é a principal moeda de troca dessa “nova prática coronelista”, uma vez que as concessões estariam sendo entregues a políticos dos mais variados partidos, para que estes, em troca, votem, no Congresso Nacional, nos projetos de interesse do governo.

Entendemos por coronelismo eletrônico 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, 2006).

Para Venício Lima e Cristiano Lopes (2007), na pesquisa *Rádios comunitárias – Coronelismo eletrônico de novo tipo (1999-2004)*, o coronelismo eletrônico “é resultado da outorga pela União a empresas privadas da exploração dos serviços públicos de rádio e televisão e, sobretudo, das profundas alterações que ocorreram com a progressiva centralidade da mídia brasileira, a partir do regime militar” (LIMA e LOPES, 2007, p. 3).

Em pesquisa conjunta com Santos, Capparelli (2005) contextualiza o coronelismo eletrônico:

No Brasil das duas últimas décadas, podemos estabelecer a atualização do conceito de coronelismo (...) para o coronelismo eletrônico através da adição das empresas de comunicação de massa, em especial as de radiodifusão, como um dos vértices do compromisso de troca de proveitos. Assim, a parceria entre as redes de comunicações nacionais e os chefes políticos locais torna possível uma concentração casada de audiência e de influência política da qual o poder público não pode prescindir (SANTOS e CAPPARELLI, 2005, p. 35).

Em outros trabalhos, Santos (2006a; 2006b; 2007) buscou uma aproximação conceitual mais rigorosa entre o coronelismo eletrônico e o coronelismo histórico. Para tanto, elaborou um roteiro com cinco categorias, que, segundo defende, foram construídas a partir do conceito de coronelismo proposto por Leal [1948(1978)]: 1) a circunscrição a um momento de transição política; 2) as relações clientelistas com alto grau de reciprocidade; 3) a debilidade da distinção entre interesses público e privado; 4) o controle dos meios de

produção baseado no poder político em detrimento do poder econômico; 5) o isolamento da municipalidade.

No primeiro enunciado, a pesquisadora defende a ideia de que, assim como o coronelismo histórico, o eletrônico surge em um momento de transição da vida política brasileira, que muda de um regime autoritário para a democracia. Enquanto o primeiro caso se deu com a proclamação da República e perdurou durante toda a Primeira República, o segundo caso, de acordo com a autora, surgiu entre o governo militar e a redemocratização. Para Santos (2006), entre o Estado Novo e o golpe de 1964 houve um vácuo e o coronelismo mergulhou no ostracismo, ressurgindo apenas nas hostes da ditadura já como coronelismo eletrônico.

A retomada semântica que propomos além o coronelismo eletrônico a um período histórico semelhante àquele estudado por Leal, um momento de transição entre dois modelos políticos: a ditadura e a democracia (SANTOS, 2006, p. 16).

Não será necessário analisar o item 2, uma vez que este trabalho também reconhece a existência do clientelismo no sistema coronelista, assim como há no chamado coronelismo eletrônico. O mesmo acontece com a terceira categoria defendida pela autora. Assim como no coronelismo histórico, no eletrônico o privado se utiliza do público para atender a interesses pessoais e políticos. O clientelismo e a falta de limite entre o público e o privado são traços que estão presentes em toda a história do Brasil, desde os primórdios da colonização portuguesa – heranças que trouxe da metrópole – até os dias de hoje. Não são características exclusivas do coronelismo histórico e, por suposto, das negociações que antecedem a liberação de outorgas de radiodifusão.

Quanto ao controle dos meios de produção baseado no poder político em detrimento do poder econômico, Santos (2006) argumenta que,

Se a terra no coronelismo servia ao coronel como instrumento de ampliação da sua influência, a radiodifusão no coronelismo eletrônico é ainda mais eficiente: serve para difundir a imagem protetora do coronel, serve para controlar as informações que chegam ao eleitor e serve, por fim, para atacar os inimigos. Estas funções da radiodifusão justificam, para o coronel, a busca do controle desses meios e o cuidado para deixar seus inimigos longe deles.

Este trabalho questiona o argumento de que exista uma semelhança entre os coronelismos histórico e eletrônico no tocante ao controle dos meios de produção baseado no poder político em detrimento do poder econômico. Essa característica não é exclusiva dos políticos proprietários de rádio e TV e sim, de modo geral, dos concessionários da

radiodifusão, incluindo aí grandes empresários da mídia, que, em tese, representam os interesses de uma determinada classe social, política e também econômica.

Um episódio de grande repercussão e que expôs o poder exercido por um veículo de comunicação, independentemente de ter como concessionário um político, foi o caso da TV Globo com o ex-governador do Rio de Janeiro Leonel Brizola. Três anos depois de retornar do exílio político, em 1982 Brizola candidatou-se ao governo carioca, quando passou a ser alvo das investidas da Rede Globo para fraudar o resultado das eleições. O pesquisador Venício Lima (2006), no livro *Mídia – Crise política e poder no Brasil*, cita uma entrevista do ex-funcionário da Globo Homero Sanchez, que confirma a intenção da emissora em derrotar Brizola.

Conforme a versão de Sanchez, Roberto Irineu Marinho, filho de Roberto Marinho e um dos quatro homens fortes das Organizações Globo (OG), havia assumido compromisso com o partido de sustentação do regime autoritário, cujo candidato era Wellington Moreira Franco. Segundo Sanchez, ao assumir tais compromissos, há indícios de que Roberto Irineu Marinho tenha se associado implicitamente ao esquema fraudulento montado para impedir a eleição de Brizola. Esse esquema consistia em iniciar as apurações pelo interior, onde era majoritário o partido do governo, criando a ilusão de uma iminente derrota do político anistiado. Era parte central desse esquema a empresa encarregada de processar as contagens dos votos – a Proconsult –, cujo principal programador era um oficial da reserva do Exército. A Proconsult havia desenvolvido um programa capaz de subtrair votos de Brizola e adicionar votos para Moreira Franco. Ao divulgar apenas os resultados da apuração oficial, a RGTV, líder de audiência, seria vital para o sucesso da fraude, pois emprestaria credibilidade aos falsos resultados que iriam aos poucos sendo fabricados. (...) Já alertado para a fraude, Leonel Brizola orientou seu partido a desenvolver trabalho paralelo de apuração, utilizando-se de um computador próprio. (...) Constatada a possibilidade de fraude nas eleições para governador de um dos Estados politicamente mais importantes do país, criava-se um clima de perplexidade na opinião pública, pois o candidato Leonel Brizola havia sido votado maciçamente na capital, ao contrário do que a RGTV mostrava (LIMA, 2006, p. 68).

O caso Brizola é apenas um entre vários exemplos do poder de manipulação da radiodifusão brasileira, independentemente de ser controlada por político ou empresário.¹¹ Por fim, Santos cita como herança do coronelismo histórico o isolamento da municipalidade. No período em que vigorou o coronelismo tradicional, os municípios ainda estavam sob as hostes dos fazendeiros – uma herança do período colonial –, o que não acontece mais nos dias atuais. Embora o poder público ainda esteja muito distante de atender a contento os municípios

¹¹ Em *Mídia – Crise política e poder no Brasil* (2006), Venício Lima cita outros casos de manipulação da Rede Globo, como a campanha das Diretas.

interioranos, a urbanização e o avanço dos meios de comunicação alteraram em muito a realidade dessas localidades. Portanto, talvez não seja possível afirmar que o isolamento da municipalidade seja determinante para a exploração da radiodifusão. Até porque muitos dos políticos radiodifusores têm suas outorgas de TV e rádio em municípios de médio e grande porte, inclusive, em alguns casos, em capitais.

Em outra pesquisa, Santos e Capparelli (2005) contextualizam o coronelismo eletrônico da seguinte forma:

A expressão “coronelismo eletrônico” inclui a relação de **clientelismo**¹² político entre os detentores do poder público e os proprietários de canais de televisão, o que configura uma barreira à diversidade representativa que caracterizaria uma televisão na qual o interesse público deveria ser priorizado em relação aos interesses particulares (SANTOS e CAPPARELLI, 2005, p. 80).

Considerando as definições de coronelismo eletrônico dadas pelos pesquisadores apontados, não estariam eles usando o termo como sinônimo de clientelismo? É interessante também observar o que dizem Venício Lima e Cristiano Lopes (2007) no estudo *Rádios comunitárias – Coronelismo eletrônico de novo tipo (1999-2004)*:

As emissoras de rádio e televisão dão origem a um tipo de poder agora não mais coercivo, mas **criador de consensos políticos**.¹³ São esses consensos que facilitam (mas não garantem) a eleição (e a reeleição) de representantes – em nível federal, deputados e senadores – que, por sua vez, permitem circularmente a permanência do coronelismo como sistema. Ao controlar as concessões, o novo coronel promove a si mesmo e aos seus aliados, hostiliza e cerceia a expressão dos adversários políticos e é fator importante na construção da opinião cujo apoio é disputado tanto no plano estadual como no federal. No coronelismo eletrônico, portanto, a moeda de troca continua sendo o voto, como no velho coronelismo. Só que não mais com base na posse da terra, mas no controle da informação – vale dizer, na capacidade de influir na formação da opinião pública (LIMA e LOPES, 2007, p. 3).

Os autores falam de “criador de consenso” para justificar o poder dos coronéis eletrônicos. Mas apenas os políticos radiodifusores buscam esse consenso? O que dizer dos radiodifusores que não exercem cargo eletivo? Seriam os empresários de comunicação também coronéis eletrônicos?

Tanto nas considerações de Capparelli e Santos (2005) como nas de Lima e Lopes (2007) destacam-se as características clientelismo e criador de consenso, que estão presentes na radiodifusão, independentemente de a concessão pertencer a um político ou a um

¹² Grifo da autora deste trabalho.

¹³ Grifo da autora desta pesquisa.

empresário. Essas características, porém, se dão em cenários distintos. O clientelismo aparece no momento da liberação das outorgas. Conforme já detalhado, uma considerável parcela das concessões foi entregue a políticos que votaram a favor do quinto ano de mandato do presidente Sarney e do presidencialismo como sistema de governo, assim como na emenda da reeleição do presidente Fernando Henrique Cardoso. Só para citar os episódios mais conhecidos, apontados quando se fala na “farra das concessões”.

Embora não tenha sido aprofundado nesta pesquisa, é provável que seja grande o lobby dos empresários de radiodifusão tanto para conseguir a liberação das outorgas como para aprovar no Congresso Nacional os projetos ligados à radiodifusão que lhes interessam. Possivelmente o clientelismo surja, nesse momento, como mais um recurso a ser utilizado, atendendo tanto à classe empresarial quanto ao governo. Um exemplo emblemático da força dos empresários no Estado é o caso da derrubada, no Congresso Nacional, do lobby dos empresários, de todos os 52 vetos apresentados pelo presidente João Goulart ao Código Brasileiro de Comunicação (CBC), de 1962. A força do empresariado resultou na criação da Associação Brasileira das Empresas de Rádio e Televisão (Abert). Cristiano Aguiar Lopes, no artigo *Licitações nas outorgas de rádio e TV – A ineficácia dos critérios técnicos* (2008), diz que, a partir desse episódio, os empresários de comunicação inauguraram um “período de grande influência no estabelecimento das políticas de comunicação no Brasil” (AGUIAR, 2008, p. 4).

Quanto à criação de consenso citada por Lima e Lopes (2007), ela interessa não apenas a políticos radiodifusores, mas também aos empresários do setor. Além da negociação que acontece no momento da liberação das outorgas de radiodifusão e da busca pelo consenso, outra característica do chamado coronelismo eletrônico indicada pelos pesquisadores de comunicação é a utilização política das empresas de radiodifusão para atender a interesses eleitorais e para a manutenção do poder dos seus concessionários. Capparelli (1986), em *Comunicação de massa sem massa*, resume bem o que representa o setor privado, seja ele formado por políticos ou empresários, se apropriar das concessões públicas de radiodifusão.

As concessões são ditadas por apadrinhamentos políticos ou por simples desdobramento do poder econômico: os detentores do poder político são os mesmos que detêm o poder econômico e a radiodifusão, na sua condição de novo setor para aplicação de capitais; muda de mãos apenas teoricamente: são concessões públicas a privados, por privados que manobram a *coisa pública*. As concessões, na maioria das vezes, não extravasam o âmbito restrito dos grupos dominantes, mas circulam internamente, dando a palavra a quem já a tem e prosseguindo o bloqueio de quem dela precisa. Além disso, a

exploração do novo meio exige capital elevado, que está em mãos de poucos e que serve para mascarar essa circulação interna da concessão dos meios entre grupos que gravitam em torno do poder (CAPPARELLI, 1986, p. 80).

A partir de uma análise histórica feita neste capítulo da pesquisa, algumas questões levantadas anseiam por respostas. É notável o poder dos concessionários de radiodifusão, que, possivelmente, detêm em parte o controle da informação, ocupando ou não um cargo público ou mandato parlamentar. Seriam, então, os concessionários das principais redes de televisão, como a Rede Globo, coronéis eletrônicos? Muito já se escreveu sobre a busca pelo consenso das empresas de comunicação. “Na maioria das vezes, a concessão desses canais apenas fortalece os grupos que já têm nas mãos o poder econômico e político, servindo (...) como um intermediário entre as ideias, valores e comportamentos desses grupos e o resto da população” (CAPPARELLI, 1986, p. 86).

Uma grande parte das pesquisas desenvolvidas por Lima (2006) enriquece ainda mais o debate sobre o poder das empresas de radiodifusão e a apropriação delas por parlamentares. Segundo o autor, “o vínculo de nossa mídia com as elites políticas locais e regionais encontra, no Congresso Nacional, um terreno fértil para se consolidar e prosperar” (LIMA, 2006, p. 142). É sobre esse “casamento” entre a história da radiodifusão brasileira e a classe política que este trabalho tratará no capítulo 3, analisando as empresas de rádio e televisão do deputado federal pernambucano Inocêncio Oliveira. Antes, no entanto, será necessário contextualizar as bases teóricas da economia política da comunicação, já que a radiodifusão é um importante setor das indústrias culturais. Essa análise será apresentada a seguir, no capítulo 2.

CAPÍTULO 2

AS BASES TEÓRICAS DA ECONOMIA POLÍTICA DA COMUNICAÇÃO E DAS INDÚSTRIAS CULTURAIS

Se por um lado o controle da radiodifusão pela classe política leva alguns pesquisadores a associarem as concessões de rádio e de televisão ao fenômeno que ficou conhecido como coronelismo eletrônico, não se pode deixar de considerar que esses veículos também estão dentro de um contexto que atende à lógica empresarial e industrial, acompanhando o desenvolvimento de uma política capitalista mundial. Para o pesquisador Bolaño,

As empresas de comunicação, adotando a lógica capitalista, transformam a informação em instrumento de dominação, no sentido técnico do termo, utilizada não apenas pelo Estado enquanto capitalista ideal, mas pelos próprios capitais individuais que agem, de um lado, na comunicação de massa e, de outro, no processo comunicativo e de controle que a direção da empresa capitalista executa sobre seus trabalhadores (BOLAÑO, 2000, p. 55).

Essa lógica coincide com o perfil da TV Asa Branca, afiliada da Globo em Caruaru e estudo de caso desta pesquisa, o que coloca a empresa na condição de ser mais um vetor da engrenagem que move a industrialização da comunicação. Para melhor entender o funcionamento das empresas de comunicação, é importante recorrer aos teóricos da economia política da comunicação e das indústrias culturais, que associam o funcionamento dessas empresas ao capital.

A economia política da comunicação deriva da economia política. Um dos estudiosos mais citados é Mosco (1996), que define economia política como “o estudo das relações sociais, particularmente das relações de poder, que constituem mutuamente a produção, a distribuição e o consumo de recursos” (MOSCO, 1996, p. 25). Wasko (2006) resume a preocupação dos economistas políticos ao afirmar que esses estudiosos documentam e analisam as relações de poder, as classes sociais e outras desigualdades estruturais.

Os economistas políticos críticos analisam as contradições e sugerem estratégias de resistência e de intervenção. (...) Inclui uma análise política e econômica, com métodos específicos da história, da economia, da sociologia e da ciência política. Esta é a base para a

aplicação da economia política aos estudos da comunicação (WASKO, 2006, p. 32).

Uma das primeiras definições sobre economia política da comunicação data de 1960 e tem como autor Dallas Smythe. Para o estudioso, a economia política da comunicação é “um estudo de orientações políticas e dos processos econômicos, as suas inter-relações e a sua influência mútua nas instituições sociais” (SMYTHE,¹⁴ apud WASKO, 2006, p. 32). Segundo o autor, o objetivo de aplicar a economia política à comunicação era avaliar os efeitos das agências de comunicação em termos das políticas que as organizam e dirigem. Na década de 1970, os pesquisadores foram buscar nos estudos de Karl Marx uma definição para a economia política da comunicação:

Os *media* são, acima de tudo, organizações industriais e comerciais que produzem e distribuem bens. (...) A economia política da comunicação está interessada, principalmente, no estudo da comunicação e dos *media* como bens produzidos por indústrias capitalistas (MURDOCK e GOLDING, apud WASKO, 2006, p. 33).

No final dos anos 1970, Nicholas Garnham definiu a economia política da comunicação como a análise “dos modos de produção cultural e do consumo desenvolvidos nas sociedades capitalistas” (GARNHAM, apud WASKO, 2006, p. 34). E vai mais além:

Os *media* devem ser vistos como entidades econômicas com um papel econômico direto, como criadores de mais-valia através da produção e troca de bens, e com um papel indireto, através da publicidade, na criação de valor noutros setores de produção de bens (GARNHAM, apud WASKO, 2006, p. 34).

Tendo a Rede Globo como modelo de empresa de comunicação que se insere na lógica industrial, Brittos (2005) tomou como base as teorias da economia política da comunicação para explicar o sucesso da mais importante rede de comunicação do Brasil. Segundo o autor, assim como acontece com o Sistema Globo, as empresas de comunicação “trilham um caminho de expansão, fazendo alianças, promovendo economias, realizando sinergias capazes de aumentar a rentabilidade de seus produtos e encontrando novos espaços” (BRITTOS, 2005, p. 132). Embora o autor esteja se referindo a parcerias internacionais, entre essas alianças pode ser considerada a expansão da rede através de empresas afiliadas que a Globo tem em dezenas de municípios brasileiros, como a TV Asa Branca, que chega a 108 municípios do interior de Pernambuco e será analisada no capítulo seguinte.

¹⁴ SMYTHE, D. W. On the political economy of communication. *Journalism Quarterly*, autumn, 563-572, 1960.

Para Brittos (2005, p. 133), os grandes grupos de mídia, a exemplo da Globo, inserem-se na racionalidade do capitalismo contemporâneo, em que “as corporações buscam a maximização do lucro com mais intensidade, especialmente através da expansão de suas atividades para outros países”. Segundo o autor, essa expansão só pode ser possível por causa do avanço das tecnologias de informação e comunicação, que, por sua vez, permite o fluxo de dados e decisões necessárias para a geração de negócios.

O autor coloca em relevo outros fatores que contribuíram para essa expansão das empresas de comunicação, dentro da racionalização capitalista. E o Estado é apontado como agente desse processo.

As dinâmicas empresariais foram beneficiadas com a adoção de políticas neoliberais por parte dos diversos Estados-Nação, embora não uniformemente, o que implica a adoção de medidas institucionais desregulamentadoras e privatizantes. Esse cenário resulta na proliferação de oligopólios transnacionais e na instituição de um mercado mundial unificado em diversos setores e os capitais industriais partem para maior valorização diretamente financeira, de forma complementar ou em substituição às atividades anteriores, resultando em um sistema que privilegia o capital financeiro, presente nos principais negócios, e um mercado global oligopolizado. (...) A comunicação passa a ser alvo de investimentos pesados, gerando fusões e toda sorte de alianças corporativas, devido às possibilidades abertas para o incremento dos negócios e à midiaticização da sociedade atual, o que concede centralidade à mídia (BRITTOS, 2005, p. 133-134).

Wasko (2006) também analisou o papel estatal na regulação e regulamentação da comunicação, afirmando que o fator econômico tem sido determinante no desenvolvimento da comunicação e da informação como indústria. Segundo a autora, em alguns países, a privatização de instituições públicas dos meios de comunicação e de outros setores abriu espaço para a formação de blocos transnacionais e conglomerados na área de entretenimento. “Os *media* e as fontes de comunicação têm-se tornado cada vez mais em bens – produtos e serviços que são vendidos por empresas com fins lucrativos a compradores ou consumidores” (WASKO, 2006, p. 38).

Outro estudioso do assunto é Bolaño (2000). O autor defende que os pesquisadores da linha mais crítica da economia política da comunicação analisam as funções dos meios de comunicação no processo de acumulação de capital, priorizando a questão da publicidade e a função dos meios de comunicação de massa na acumulação do capital no atual estágio de desenvolvimento do capitalismo. “A comunicação que se realiza no processo produtivo de tipo capitalista é uma comunicação hierarquizada, burocratizada, compatível com a estrutura

de poder na fábrica” (BOLAÑO, 2000, p. 41). Ao se debruçar nesses estudos, Bolaño (2000) também observou o papel disseminador de capital simbólico desempenhado pelos veículos de comunicação, o que configura mais uma função assumida pelos *media* ao se inserirem na lógica industrial. Dessa forma, segundo o autor, a população é cerceada do direito à informação “substantiva”.

Por mais que se amplie a quantidade de informação difundida, a diferença qualitativa que é a base de toda dominação não desaparece, pois o público está permanentemente privado de informação substantiva e permanentemente impedido de difundir suas próprias mensagens pelos meios de comunicação reservados ao capital e ao Estado. O excesso de informação, o bombardeamento de informações, que caracteriza em grande medida a situação atual do desenvolvimento dos meios de comunicação de massa e da cultura capitalista, não elimina em hipótese alguma esse descompasso entre informação reservada (de interesse do capital e do Estado) e informação do domínio público, mas apenas ajuda a encobri-lo (BOLAÑO, 2000, p. 52).

Essa ausência de pluralidade e a qualidade da informação vêm provocando debates na sociedade, que busca políticas voltadas para a democratização da comunicação. Esse problema é analisado pelo escritor Octavio Ianni (2008) no livro *A sociedade global*, que identifica tal característica como algo que acontece no mundo inteiro, graças à dinâmica das indústrias culturais. Para o autor, o predomínio dos interesses das classes dominantes, em escala nacional e global, tem sido cada vez mais garantido pela eficácia e expansão da indústria cultural. “Nela se reúnem todos os recursos imagináveis da mídia impressa e eletrônica, orquestrados de modo a divertir, distrair e interpretar, com base em informações escassas, fragmentárias, seletivas” (IANNI, 2008, p. 137). O estudioso complementa, afirmando que:

A indústria cultural pode ser vista como uma técnica social, por meio da qual trabalham-se mentes e corações. É claro que a sua eficácia é desigual; inclusive é contrabalançada pela criatividade cultural de indivíduos, grupos e classes em diferentes condições de vida e trabalho. Mas é uma expressão inegável da cultura mundial e está presente no modo pelo qual os indivíduos e coletividades informam-se, divertem-se, ocupam seu tempo livre, pensam os problemas reais e imaginários. Grande parte dos trabalhadores assalariados do mundo, do campo e da cidade, de todas as etnias, culturas, línguas e religiões, é alcançada pelas mensagens da indústria cultural (IANNI, 2008 p. 138).

No livro *Indústria cultural: Informação e capitalismo*, Bolaño (2000) afirma que a consolidação das indústrias culturais se dá com o capitalismo monopolista. A partir daí, segundo o autor, a informação passa a ocupar um lugar de destaque, dando sustentação ao

sistema em voga. Bolaño (2000) afirma ainda que essa sustentação acontece tanto do ponto de vista da sua reprodução ideológica quanto do da própria acumulação do capital. Ainda de acordo com o autor, a indústria cultural é peça fundamental na “reprodução do modo de vida em ideia”.

É ela (a indústria cultural) o meio pelo qual a propaganda e a publicidade se desenvolvem e se generalizam, articulando ideologicamente, sobretudo a segunda, a “sociedade do consumo”. Sem levar em consideração a indústria cultural não é possível definir completa e adequadamente conceitos como os de modo de vida, modo de consumo, fordismo ou pós-fordismo (BOLAÑO, 2000, p. 101).

Enquanto na Europa e nos Estados Unidos as indústrias culturais se desenvolveram a partir da Segunda Guerra Mundial, no Brasil elas passam a ter força nos anos de 1960, com o reforço dos militares na instrumentalização da televisão. Renato Ortiz (2001), no livro *A moderna tradição brasileira*, afirma que a emergência da indústria cultural no Brasil se dá a partir da consolidação de um mercado cultural, fato que acontece a partir de meados dos anos 60. “Entre os anos 50 e 60, o Brasil é caracterizado pela incipiência da indústria cultural e de um mercado de bens simbólicos, através do desenvolvimento da racionalidade capitalista e da mentalidade gerencial” (ORTIZ, 2001, p. 55). Para o autor, a chegada da indústria da cultura no Brasil ajuda a entender toda uma problemática cultural, consequência do desenvolvimento tardio do capitalismo e da industrialização, já conhecido por outros países em momentos anteriores. A industrialização da cultura é a expansão do desenvolvimento das empresas de forma geral e aconteceu no mundo inteiro. Diante desse cenário, Ortiz (2001, p. 55) ressalta que:

A indústria cultural nas sociedades de massas seria o prolongamento das técnicas utilizadas na indústria fabril, o que quer dizer que ela seria regida pelas mesmas normas e objetivos: a venda de produtos. O espírito capitalista e racional penetra dessa forma a esfera cultural e organiza a produção nos mesmos moldes empresariais das indústrias.

A consolidação das indústrias culturais no Brasil só veio se dar, de fato, entre o final dos anos 1960 e nos anos de 1970. Ortiz (2001) atribui aos governos militares, a partir de 1964, a consolidação do capitalismo no Brasil – inicializada com o presidente Juscelino Kubitschek –, período que ele define como capitalismo tardio. Segundo o autor, a televisão começa a se expandir a partir desse momento, enquanto o cinema nacional se estabelece na década de 1970.

Capparelli e Lima (2004) também identificam a consolidação da indústria cultural no Brasil a partir da década de 1970. Ao pesquisar a temática, os autores afirmam que a indústria cultural brasileira “é resultante e resultado”, já que representa uma nova possibilidade de aplicação do capital e serve de apoio para a indústria eletroeletrônica, através da produção de televisores. A indústria cultural “age como um pivô na aplicação do campo da comunicação” e, como bem durável, “alavanca o restante do mercado de bens duráveis” pela publicidade (CAPPARELLI e LIMA, 2004, p. 70). Para os autores, na década de 1970 a televisão já vive um mercado consolidado, que ela mesma ajudou a construir.

Muito se fala de indústria cultural na contemporaneidade, mas o conceito clássico do termo surgiu em meados do século passado nos estudos dos filósofos alemães Theodor Adorno e Max Horkheimer, da Escola de Frankfurt, autores do livro *Dialética do esclarecimento*, de 1947. Por isso, antes de passar para o estudo de caso desta pesquisa, é interessante historicizar os estudos sobre a mercantilização da arte, que têm também entre os teóricos Walter Benjamim, autor do livro *A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução*, escrito em 1936.

A obra de Adorno e Horkheimer [1947(1985)] mostra, pela primeira vez, o conceito de indústria cultural (no singular), que, quase meio século depois, passa para o plural – indústrias culturais – pelas mãos de um grupo de pesquisadores coordenado pelo francês Bernard Miège. Considerados os “pais” do conceito de indústria cultural, Adorno e Horkheimer analisaram a cultura de massa – na época se referiam ao cinema, ao rádio e à televisão – como um sistema único, os quais compreendiam uma indústria (a cultural) que abolia desses veículos o caráter de arte, se preocupando apenas com o foco comercial. Em seus estudos, os autores afirmam que a ideologia da indústria cultural é o negócio e chegam a utilizar o termo “caos cultural” para expressar o pessimismo que enxergavam na industrialização da cultura.

O cinema e o rádio não precisam mais se apresentar como arte. A verdade de que não passam de um negócio, eles a utilizam como uma ideologia destinada a legitimar o lixo que propositalmente produzem. Eles se definem a si mesmos como indústrias, e as cifras publicadas dos rendimentos de seus diretores gerais suprimem toda dúvida quanto à necessidade social de seus produtos (ADORNO e HORKHEIMER, [1947(1985)], p. 114).

Para os autores, houve uma padronização da cultura e uma dependência econômica dos setores que compõem a indústria cultural.

Os produtos da indústria cultural podem ter a certeza de que até mesmo os distraídos vão consumi-los abertamente. Cada qual é um

modelo da gigantesca maquinaria econômica que, desde o início, não dá folga a ninguém, tanto no trabalho quanto no descanso. (...) Inevitavelmente, cada manifestação da indústria cultural reproduz as pessoas tais como as modelou a indústria em seu todo (ADORNO e HORKHEIMER, [1947(1985)], p. 119).

Assim como defendeu Walter Benjamin [1936(1975)], Adorno e Horkheimer [1947(1985)] apontam como determinante para a indústria cultural a reprodução em série. Porém o primeiro autor não enxergava essa questão como um caos. Ao contrário, entendia que a emancipação da obra de arte representava a possibilidade de democratização da arte. Benjamin [1936(1975)], no entanto, defende a ideia de que a reprodução da obra de arte, tirando-lhe seu caráter único, a leva à perda da autenticidade, da aura. “Na época das técnicas de reprodução, o que é atingido na obra de arte é a sua *aura*. (...) Multiplicando as cópias, elas transformam o evento produzido apenas uma vez num fenômeno de massas” (BENJAMIN, [1936(1975)], p. 14).¹⁵ Já Adorno e Horkheimer entendiam que a padronização e o consumo da cultura alienavam o homem.

A indústria cultural pode se ufanar de ter levado a cabo com energia e de ter erigido em princípio a transferência muitas vezes desajeitada da arte para a esfera do consumo, de ter despido a diversão de suas ingenuidades inoportunas e de ter aperfeiçoado o feitio das mercadorias (ADORNO e HORKHEIMER, [1947(1985)], p. 126).

Para os autores, a uniformização como indústria do que antes era arte passa a ser uma espécie de diversão como o “prolongamento do trabalho sobre o capitalismo tardio” (ADORNO e HORKHEIMER, [1947(1985)], p. 128), e, para isso, não precisa de esforço intelectual. Consolidando as ideias dos estudiosos alemães, a obra *Dialética do esclarecimento* apresenta a ideia de que, ao transformar a arte em mercadoria, a cultura se funde com a publicidade, que passa a ser o elixir da vida. “Eis aí o triunfo da publicidade na indústria cultural, a mimese compulsiva dos consumidores, pela qual se identificam as mercadorias culturais que eles, ao mesmo tempo, decifram muito bem” (ADORNO e HORKHEIMER, [1947(1985)], p. 156).

Na opinião de Murdock (2006), a produção industrial em série aspirava a um mercado comercial de massas. Para o autor, “as questões relacionadas com a produção e com o consumo cultural nunca são, simplesmente, questões de organização econômica ou expressão criativa e das relações entre elas. São sempre questões que se prendem com a distribuição do

¹⁵ O texto original é de 1936. A edição brasileira utilizada está inserida na coleção *Os pensadores*, publicado em 1975.

poder e com as suas consequências para a constituição do espaço público” (MURDOCK, 2006, p. 13-14).

Vinte anos após os escritos de Adorno e Horkheimer, pesquisadores da economia política da comunicação passaram a questionar o desequilíbrio dos fluxos de informação e produtos culturais entre os países e, já na década de 1970, concluíram que a indústria cultural não era mais um sistema único, como defendiam os precursores do conceito. Identificaram vários sistemas, cada um com lógicas distintas, como parte de um grande sistema: as indústrias culturais, que compreendem um “processo crescente de valorização das atividades culturais pelo capital” (MATTELART e MATELLART, 1999, p. 113).

A inquietação dos pesquisadores atingiu a comunidade internacional, que, tendo entre seus membros a Unesco, definiu os anos de 1970 como a década da “nova ordem mundial da informação e da comunicação” (Nomic). Em 1977, a Unesco criou uma comissão internacional para o estudo dos problemas da comunicação e, em 1980, publicou o primeiro documento oficial do grupo: o relatório MacBride – em homenagem ao presidente da comissão, o irlandês Sean MacBride, fundador da Anistia Internacional, prêmio Nobel e prêmio Lênin da Paz –, intitulado *Um mundo e muitas vozes*.

O documento “expõe claramente a questão do desequilíbrio do fluxo e interroga-se sobre as estratégias a aplicar para remediar tal situação” (MATTELART e MATELLART, 1999, p. 120). É relevante trazer um trecho do relatório, como forma de demonstrar o envolvimento da sociedade internacional no debate sobre a democratização da comunicação e da cultura:

Os desequilíbrios evidentes em matéria de comunicação iriam reforçar a ideia de que a “livre circulação” não era nada mais do que uma “corrente de mão única” e de que o princípio que a sustentava deveria ser reformulado para garantir uma “circulação livre e equilibrada”. A origem, um tanto incerta, dessas noções remonta aos anos 50; elas foram definidas mais claramente na passagem dos anos 60 para os 70. Naquele momento, o desequilíbrio dos fluxos de notícias e de informação entre países industrializados e países em desenvolvimento tinha se tornado um importante tema de discussão nas reuniões internacionais e um dos desafios do debate sobre os problemas políticos e econômicos fundamentais do mundo contemporâneo. (...) O papel desempenhado pelas empresas multinacionais se tornou um dos temas centrais do debate sobre a comunicação internacional. Não só essas empresas mobilizam e transferem capitais e tecnologias para o mercado da comunicação, mas também vendem inúmeros bens de consumo socioculturais, que veiculam globalmente ideias, gostos, preferências e crenças. Assim, as multinacionais influenciam diretamente o aparelho de produção econômica dos países onde exercem suas atividades. Intervêm, igualmente, na comercialização da

cultura e, por conseguinte, estão em condições de modificar a orientação sociocultural de uma sociedade em seu conjunto. (...)

Os países não alinhados desempenharam um papel essencial na evolução das ideias relativas à dependência dos meios de comunicação, provocando um desequilíbrio na circulação da informação e uma influência nos modelos de comunicação global, assim como aos efeitos de que a maioria dos países estão reduzidos a um estado de receptores passivos da informação emitida por um pequeno número de centros produtores. (...)

Dessa forma é que foi formulado, para o campo da comunicação e da informação, o pedido de formação a uma “nova ordem” diferente da “antiga ordem”. O sentimento de que hoje é necessária uma nova ordem mundial surge da convicção de que a informação e a comunicação constituem um elemento essencial das relações internacionais em todos os campos e, em particular, no estabelecimento de um novo sistema baseado no princípio da igualdade dos direitos, da independência e do livre desenvolvimento dos países e dos povos. As transformações das comunicações ficam, dessa forma, ligadas ao fundamento conceitual da nova ordem econômica internacional (MACBRIDE, apud MIÈGE, 2000, p. 59-61).

Paralelamente às discussões da Nomic, um grupo de pesquisadores franceses do Group de Recherches sur les Enjeux de la Communication (Gresec), da Universidade de Grenoble, lançava o livro, dirigido por Bernard Miège, *Capitalisme et industries culturelles*. A obra questiona o conceito de Adorno e Horkheimer de que os vários setores da indústria cultural respondem a uma única lógica, mostra como se produz valor a partir da arte e da cultura e pluraliza o conceito original: da indústria cultural para as indústrias culturais.

A indústria cultural não existe em si; é um conjunto compósito, constituído por elementos que se diferenciam fortemente uns dos outros, por setores que apresentam suas próprias leis de padronização. Essa segmentação das formas de rentabilização da indústria cultural pelo capital traduz-se nas modalidades de organização do trabalho, na caracterização dos próprios produtos e de seu conteúdo, nos modos de institucionalização das diversas indústrias culturais (...), no grau de concentração horizontal e vertical das empresas de produção e distribuição, ou ainda na maneira pela qual os consumidores ou usuários se apropriam de produtos e serviços (MATTELLART e MATTELLART, 1999, p. 122-123).

São características peculiares às indústrias culturais os grandes investimentos; a produção em escala; a imprevisibilidade do seu produto – não se sabe o grau de aceitação do público –, que deve ser voltado para o mercado; e a força de trabalho mecanizada. Também está intrínseco ao desenvolvimento da industrialização da cultura o tripé criação + suporte tecnológico + distribuição e lançamento no mercado de consumo. Em outras palavras, as indústrias culturais têm sua base no autor, que cria a obra; passando pela produção,

reprodução e difusão, que dependem do aparato tecnológico; e conclui o ciclo com o lançamento da obra, transformada em mercadoria de consumo de massa pelo capital.

Em seus estudos, Miège dividiu as indústrias culturais em dois mercados: o de obras únicas e o de obras reprodutíveis, cada um com setores, lógicas e estratégias específicas. Entre as obras únicas, ele classifica a pintura, a escultura, o teatro, a dança e o show. Já as obras reprodutíveis são livro, disco, imprensa, rádio, televisão, cinema e espetáculo. Esses setores, contudo, têm inserções diferenciadas no mercado do capital.

Livro, disco, imprensa, rádio, televisão e cinema se inserem totalmente no mercado, enquanto espetáculos, parques, jogos e festas populares se inserem parcialmente. Há também as expressões artísticas que resistem à mercantilização: teatro, dança, circo e poesia. É importante observar que alguns dos setores apontados como resistentes já entraram na lógica industrial, como o *Cirque du Soleil* e as peças teatrais da *Broadway*, espalhados em várias partes do mundo, podendo se apresentar simultaneamente em mais de um país. Três principais lógicas compreendem as indústrias culturais e cada setor se enquadra dentro de uma delas. São da lógica editorial o livro, o disco, o filme e o vídeo. Os setores da radiodifusão (rádio e televisão) são da lógica de onda, também chamada de fluxo. Fazem parte da lógica de clube a televisão a cabo e por assinatura e a internet.

A lógica editorial tem seu conteúdo descontínuo, durável e os produtos são individualizados. O papel central é desempenhado pelo editor/produtor e tem como financiamento a comercialização direta, a compra/aluguel de cópia e o pagamento por tempo de exibição. Na lógica de onda ou fluxo, o conteúdo é contínuo e efêmero. Seu financiamento se dá por comercialização indireta, publicidade e recursos públicos e sua técnica é a difusão de massa. Já na lógica de clube o conteúdo pode ser contínuo e descontínuo, durável e efêmero e o modo de financiamento é por assinatura, *pay-per-view* e publicidade.

Entre as estratégias utilizadas pelos setores das indústrias culturais estão as centralizações vertical, horizontal ou cruzada/diagonal, o que pode levar à formação de monopólios e oligopólios. A concentração horizontal é a oligopolização ou monopolização que se produz no mesmo setor, tendo como maior exemplo no Brasil a Editora Abril, do Grupo Civita, que produz mais de 40 tipos de revistas. A verticalização concentra da produção à distribuição, como as telenovelas. “A Globo produz a novela em seus estúdios e a exhibe em sua rede de televisão. Além disso, comercializa a novela para outros países, a trilha sonora através de gravadora própria e divulga o ‘pacote’ através de sua rede de TV, seus jornais, revistas, emissoras de rádio, etc.” (CAPPARELLI e LIMA, 2004, p. 47). Já a propriedade cruzada (diagonização) é a concentração de um só grupo em mais de um setor de

comunicação, como o Sistema Jornal do Commercio, em Pernambuco, que detém o controle de jornal, televisão, rádios e portal na internet. No âmbito nacional, o exemplo mais importante é o Sistema Globo de Comunicação, que aglutina empresas de vários setores das indústrias culturais.

No Brasil, a radiodifusão é apontada como um importante setor de concentração de propriedade. Em pesquisa conjunta, Capparelli e Lima (2004), com base em informações do jornal Folha de S.Paulo, afirmam que as comunicações, assim como as indústrias de chocolate, bebidas e creme dental, estão entre os setores de maior concentração econômica no Brasil. Os autores relacionam essa realidade à tímida legislação brasileira que regulamenta a radiodifusão, embora no capítulo V o artigo 220 da Constituição de 1988 determine que os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

Indo de encontro à lei, a Rede Globo de Televisão, sobretudo com sua expansão a partir das emissoras afiliadas, agrega um grande número de veículos de comunicação. A TV Asa Branca, nesse caso, contribui para esse quadro, levando a programação da emissora para 108 municípios do interior pernambucano. E é por causa dessa expansão da radiodifusão, principalmente da televisão, que a mídia é apontada como um instrumento político, interligado ao poder, como será mostrado no capítulo seguinte.

CAPÍTULO 3

MÍDIA, POLÍTICA E PODER

Seja com interesses políticos ou capitalistas, os veículos de comunicação e, por consequência, os empresários da mídia têm uma forte ligação com o poder. Um exemplo citado por Venício Lima (2006), no livro *Mídia – Crise política e poder no Brasil*, é o caso da indicação do ex-ministro da Fazenda Maílson da Nóbrega. Segundo o pesquisador, antes de nomear o economista para assumir o ministério, o então presidente José Sarney consultou a opinião de Roberto Marinho (LIMA, 2006, p. 77), dono das Organizações Globo. Caso semelhante aconteceu com Antônio Carlos Magalhães, ministro das Comunicações durante todo o governo Sarney por indicação do dono da Globo.

Do ponto de vista político, o papel central da mídia, sobretudo da mídia eletrônica, em particular a televisão, foi inicialmente reconhecido pelo Estado militar durante o regime autoritário. Foram os militares e seus aliados civis que – por razões, em primeiro lugar, de segurança nacional, e de mercado, em segundo – criaram as condições de infraestrutura física indispensáveis à consolidação de uma mídia *nacional*. E foram também eles que primeiro fizeram uso político dela, não só com o recurso à censura, mas sobretudo com o apoio “conquistado” – explícito em muitos casos – das principais *redes* impressas e eletrônicas, algumas consolidadas durante o próprio período militar (LIMA, 2006, p. 55).

Esse poder extrapola as relações pessoais e perpassa pelo conteúdo gerado pelas empresas de comunicação. Eduardo Granja Coutinho (2008), no texto *Gramsci: A comunicação como política*, afirma que “a mídia é, seguramente, a mais importante daquelas fortificações que protegem o aparelho de Estado do impacto das crises político-econômicas. (...) Ela garante as relações de produção e propriedade, criando e recriando o consenso necessário à dominação do capital” (COUTINHO, 2008, p. 47). E vai mais além, ao afirmar que, “pela comunicação, formam-se e transformam-se as ideologias que agem ética e politicamente na transformação da história. (...) Historicamente, o poder exercido pelos grupos dominantes conjurou força e persuasão ou, em termos gramscianos, *coerção* e *consenso* (COUTINHO, 2006, p. 44-45). Ainda inspirado nos ideais de Gramsci, Coutinho afirma que:

Como meio privilegiado de que a burguesia dispõe para expressar sua vontade, defender seus interesses econômicos e preservar seu poder

político, os jornais desempenham, segundo Gramsci, a função de “partidos”, “frações de partidos” ou “funções de determinados partidos”. Trata-se (os jornais) de um *intelectual coletivo* que se ocupa da *formulação e da elaboração sistemática* da ideologia necessária à dominação do grande capital financeiro. Mais até do que os próprios políticos, a Folha (de São Paulo), o Estado de S. Paulo, O Globo, a Veja, enfim, a mídia como partido, modelaram a opinião, criaram o “clima” cultural indispensável às privatizações do governo Fernando Henrique Cardoso. Com sua enorme capacidade de canalizar as “paixões elementares” das massas, o *partido da mídia* organiza e adapta com extrema eficácia a visão de mundo da sociedade às necessidades de desenvolvimento das forças produtivas e aos interesses dos grupos de poder (COUTINHO, 2008, p. 51).

Pedrinho Guareschi (2001), em *Comunicação & poder – A presença e o papel dos meios de comunicação de massa estrangeiros na América Latina*, afirma que “em uma sociedade capitalista os meios de comunicação de massa tornam-se os instrumentos de mistificação e de legitimação da dominação capitalista”. (GUARESCHI, 2001, p. 20). Citando J. B. Thompson, que se baseia em Max Weber, Venício Lima (2006), em *Mídia – Crise política e poder no Brasil*, diz que “o exercício do poder político depende do uso do poder simbólico para cultivar e sustentar a crença na legitimidade. (...) Para exercer esse poder, é necessário utilizar vários tipos de recursos, mas basicamente usar a mídia, que produz e transmite capital simbólico” (LIMA, 2006, p. 12). Para o autor, é através da mídia que a política é construída simbolicamente e adquire um significado.

Teorizando sobre mídia e poder, Lima (2006) elegeu sete teses sobre mídia e política no Brasil: 1) “a mídia ocupa uma posição de centralidade nas sociedades contemporâneas, permeando diferentes processos e esferas da atividade humana, em particular a esfera da política”; 2) “não há política nacional sem mídia”; 3) “a mídia está exercendo várias funções tradicionais dos partidos políticos”; 4) “a mídia alterou radicalmente as campanhas eleitorais”; 5) “a mídia se transformou, ela própria, em importante ator político”; 6) “as características históricas específicas do sistema de mídia no Brasil potencializam o seu poder no processo político”; 7) “as características específicas da população brasileira potencializam o poder da mídia no processo político, sobretudo no processo eleitoral” (LIMA, 2006, p. 54-61).

Em outro trabalho, Venício Lima (2007, p. 84-85) afirma que a mídia representa um “*locus* privilegiado das disputas de poder. (...) É através da mídia que a política é construída simbolicamente e que adquire significado”. Sheila Oliveira (2005, p. 38), em sua pesquisa *Palanque eletrônico: O horário gratuito da propaganda eleitoral e os gêneros do telejornalismo*, também se debruçou sobre essa temática. Para a autora, “os políticos se

pautam pela mídia para que o seu discurso e a sua imagem ganhem a credencial de entrada na esfera pública da visibilidade”. Oliveira apoia-se em Rubim, para quem:

Quando o campo da política não abarca toda a população do modo pleno e satisfatório, deixando-a órfã de representação, ela encontra-se amplamente disponível para se representar através de outros dispositivos, que canalizem, real ou imaginariamente, seus anseios e demandas. A mídia apresenta-se como um destes mecanismos de representação (RUBIM, apud OLIVEIRA, 2005, p. 39).

A propósito das reflexões sobre a interação entre a mídia e a política, há controvérsia quanto à legislação, no tocante à radiodifusão. No Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT), de 1962, o artigo 38, que trata das concessões e autorizações para a execução de serviços de radiodifusão, determina que “não poderá exercer a função de diretor ou gerente de empresa concessionária de rádio ou televisão quem esteja no gozo de imunidade parlamentar ou de foro especial”.¹⁶ Anita Simis (2006), no artigo *A legislação sobre as concessões na radiodifusão*, mostra o tratamento que as várias Constituições brasileiras deram às outorgas de radiodifusão e à liberação dessas concessões a políticos. Este trabalho se utiliza do levantamento de Simis (2006) para depois colocar em relevo a análise de um jurista sobre a legislação atual.

De acordo com Simis (2006), na Constituição de 1934 é negado aos parlamentares o direito de serem diretores, proprietários ou sócios de concessionário de radiodifusão, assim como de qualquer outra que tenha contrato com a administração pública federal, estadual ou municipal. A regra coincide com o que diz o CBT. Na Carta de 1937, o artigo 44 diz: “Aos membros do Parlamento nacional é vedado: c) exercer qualquer lugar de administração ou consulta ou ser proprietário ou sócio de empresa concessionária de serviços públicos, ou de sociedade, empresa ou companhia que goze de favores, privilégios, isenções, garantias de rendimento ou subsídios do poder público”. Na Constituição de 1946, o artigo 48 deixa claro que “os deputados e senadores não poderão, desde a posse: a) ser proprietário ou diretor de empresa que goze de favor decorrente de contrato com pessoa jurídica de direito público, ou nela exercer função remunerada”. Em 1967, a primeira Constituição após o CBT, em seu artigo 36, deixa claro que “os deputados e senadores não poderão: II) desde a posse, ser proprietários ou diretores de empresa que goze de favor decorrente de contrato com pessoa

¹⁶ Código Brasileiro de Telecomunicações, instituído pela Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, modificado e complementado pelo Decreto-Lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967. Disponível em <http://www.wisetel.com.br/acoes_de_governo_leis_e_decretos_lei/dec_lei_236.htm>. Acesso em: 9 de jun. 2009.

jurídica de direito público, ou nela exercer função remunerada”. A atual Constituição, a de 1988, no seu artigo 54, diz que “os deputados e senadores não poderão: II) desde a posse, 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” (SIMIS, 2006, p. 8-9).

Podemos dizer que, se na Constituição de 1934 e 1937 aparecia claramente a expressão concessão pública, nas demais ela desapareceu. Isto significa que nestas últimas os parlamentares que fossem proprietários e/ou sócios de emissoras não eram vedados, devendo se afastar da direção das emissoras apenas quando celebrassem contratos com a esfera pública. Dito de outra forma, a proibição passou a ser aplicada apenas para as emissoras que mantivessem contrato (licitação, venda, prestação de serviço, etc.) com o poder público. (...) Mas é muito raro uma emissora funcionar sem nenhum contrato com prefeitura, estatal ou com governos estaduais e federal. Assim, a quase totalidade dos parlamentares proprietários (aqueles com participação societária minoritária) realiza seu “afastamento” (licença temporária) do quadro de dirigentes da emissora para se habilitar nas concorrências, sob pena de anulação da concorrência/licitação, do contrato e/ou da cassação do parlamentar. Muitos parlamentares, para evitar dificuldades na Justiça quanto às concorrências, chegam a transferir ou vender sua participação societária na emissora durante seu mandato, embora o registro desta transação não se dê imediatamente nos arquivos da Anatel. Podemos concluir que não há restrição alguma para parlamentares quanto à propriedade de emissoras (participação societária minoritária); quanto ao controle (direção da empresa), ele é vedado somente se a emissora celebrar contrato com ente público e mesmo assim ressalvando que não é qualquer esfera pública, pois existem empresas e instituições públicas como pessoa jurídica de direito privado, caso do Banco do Brasil, Petrobras e Correios (SIMIS, 2006, p. 9-10).

Muito diferente da interpretação de Simis (2006) é a análise jurídica de José Paulo Cavalcanti Filho, primeiro presidente do Conselho de Comunicação Social, órgão auxiliar do Congresso Nacional, criado a partir da Constituição de 1988. Em entrevista para esta investigação, o jurista definiu como inconstitucional um político controlar uma concessão pública de radiodifusão. Ele se apega ao artigo 54 da Constituição para afirmar que a legislação está sendo descumprida ao permitir que parlamentares com mandato eletivo sejam concessionários de rádio e televisão:

Na minha opinião como jurista, o parlamentar não pode ter meio de comunicação, não obstante haja pareceres na Câmara dos Deputados e no Senado sustentando que o artigo 54 não importa. Esse assunto vai ter que chegar ao Judiciário. Eu tenho dúvidas se o nosso Judiciário, comprometido com as elites políticas, irá tão longe. Não obstante, como jurista, não tenho nenhuma dúvida de dizer que o artigo 54 já não permite. (...) Também não tenho nenhuma dúvida de que a qualidade do Congresso será melhor se você tirar dele os

representantes dos meios de comunicação (CAVALCANTI FILHO, 2009).

Além de citar o artigo 54 da Constituição, José Paulo Cavalcanti Filho recorre ao Estatuto do Funcionário Público para defender a ilegalidade de um político ser concessionário de rádio e televisão.

Não está na Constituição, mas no Estatuto do Funcionário Público, que diz que você, sendo funcionário público, não pode ter cargo de administração em empresa nenhuma. Ora, como o deputado e o senador é um servidor público, ele está alcançado pela regra e não pode ser administrador. (...) Se você quiser ser dono de jornal, de rádio e televisão não tem problema, seja. Agora não seja deputado. Quer ser deputado? Então se desfaça antes dos seus meios de comunicação. Não pode ser ao mesmo tempo. Agora a vinculação do Estado no Brasil é tão consistente que, com franqueza, não é muito fácil imaginar que o Poder Judiciário vai ter coragem de dizer isso (CAVALCANTI FILHO, 2009).

As divergências na interpretação da lei não atingem os políticos radiodifusores, que continuam com seus mandatos e com suas empresas de comunicação. O poder público também não se manifesta, permitindo que a dualidade da legislação favoreça o setor. Como bem lembra o pesquisador Edgard Rebouças (2006, p. 42-43) no artigo *Estratégia retórica dos “donos” da mídia como escudo social*:

O Poder Legislativo tem uma grande influência na definição (sobretudo na *não* definição) de políticas para o setor. (...) O Congresso Nacional é, paradoxalmente, a instância menos interessada no estabelecimento de políticas efetivas de comunicações. Isso devido ao fato de haver um grande número de parlamentares com interesses pessoais no tema das comunicações; são os políticos radiodifusores. Dessa forma, quanto menos for feito, melhor para a manutenção do histórico sistema de terra sem lei.

São muitos os autores que trabalham com teorias que interligam poder, política, comunicação, hegemonia. Não é objetivo deste trabalho aprofundar esse debate, mas apenas citar a aproximação entre o campo da comunicação com o campo da política. É nesse contexto também que alguns pesquisadores insistem no conceito de coronelismo eletrônico, haja vista o grande número de políticos que controlam outorgas de rádio e televisão. Sem querer desconstruir esses estudos, mas apenas com o objetivo de fazer a relação entre a radiodifusão e a política, a autora desta pesquisa, com base no levantamento feito por Motter (1994) em *A batalha invisível da Constituinte – Interesses privados versus caráter público da radiodifusão no Brasil*, cruzou o nome dos deputados e senadores constituintes que receberam

concessão de radiodifusão no período de votação da nova Constituição com os atuais deputados e senadores que exercem mandato eletivo. A grande maioria não está mais no Congresso Nacional, revelando que nem sempre as empresas de rádio e televisão de políticos são utilizadas eleitoralmente ou para ampliar o poder dos candidatos. Segue abaixo o cruzamento dos dados.

AS VOTAÇÕES DA ASSEMBLEIA NACIONAL CONSTITUINTE (ANC) SOBRE A DURAÇÃO DO MANDATO E O SISTEMA DE GOVERNO¹⁷

COMO VOTARAM OS CONSTITUINTES QUE RECEBERAM EMSSORAS DE RÁDIO E/OU TELEVISÃO DURANTE O GOVERNO SARNEY

PARLAMENTAR	UF	TOTAL DE CONCESSÃO	FM	AM	TV	SITUAÇÃO
Dep. Henrique Eduardo Alves	RN	2		1	1	Exerce o 10º mandato
Dep. Inocêncio Oliveira	PE	1	1			Exerce o 9º mandato ¹⁸
Dep. José Mendonça Bezerra (*)	PE	2	1	1		Exerce o 8º mandato
Dep. Aroldo de Oliveira	RJ	1			1	Exerce o 7º mandato
Dep. Paes Landim (*)	PI	1	1			Exerce o 6º mandato
Dep. Gerson Peres (*)	PA	1	1			Exerce o 6º mandato
Dep. Marcos Lima	MG	3		3		Exerce o 6º mandato
Sen. Marcondes Gadelha	PB	3	1	1	1	Exerce o 6º mandato
Dep. José Santana de Vasconcelos	MG	1	1			Exerce o 6º mandato
Dep. Leal Varela	MG	2	1	1		Exerce o 6º mandato
Dep. Átila Lira	PI	2	1	1		Exerce o 5º mandato
Dep. Mozarildo Cavalcanti (*)	RR	1			1	Exerce mandato de senador
Sen. José Agripino Maia	RN		2	1	1	Exerce mandato de senador
Dep. Osvaldo Sobrinho	MT	1		1		Exerce mandato de senador (suplente de Jayme Campos)
Dep. Aécio Neves	MG	2	2			Governador de MG
Dep. Luís Eduardo Magalhães (***)	BA	3			3	Falecido ¹⁹
Dep. José Carlos Martinez (*)	PR	1			1	Falecido
Dep. Sérgio Naya (suplente)	MG	2	2			Falecido
Dep. Ubiratan Aguiar	CE	12	9	3		Não é mais deputado

¹⁷ Segundo levantamento de Motter, votaram contra mais um ano de mandato para Sarney os deputados Lúcio Alcântara (PFL-CE) e Geraldo Bulhões (PFL-AL) e o senador José Agripino Maia (PFL-RN). Não votaram os deputados Luiz Leal (PMDB-MG), Sérgio Naya (PMDB-MG), Pedro Ceolin (PFL-ES) e o senador Ivan Bonato (PFL-SC). No projeto sobre o sistema de governo, votaram contra o governo os deputados Sérgio Spada (PMDB-PR), Aécio Neves (PMDB-MG), José Thomas Nonô (PFL-AL), Jerson Peres (PFL-PA), Gastone Righi (PTB-SP) e os senadores Marcondes Gadelha (PFL-PB), Guilherme Palmeira (PFL-AL). Não votaram o deputado Sérgio Naya e o senador Ivan Bonato.

¹⁸ Durante a votação da Constituinte, Inocêncio Oliveira recebeu a concessão de uma rádio FM em Serra Talhada, a Líder do Vale. Ele já tinha a AM A Voz do Sertão e, depois da promulgação da Constituinte, ainda no governo Sarney, ele recebeu a concessão de mais uma rádio FM, A Transertaneja, em Afogados da Ingazeira, e de uma televisão, a TV Asa Branca, em Caruaru.

¹⁹ Luís Eduardo Magalhães era filho do então ministro das Comunicações do governo Sarney, Antônio Carlos Magalhães, cuja família possui uma rede de comunicação na Bahia, conforme já citado no corpo desta pesquisa.

Dep. Rita Furtado (***)	RO	10	4	4	2	Não é mais deputada
Sen. Odacir Soares (*)	RO	4	3		1	Não é mais senador
Dep. Maluly Neto	SP	4	2	1	1	Não é mais deputado
Dep. Ervin Bonkoski (*)	PR	3	3			Não é mais deputado
Dep. Onofre Corrêa (*)	MA	3	2	1		Não é mais deputado
Dep. Theodoro Mendes	SP	3	2	1		Não é mais deputado
Dep. Gastone Righi (*)	SP	3	2		1	Não é mais deputado
Sen. João Lobo	PI	3	1	2		Não é mais senador
Dep. Albérico Filho	MA	3	1	2		Não é mais deputado
Dep. Domingos Juvenil (*)	PA	3		2	1	Não é mais deputado
Dep. Arnaldo Moraes (*)	PA	3		2	1	Não é mais deputado
Dep. Lúcio Alcântara	CE	2	2			Não é mais deputado
Dep. Milton Reis	MG	2	2			Não é mais deputado
Dep. João da Mata	PB	2	2			Não é mais deputado
Dep. Assis Canuto	RO	2	2			Não é mais deputado
Dep. João Machado Rollemberg	SE	2	2			Não é mais deputado
Dep. José Thomas Nonô (*)	AL	2	1		1	Não é mais deputado
Dep. Jesus Tarja (*)	PI	2	1		1	Não é mais deputado
Dep. Jessé Freire	RN	2		2		Não é mais deputado
Dep. Enoc Vieira	MA	2		2		Não é mais deputado
Dep. Jesualdo Cavalcanti	PI	2		2		Não é mais deputado
Dep. Mussa Demes	PI	2		2		Não é mais deputado
Dep. Joaquim Haickel	MA	2			2	Não é mais deputado
Dep. José Carlos Benevides	CE	2	1	1		Não é mais deputado
Dep. Edivaldo Motta	PB	2	1	1		Não é mais deputado
Dep. Matheus Iensen	PR	2	1	1		Não é mais deputado
Dep. Messias Góis	SE	2	1	1		Não é mais deputado
Dep. Albérico Cordeiro	AL	2	1	1		Não é mais deputado
Sen. Álvaro Pacheco (suplente)	PI	2	1		1	Não é mais senador
Dep. Oswaldo Coelho	PE	2		1	1	Não é mais deputado
Dep. Siqueira Campos (*)	GO	1	1			Não é mais deputado
Dep. Dalton Canabrava (*)	MG	1	1			Não é mais deputado
Sen. Rachid Saldanha Derzi (*)	MS	1	1			Não é mais senador
Dep. Ricardo Izar (*)	SP	1	1			Não é mais deputado
Sen. Divaldo Suruagy (*)	AL	1	1			Não é mais senador
Dep. Rosa Prata (*)	MG	1	1			Não é mais deputada
Dep. Jacy Scanagatta (*)	PR	1	1			Não é mais deputado
Dep. Giovanni Masini	PR	1	1			Não é mais deputado
Dep. Aloysio Teixeira	RJ	1	1			Não é mais deputado
Dep. Vingt Rosado	RN	1	1			Não é mais deputado
Dep. Luiz Leal	MG	1	1			Não é mais deputado
Dep. Mário de Oliveira	MG	1	1			Não é mais deputado
Dep. Pedro Ceolin	ES	1	1			Não é mais deputado
Dep. Eraldo Trindade	AP	1	1			Não é mais deputado
Dep. Antônio Ueno	PR	1	1			Não é mais deputado
Dep. Cleonânicio Fonseca	SE	1	1			Não é mais deputado
Dep. José Camargo	SP	1	1			Não é mais deputado
Dep. Adauto Pereira	PB	1	1			Não é mais deputado
Dep. José Luiz Maia	PI	1	1			Não é mais deputado
Dep. José Egreja (*)	SP	1		1		Não é mais deputado
Dep. Etevaldo Nogueira (*)	CE	1		1		Não é mais deputado
Dep. Renato Johnsson (*)	PR	1		1		Não é mais deputado
Dep. Geraldo Bulhões (*)	AL	1		1		Não é mais deputado
Dep. Alysson Paulineli (*)	MG	1		1		Não é mais deputado
Sen. Lourenço Nunes Rocha	MT	1		1		Não é mais senador
Sen. Meira Filho	DF	1		1		Não é mais senador
Dep. Manoel Ribeiro	PA	1		1		Não é mais deputado
Dep. Hilário Braun	RS	1		1		Não é mais deputado

Dep. Francisco Coelho	MA	1		1		Não é mais deputado
Dep. Felipe Mendes	PI	1		1		Não é mais deputado
Dep. Edme Tavares	PB	1		1		Não é mais deputado
Dep. Eliezer Moreira	MA	1		1		Não é mais deputado
Dep. Eraldo Tinoco	BA	1		1		Não é mais deputado
Dep. Sérgio Spada	PR	1		1		Não é mais deputado
Sen. Guilherme Palmeira (*)	AL	1			1	Não é mais senador
Dep. Gandhi Jamil (*)	MS	1			1	Não é mais deputado
Sen. Ivan Bonato (suplente)	SC	1			1	Não é mais senador
Dep. Paulo Pimentel (**)	PR	1			1	Não é mais deputado
Dep. Ismael Wanderley	RN	1			1	Não é mais deputado
Dep. Fausto Rocha	SP	1			1	Não é mais deputado
Dep. Sadie Hauache	AM	1			1	Não é mais deputado
Dep. Narciso Mendes	AC	1			1	Não é mais deputado

(*) As concessões creditadas a esses parlamentares foram outorgadas em nome das respectivas esposas, filhos ou irmãos.

(**) O deputado Paulo Pimentel ganhou a concessão da Televisão Cidade Ltda., em Londrina (PR), em nome de “terceiros”. A emissora foi dada ao jornalista Mussa José Assis e ao seu genro Marcus Vinícius Manfrin de Oliveira, ambos diretores do jornal O Estado do Paraná, que integra o grupo de comunicação controlado pelo parlamentar.

(***) A deputada Rita Furtado, esposa do secretário-geral do Minicom, Rômulo Villar Furtado, e o deputado Luís Eduardo Magalhães, filho do ministro Antônio Carlos Magalhães, também receberam concessões em nome de “terceiros”, os famosos “testas de ferro”. Cf. IstoÉ Senhor, nº 1067, 28 de fevereiro de 1990, p. 34.

O quadro acima foi adaptado da pesquisa de Motter (1994), que mostrou como se deu a votação dos projetos da ampliação do mandato do presidente Sarney e do presidencialismo como sistema de governo. Os dados foram obtidos no Ministério das Comunicações e em reportagens dos jornais *Folha de S.Paulo* e *O Globo*. O autor fez um cruzamento de como votaram os parlamentares constituintes nesses dois projetos e as concessões de radiodifusão liberadas no período da votação. Dos 91 parlamentares, 84 votaram a favor do quinto ano de mandato e 82 foram favoráveis ao presidencialismo.

Dos 91 parlamentares que adquiriram outorga na votação da Constituinte, 73 não exercem mais mandato parlamentar, três já morreram, um é governador e 14 continuam no Congresso Nacional, entre eles Inocêncio Oliveira. É importante observar que os dados não expressam com exatidão o destino político desses concessionários, mas apenas mostram que a grande maioria não manteve seu mandato parlamentar. O que não quer dizer, todavia, que eles não possam estar exercendo algum outro mandato nos seus Estados de origem, como Aécio Neves, que é governador de Minas Gerais. Por se tratar de um político de dimensão nacional, esta pesquisa atualizou a condição política de Aécio Neves, o que não foi feito com os demais parlamentares constituintes que não mantiveram seus mandatos no Congresso. Alguns, inclusive, como aconteceu com Sérgio Naya e Luís Eduardo Magalhães, também podem ter morrido, o que não foi levantado por este trabalho, até por não ser objeto de estudo. A ideia de mostrar a permanência dos políticos radiodifusores no Congresso foi apenas para observar se

realmente esses parlamentares tinham como prioridade se utilizar da concessão pública de radiodifusão para fins eleitorais.

Para além dos interesses políticos, será que, ao pleitear outorgas de rádio e televisão no governo, os políticos radiodifusores não estariam interessados em ampliar seus negócios? E é a partir dessa interligação entre o campo político com o da comunicação, passando pelos interesses capitalistas das indústrias culturais, que esta pesquisa entra no estudo de caso, que são as empresas de radiodifusão do deputado federal Inocêncio Oliveira, detalhado no capítulo seguinte. Será apresentada uma introdução com um resgate sobre a histórica da imprensa em Pernambuco, para depois analisar a TV Asa Branca e as rádios A Voz do Sertão, Líder do Vale e Transertaneja. Finalizando, será apresentada uma breve biografia do parlamentar radiodifusor.

CAPÍTULO 4

INOCÊNCIO OLIVEIRA E A RADIODIFUSÃO: UM CASAMENTO QUE DEU CERTO

4.1 – Pernambuco no Contexto das Indústrias Culturais

Depois de analisar nos capítulos anteriores as teorias que fundamentam os conceitos de coronelismo e coronelismo eletrônico e os da economia política da comunicação e das indústrias culturais, passando pela relação de poder, este trabalho entra no estudo de caso, analisando as empresas de radiodifusão do deputado federal Inocêncio Oliveira (PR-PE). Antes, no entanto, será feita uma breve introdução sobre a história da comunicação em Pernambuco e apresentado um quadro recente dos políticos pernambucanos que são concessionários de rádio e/ou televisão.

Como já foi visto no capítulo 1, é grande o interesse da classe política pelas empresas de radiodifusão. Segundo dados de 2005 divulgados pela ONG Transparência Brasil, que tomou como base um levantamento feito no mesmo ano pelo pesquisador Venício Lima, 28 dos 81 senadores são concessionários de rádio e televisão. Outra pesquisa, também de 2005, realizada pelo ProJor, revelou que 51 dos 513 deputados federais têm concessões de radiodifusão. Esses índices referentes aos deputados podem ser ainda maiores se for considerado que os números não estão contabilizando as concessões em nome de “laranjas” ou de familiares dos parlamentares. Com esse perfil, encontra-se o deputado federal por Pernambuco José Mendonça Bezerra (DEM), pai do ex-governador de Pernambuco Mendonça Filho, principal liderança do DEM na região para disputa de cargos majoritários.²⁰

É interessante destacar que José Mendonça era um dos membros da Comissão de Ciência, Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI) da Câmara dos Deputados nos anos de 2003 e 2004.²¹ Suas empresas de radiodifusão não estão em seu nome e sim nos de sua esposa, Estefânia Maria Bezerra, e de duas filhas, Andrea Moura Bezerra e Isabela Bezerra Coutinho. Segundo consta no Ministério das Comunicações, os familiares de José

²⁰ Mendonça Filho foi vice-governador por sete anos e seis meses e governador por seis meses, no período de 1999 a 2006. Perdeu eleição para governador em 2006 e para prefeito do Recife em 2008. Atualmente é presidente regional do Democratas.

²¹ Cf. LIMA (2006, p. 127).

Mendonça têm a outorga de duas rádios OM nos municípios de Belo Jardim e Santa Cruz do Capibaribe e uma FM no Recife. Analisando o quadro de sócios e diretores dos canais de rádios FM e AM e de televisão do Sistema de Acompanhamento de Controle de Cotas (Siacco) da Anatel, é possível identificar que, além de José Mendonça, outros políticos pernambucanos também estão entre os radiodifusores, conforme consta no quadro a seguir.

POLÍTICOS RADIODIFUSORES EM PERNAMBUCO²²

NOME	CARGO	CONCESSÃO
Inocêncio Oliveira	Deputado federal e estudo de caso deste trabalho	Rádio A Voz do Sertão (AM), em Serra Talhada; Transertaneja FM, em Afogados da Ingazeira; Líder do Vale FM, em Serra Talhada; Rede Nordeste de Comunicação/TV Asa Branca, afiliada da Rede Globo em Caruaru
Cintra Galvão	Ex-deputado estadual e ex-prefeito de Belo Jardim	Rádio Itacaité FM, em Belo Jardim
José Aglailson	Ex-deputado estadual e ex-prefeito de Vitória de Santo Antão	Sistema Horizonte de Comunicação Ltda. (FM), em Carpina; Agreste Radiodifusora Ltda. (FM), em Limoeiro; Rádio Cultural de Vitória Ltda., em Vitória de Santo Antão
Geraldo Melo	Ex-deputado estadual e ex-prefeito de Jaboatão dos Guararapes	Guararapes Metropolitana FM Ltda./Sucesso FM, em Jaboatão dos Guararapes
Família Coelho	Família tradicional do Sertão pernambucano que tem como seus principais líderes políticos e oligárquicos os ex-prefeitos de Petrolina e ex-deputados Osvaldo Coelho, Geraldo Coelho e Fernando Bezerra Coelho	Rádio e Televisão Grande Rio FM Stéreo Ltda., em Petrolina; Rádio e Televisão Grande Rio FM Stéreo Ltda., em Santa Maria da Boa Vista; Rádio Felicidade FM Ltda., em Santa Maria da Boa Vista; Rádio da Grande Serra (AM), em Araripina; Rádio Felicidade FM Ltda., em Cabrobó; Rádio FM Voluntários da Pátria Ltda. (AM), em Ouricuri; Rádio Felicidade FM Ltda., em Petrolândia; Rádio do Grande Rio Ltda. (AM), em Petrolina
José Mendonça	Deputado federal e pai do ex-governador Mendonça Filho (esposa e filhas aparecem como sócias)	JMB Empreendimentos Ltda., no Recife; Rádio Bituri Ltda. (OM), em Belo Jardim; JMB Empreendimentos Ltda. (OM), em Santa Cruz do Capibaribe
Gonzaga Patriota	Deputado federal	FN Rede Brasil de Comunicações Ltda., em Salgueiro
Henrique Queiroz	Deputado estadual	Rádio Vitória FM Ltda., em Vitória de Santo Antão
Hélio Urquiza	Ex-deputado estadual e esposo da ex-prefeita de Olinda Jacilda Urquiza	Rádio Papacaca Ltda. (OM), em Bom Conselho
Família Lyra	Família de políticos como Fernando Lyra, ex-deputado federal e ex-ministro da Justiça, e do vice-governador de Pernambuco João Lyra Neto. Aparece como sócio da empresa João Lyra Filho	Rádio Cultura do Nordeste S.A. (OM), em Caruaru

²² Ministério das Comunicações – Quadro de Sócios e Diretores dos Canais de Rádios em Frequência Modulada (FM), Ondas Médias (AM) e TV. Anatel – Sistema de Acompanhamento de Controle de Cotas (Siacco). Acesso em 3 de julho de 2006.

Entre os destaques de políticos radiodifusores em Pernambuco estão Inocência Oliveira e a família Coelho, já citados anteriormente, ambos atuando no Sertão pernambucano. Além de rádios FM e AM, eles também são os únicos políticos no Estado que têm outorgas de televisão, a TV Asa Branca e a TV Grande Rio, respectivamente.

Inocência Oliveira detém 34% da sociedade da TV Asa Branca, sendo 31% em seu nome e 3% em nome de três filhas, e divide a sociedade de três rádios no Sertão pernambucano com a esposa, Ana Elisa Nogueira, e uma das filhas. Mesmo considerando o razoável aparato midiático, não se pode dizer que o deputado controla uma rede de comunicação, uma vez que a televisão não tem nenhuma vinculação com as rádios. Além do mais, os outros sócios da Asa Branca, Vicente Jorge e Luiz de França, exercem funções de direção da Asa Branca, dando-lhe um caráter estritamente empresarial, convergindo com o que defende Bolaño (2000, p. 123-124):

Uma instituição autônoma estruturada sob o modelo da empresa capitalista e que funciona de acordo com suas próprias leis internas e não segundo as necessidades do processo social. (...) Televisão apresenta ao público uma realidade fragmentada e rearticulada de acordo com uma lógica distinta, baseada nas suas próprias necessidades (econômicas e políticas) e nas do capital e do Estado.

Impedido legalmente de exercer função na empresa, Inocência Oliveira tem como representante na direção da TV Asa Branca uma das filhas, Shirley Oliveira, que também dirige as três rádios do deputado e as demais empresas do grupo. Embora do mesmo grupo empresarial, a TV Asa Branca e as rádios funcionam como empresas distintas, com administrações independentes. Levando-se em consideração apenas as três rádios, talvez seja possível identificar uma concentração horizontal, já que elas trabalham interligadas, têm a mesma razão social e os mesmos sócios, além de um gerente comum, o radialista Marcos Oliveira.

Sobre a TV Asa Branca, considerando a análise feita acerca do conceito de coronelismo eletrônico no primeiro capítulo deste trabalho, verificou-se não ser possível afirmar a existência do fenômeno na empresa. Observou-se, todavia, que a televisão se insere nos conceitos das indústrias culturais como uma empresa que “integra o setor econômico, reproduzindo o capital investido neste setor da indústria cultural, (...) difundindo e reforçando as ideias dominantes através de seus programas” (CAPPARELLI, 1982, p. 11).

A implantação da TV Asa Branca surge como consequência do processo de desenvolvimento das indústrias culturais em Pernambuco, Estado considerado por alguns pesquisadores como pioneiro no quesito comunicação. Os primeiros sinais da imprensa em

Pernambuco surgiram com a Restauração Pernambucana, quando apareceram os primeiros panfletos para propagação de ideias políticas, o que levou a imprensa pernambucana a ser marcada até os dias de hoje pelos interesses políticos. “Os clãs nobres utilizavam a política para estabelecer suas disputas particulares e assim as estenderam para a comunicação” (CRUZ, BARROS e TAVARES, 2006, p. 21). Se na contemporaneidade é urgente o debate sobre a utilização política dos veículos de comunicação, em Pernambuco essa característica é histórica.

A implantação dos meios de comunicação da tecnologia impressa em Pernambuco foi, na sua gênese, um instrumento político nas mãos de blocos antagônicos por bastante tempo. A utilização panfletária da imprensa foi fenômeno bastante comum no século XIX. Um sem-número de pasquins se extinguiu após cumprir os objetivos passageiros da autoafirmação das elites, em busca de mais ampla visibilidade social e denegrimiento dos desafetos (CRUZ, BARROS e TAVARES, 2006, p. 22).

Os autores afirmam que Pernambuco se consolidou como “a principal matriz simbólica do Nordeste, também referência no âmbito nacional” (CRUZ, BARROS e TAVARES, 2006, p. 65). E, como fruto desse pioneirismo – que, segundo os pesquisadores, não teve continuidade –, é inaugurado, no dia 7 de novembro de 1825, o jornal *Diario de Pernambuco*. Conhecido por integrar a rede dos Diários Associados, o jornal teve como primeiro proprietário o tipógrafo Antonino José de Miranda Falcão. Só em 1931 foi adquirido pelo dono dos Associados, Assis Chateaubriand. Inicialmente, o *Diario* circulava apenas com anúncios, que eram gratuitos.

O jornal se sustentava das vendas dos exemplares. “Com o tempo o *Diario* passou a inserir o relato de fatos que interessavam à colônia, principalmente sobre relações comerciais” (BARROS, CRUZ e TAVARES, 2006, p. 25). Os autores acrescentam que o jornal teve, desde o início, uma postura conservadora de apoio às decisões governamentais. Após quase duzentos anos de seu surgimento, o *Diario de Pernambuco* ainda está em funcionamento, levando a empresa a utilizar como marketing o slogan de ser *o jornal mais antigo em circulação da América Latina*.

O período que vai do surgimento do *Diario de Pernambuco* até o início do século XX, a imprensa pernambucana ainda estava na fase artesanal. Tanto é que “entre 1829 e 1900 surgiram 66 jornais no Recife”, enquanto entre 1901 e 1954 “mais de 68 jornais diários apareceram, destacando-se o *Jornal do Comercio*, em 1919” (BARROS, CRUZ e TAVARES, 2006, p. 28). Muitos desses jornais não sobreviveram ao tempo, ao contrário do

que aconteceu com o Jornal do Commercio, que inaugura uma nova fase da imprensa pernambucana (BARROS, CRUZ e TAVARES, 2006, p. 25).

Não havia mais espaço para esse tipo de publicação artesanal; o advento da publicidade e a necessidade de conquistar um público maior exigiam uma dinâmica mais profissional e séria. Os pasquins dariam lugar, cada vez mais, a um mercado de poucos pequenos jornais que, por questões financeiras, foram capazes de se capitalizar (BARROS, CRUZ e TAVARES, 2006, p. 29).

Apenas o Diário de Pernambuco, o Jornal do Commercio, o Diário do Povo e o Diário da Manhã se consolidaram como empresas de comunicação em Pernambuco. Os dois primeiros eram os maiores concorrentes e tinham o perfil conservador, de apoio ao governo, enquanto os dois últimos eram de oposição. É a partir daí que se inicia um período em Pernambuco que vai, mais adiante, ser absorvido pela lógica das indústrias culturais. “Em meados do século XX, a imprensa paulatinamente apresenta um rompimento com o seu papel panfletário e esboça um caráter empresarial” (BARROS, CRUZ e TAVARES, 2006, p. 30).

Depois da transição da fase panfletária para a empresarial do jornal impresso, é introduzido no Brasil, na década de 1920, o rádio. Até 1935 o veículo se organizava em termos não comerciais, em forma de associações ou clubes. Só a partir de 1932 é que a legislação permite publicidade no rádio, fixada no início em 10% da programação diária. Em 1952, a legislação aumentou esse limite para 20%. Em 1941 é introduzida a radionovela. O cinema torna-se de fato um bem de consumo entre as décadas de 40 e 50. Mas as empresas culturais ganham força na década de 50, com a chegada da televisão. A primeira foi inaugurada em 1950, em São Paulo, pelo grupo Associados, a TV Tupi. Em 1959, é introduzido o videoteipe. Nesse mesmo ano, o Brasil começa a fabricar aparelhos de televisão, antes importados com alto preço, o que limitava o consumo das classes menos abastadas.

Nesse cenário, Ortiz (2001) observa que o movimento de expansão do capitalismo se realiza somente em determinados setores, não se estendendo para a totalidade da sociedade, o que retarda a introdução da indústria cultural no Brasil. “A indústria cultural e a cultura popular de massa emergente se caracterizam mais pela sua incipiência do que pela sua amplitude” (ORTIZ, 2001, p. 45). O autor cita as verbas publicitárias para explicar o retardo da mercantilização cultural no país. Em 1958, segundo o pesquisador, as verbas aplicadas na televisão atingem aproximadamente 8%, contra 22% no rádio e 44% nos jornal.

Depois da consolidação dos jornais impressos, Pernambuco entra na fase da radiodifusão. Nesse setor, o Estado também é apontado como pioneiro. Em 6 de maio de

1919, instala-se no Estado a Rádio Clube, a primeira rádio de toda a América Latina. Inicialmente, funcionava como uma sociedade de radioamadores, com duas horas de programação pela manhã e duas à noite, servindo de “instrumento de exibição, e não de vendagem; e surgiu não para se tornar o novo meio de comunicação de massa, mas uma apresentação da elite para si mesma” (CRUZ, BARROS e TAVARES, 2006, p. 32). Só a partir de 1932, com o Decreto-Lei nº 21.111, é que começou a ser implantada nas rádios a propaganda comercial, gerando concorrência e, conseqüentemente, a busca pela profissionalização.

Na seqüência da nova legislação, é implantada, em 4 de julho de 1948, a Rádio Jornal do Commercio, com sede no Recife e difusoras nos municípios de Pesqueira, Garanhuns, Caruaru e Limoeiro. Tendo como proprietário o empresário F. Pessoa de Queiroz, dono também do Jornal do Commercio, a Rádio Jornal inaugurou a primeira cadeia de rádio em Pernambuco, cujo lema era, e ainda é, *Pernambuco falando para o mundo*, devido ao fato de sua programação ser transmitida para várias partes do mundo. No início da década de 50, depois de instalar a TV Tupi em São Paulo, Assis Chateaubriand, já proprietário do Diário de Pernambuco, compra a Rádio Clube e instala no Estado a Rádio Tamandaré. Esse período é considerado a fase áurea do rádio, que só entra em declínio com a consolidação da televisão. Em *Televisão e capitalismo no Brasil* (1986), Capparelli faz um paralelo entre o rádio e a televisão, argumentando que os dois veículos:

Se expandiram juntos, cada um seguindo um caminho. A televisão formando o primeiro mercado nacional para os bens simbólicos; o rádio, regionalizando-se. As primeiras emissoras de rádio tinham se localizado nas capitais, mas, depois, a multiplicação de seu número as levou ao interior (CAPPARELLI, 1986, p. 80).

A disputa entre F. Pessoa de Queiroz e Assis Chateaubriand, proprietários do Jornal do Commercio e do Diário de Pernambuco, respectivamente, extrapolava o setor impresso, entrando na radiodifusão, com a concorrência das rádios e, mais tarde, das TVs. Em recente pesquisa, Barros (2008) diz que os dois empresários precisavam “ter boas relações com o governo, principalmente, por causa da isenção de taxas alfandegárias na importação do papel utilizado pela imprensa” (BARROS, 2009, p. 43). Em 1960, Chateaubriand inaugura, no dia 4 de junho, a TV Clube e, dias depois, em 18 de julho, F. Pessoa de Queiroz instala a TV Jornal do Commercio, ambas em funcionamento até os dias de hoje. “A TV Rádio Clube foi inaugurada às pressas para surpreender a concorrente e lançada improvisadamente num galpão da Rádio Tamandaré” (CRUZ, BARROS e TAVARES, 2006, p. 35). Quanto à TV

Jornal, a empresa foi instalada em um prédio construído especificamente para tal função, com equipamentos de última geração, assim como tinha acontecido com a Rádio Jornal. O empresário F. Pessoa de Queiroz enviou funcionários para Londres e Nova Iorque em busca de equipamentos modernos e para adquirirem *know-how* em estúdios em emissoras americanas como NBC, ABC e CBS. Além disso, contratou os melhores profissionais do rádio e artistas do Rio de Janeiro e São Paulo.

Segundo a pesquisa de Barros (2008), a instalação dessas duas televisões marca o apogeu do mercado de comunicação e o processo de industrialização em Pernambuco, que coincide com a instalação da Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste (Sudene). “Os cofres da Sudene recebiam recursos de empresas que tinham desconto de Imposto de Renda para investir em projetos na região. Aquelas que se instalavam no local também pagavam menos impostos” (BARROS, 2009, p. 43). Jorge José de Santana (2007), autor do livro *A televisão pernambucana por quem a viu nascer*, relembra essa fase, referindo-se à instalação da TV Rádio Clube:

Foram recrutados profissionais que faziam rádio, gente de teatro, jovens amantes do cinema, visionários que buscavam desenvolver suas ideias, universitários que, embevecidos, faziam daquela novidade instrumento de difusão de cultura e promoção da arte nas suas mais variadas expressões (SANTANA, 2007, p. 13).

A televisão pernambucana também buscou qualidade, oferecendo ampla programação, que incluía desde programas de auditórios, herdados do rádio, até a produção de telenovelas. “Era o auge da TV pernambucana. A novela *A moça do sobrado grande*, produzida pela TV Jornal, chegou a ser exibida em São Paulo, no horário nobre, pela estreante TV Bandeirantes” (CRUZ, BARROS e TAVARES, 2006, p. 35). Dentro da característica pioneira apontada pelos autores, em 1968, é instalada no Estado a primeira televisão educativa da América Latina, a TV Universitária. Mas o auge da televisão em Pernambuco não perdura por muito tempo, confirmando a tese de um “pioneirismo sem continuidade”.

Cruz (1996), autora do livro *Televisão e negócio – A RBS em Santa Catarina*, chama atenção para o fato de que o mercado televisivo depende do avanço tecnológico, sobretudo frente ao modelo competitivo do veículo, para se manter forte. “É através da capacidade tecnológica que as empresas conseguem sobressair-se, diferenciar-se e criar barreiras à entrada para outros competidores” (CRUZ, 1996, p. 125). A autora complementa citando Bolaño, para quem a principal exigência para a permanência da televisão como um setor importante das indústrias culturais é a:

Solidez financeira e capacidade econômica e técnica para a aquisição e operação de equipamentos. (...) Não se trata, portanto, de vantagens técnicas de produção como as existentes em outras indústrias, mas antes vantagens econômicas, financeiras, de pessoal especializado e administrativas, que definem o jogo de concorrência pela melhor técnica. O aspecto financeiro é naturalmente central (BOLAÑO, apud CRUZ, 1996, p. 125).

Sem acompanhar os avanços tecnológicos e as exigências do mercado, a televisão pernambucana começa a entrar em decadência. Mesmo assim, continuou se expandindo. Em 22 de abril de 1972, surge a TV Globo Nordeste, uma das concessões controladas pelo próprio Sistema Globo, expandindo a rede nacional da família Marinho, que se consolidou nos anos 70 como o instrumento integrador das ideias dos militares. Além da Globo Nordeste, outra rede implantada em Pernambuco foi a TV Manchete, em 1984.

Primeiro, a televisão instala-se nos polos economicamente mais desenvolvidos – Rio de Janeiro e São Paulo –, daí se expandindo para as maiores capitais brasileiras no litoral e só muito mais tarde para o interior do país. Tal crescimento segue os meandros da expansão do capitalismo brasileiro, que vai se localizar em polos formados por estas duas cidades em relação ao Brasil, e das capitais em relação ao interior (CAPPARELLI e LIMA, 2004, p. 65).

Também em 1984, o governo do Estado adquire a TV Tropical, instalada no município de Caruaru, passando a se chamar, a partir de 1988, TV Pernambuco. Ainda na década de 80, é instalada no Arquipélago de Fernando de Noronha a TV Golfinho. Na época, a ilha era território federal e começou transmitindo a programação da TV Nacional, controlada pelos militares, para, em seguida, retransmitir a programação da Rede Globo. Com a Constituição de 1988, Fernando de Noronha foi anexada ao Estado de Pernambuco, o que levou a TV Golfinho a ser administrada pela TV Pernambuco. Atualmente, a TV também é responsável pela retransmissão dos sinais do SBT, Record, Bandeirantes, Rede TV! e TV Pernambuco/Canal Futura.

Em 1991, mais três televisões são inauguradas no Estado: a TV Asa Branca, em Caruaru, a TV Grande Rio, em Petrolina, e a TV Tribuna, em Olinda. A Asa Branca e a Grande Rio são afiliadas da Globo, enquanto a Tribuna é afiliada da Bandeirantes. A expansão das concessões de televisão em Pernambuco chamou a atenção de Jorge José de Santana (2007), que chegou a sugerir que esse crescimento era desproporcional ao mercado local, prevalecendo, nesse caso, a vaidade dos concessionários.

As concessões obtidas refletiam a política do governo central de abrir espaços cada vez maiores aos veículos de comunicação de massa. A ideia da unidade nacional passava pela ampliação desse instrumento

regional como polo de produção televisiva. Numa complexa lógica que invertia as expectativas regionais, as novas emissoras teriam de se afiliar às cabeças de rede, sem o que seria impossível sobreviver. Essas redes eram capitaneadas pela Globo, pelo Sistema Brasileiro de Televisão, pela Record e pela Bandeirantes. Dentro desse contexto, o Estado de Pernambuco passara a ser palco de investimentos que transcendiam inclusive a própria capacidade do mercado, com verbas escassas e clientes potencialmente limitados (SANTANA, 2007, p. 147).

Mesmo com as dificuldades apresentadas por Santana, a expansão da televisão em Pernambuco continuou na década de 1990. Segundo o autor, em 1991 foi instalada a TV Recife/MTV, que retransmite a programação da rede MTV. Em 2005, surgem a Estação Sat e a TV Nova, ambas em UHF. Foi também entre os anos de 1980 e 2000 que cresceu o número de rádios FM. Uma das mais recentes televisões implantadas em Pernambuco é a TV Jornal de Caruaru. Em 2004, quando surgiu, tinha como razão social TVI. Só a partir de 2006, depois que o empresário João Carlos Paes Mendonça comprou o controle acionário da empresa, é que passou a se chamar TV Jornal de Caruaru, compondo mais uma emissora do Sistema Jornal do Commercio de Comunicação.

A ampliação do mercado de televisão em Pernambuco é parte do processo de desenvolvimento das indústrias culturais no Estado e no país. Além da televisão, outros setores das indústrias culturais se desenvolveram em Pernambuco. Prova disso é o surgimento de mais um jornal impresso, a Folha de Pernambuco, do Grupo Eduardo Queiroz Monteiro, que controla também a Agência Nordeste, a Rádio Folha FM e a Folha Digital. O jornal surgiu em 1998 para atender ao público formado pelas classes C e D. Outras empresas de comunicação já existentes também se expandiram durante esse período, como o Sistema Jornal do Commercio, que se consolidou como uma rede regional; a Globo Nordeste, que agora conta também com o portal PE360Graus; e o Diários Associados, que, além do Diário de Pernambuco, da Rádio Clube AM e FM e da TV Clube, possui ainda o portal Pernambuco.com e o jornal Aqui PE, este último concorrente da Folha de Pernambuco.

No caso do Sistema Jornal do Commercio, as mudanças foram mais profundas. Da criação do Jornal do Commercio, em 1919, até o momento, ocorreram mudanças relevantes, começando com a falência da empresa ainda na década de 1970. “A Empresa Jornal do Commercio sentia o impacto de ser ainda uma empresa tradicional e não encontrava saídas para a sua crise, que só vinha piorando” (BARROS, 2009, p. 63). Depois de várias intervenções e intermediações de governantes da época, como os ex-governadores Joaquim Francisco e Marco Maciel, para reerguer a empresa, que enfrentava uma crise de mais de dez

anos, o Grupo Jornal do Commercio foi comprado, em 1987, pelo empresário João Carlos Paes Mendonça, na época proprietário do Grupo Bompreço, uma rede de supermercados. Hoje, já no formato de Sistema Jornal do Commercio, a rede conta com a Editora Jornal do Commercio, a TV Jornal Recife e Caruaru – afiliadas do SBT –, cinco Rádios Jornal, a Rádio JC/CBN e o portal JC Online.

Considerando os preceitos das indústrias culturais, Pernambuco se insere completamente na lógica capitalista empresarial. Os principais grupos de mídia no Estado – o Sistema Jornal do Commercio, os Diários Associados e o Grupo Eduardo Queiroz Monteiro – têm por característica a concentração de propriedade diagonal. Ou seja, suas empresas controlam mais de um setor da indústria cultural.

4.2 – TV Asa Branca: um núcleo das indústrias culturais no interior de Pernambuco

4.2.1 – A visão empresarial dos acionistas

Com um perfil empresarial, a TV Asa Branca funciona como um importante agente das indústrias culturais no interior de Pernambuco, apesar de ter entre seus acionistas um político, o deputado federal Inocêncio Oliveira, o que tem levado alguns autores a identificar, talvez de forma apressada, a existência de coronelismo eletrônico na emissora. Contudo, ao entrevistar algumas pessoas – entre elas um dos sócios, o empresário Vicente Jorge Espíndola, a ex-diretora e a atual diretora de jornalismo da Globo Nordeste, Vera Ferraz e Jô Mazzarolo, respectivamente, além de ex-funcionários da Asa Branca –, a autora desta pesquisa evidenciou a inexistência do coronelismo eletrônico nessa empresa.

Alguns entrevistados chegaram a afirmar que a participação do parlamentar na emissora era voltada apenas para o lucro, o que reforça a tese de que a Asa Branca se insere na lógica capitalista das indústrias culturais. A jornalista Tânia Passos foi uma das primeiras repórteres contratadas pela Asa Branca, permanecendo na empresa por onze anos. Quando perguntamos se havia uso político da emissora, ela afirma que:

Inocêncio aparentemente não tinha influência nenhuma na televisão. (...) Eu passei muito tempo para saber se realmente era ele um dos donos. A gente não entendia muito bem como era essa divisão, essa sociedade. Eu não via uma participação direta dele, apenas dos outros dois sócios, Vicente Jorge e (Luiz de) França. Inocêncio não aparecia.

Não tinha ninguém dele no início. Anos depois é que começaram a colocar pessoas dele lá dentro. Antes da filha (Shirley) teve Charles (Jurubeba). O doutor Charles chegou lá meio que para comandar a parte financeira da empresa. Inocêncio não tinha uma presença forte lá dentro. A gente, na verdade, tinha uma orientação de pauta muito forte da TV Globo Nordeste (PASSOS, 2009).

Na condição de então diretora de jornalismo da Globo Nordeste, a jornalista Vera Ferraz acompanhou e participou da implantação da TV Asa Branca, em 1991, e ratifica a afirmação de Tânia Passos. “Ele (Inocêncio) pode ser influente em outras coisas. (...) Ele pode até ter interferido depois (que ela deixou a Globo Nordeste, em 2000). Não posso dizer. Mas ele não tinha participação ativa na minha época. Vicente Jorge foi sempre o cabeça desse grupo” (FERRAZ, 2009). A jornalista lembra ainda que a TV Asa Branca, diferentemente da TV Grande Rio, não apresentou grandes problemas com relação ao uso político da emissora. “Essa coisa de política você percebe claramente na TV Grande Rio, mas não na TV Asa Branca. Uma vez ou outra, um fato que acontecia, quando se dava uma cobertura que não precisava ter sido tão grande (...). Mas nada sério” (FERRAZ, 2009).

Sobre a TV Grande Rio, embora não seja objeto de estudo, é interessante destacar que a emissora, controlada pela família Coelho, de Petrolina, chegou a sofrer intervenção da Globo nacional por descumprir as normas do chamado padrão globo de qualidade. Referindo-se à implantação da Grande Rio, Vera Ferraz é incisiva: “Petrolina deu muito trabalho, não foi pouco, não. Fechava para o outro lado (oposição), abria espaço (para os Coelhos), fazia campanha (...). Era dele (Coelho) a emissora e ele não estava acostumado a uma obediência cega. E isso foi agravante” (FERRAZ, 2009). Sobre esse problema, Tânia Passos afirma que “a TV Asa Branca sempre teve muito medo da TV Globo, porque a TV Globo tem intervenção, como fez com a Grande Rio. Vicente Jorge morria de medo de uma intervenção da Globo” (PASSOS, 2009).

As informações evidenciam a tentativa de uso político da TV Grande Rio por seus concessionários, o que não se pode dizer da Asa Branca. Até mesmo nos períodos eleitorais os entrevistados negam a participação de Inocêncio Oliveira na indicação das pautas.

Se você perguntar se houve matéria recomendada, houve, como tem em qualquer veículo de comunicação. Mas, com relação a Inocêncio Oliveira, não havia essa participação política. Na verdade, a influência maior de Inocêncio era quando mandava alguém para a equipe financeira. Era para ver se o dinheiro estava chegando direitinho, como era que estava sendo usado. Eu acho que o interesse dele era mais do ponto de vista financeiro do que político. Como Caruaru é muito próximo do Recife, nunca foi fácil você tentar usar a televisão politicamente. Eu posso te dizer: eu trabalhei lá onze anos lá e nunca

vi a TV sendo usada politicamente para beneficiar Inocêncio (PASSOS, 2009).

A convergência dos depoimentos leva a pensar que a TV Asa Branca, como a mídia em geral, tem como finalidade atender à lógica capitalista, como propõe o pesquisador César Bolaño. Segundo Bolaño, a televisão, como os demais meios de comunicação de massa, transforma a comunicação em uma comunicação especificamente capitalista. O autor classifica esses veículos como “instrumentos a mais de poder nas mãos do Estado e do capital” (BOLAÑO, 2000, p. 102).

Inocêncio Oliveira tem o controle de 34%²³ das ações da TV Asa Branca, enquanto Vicente Jorge Espíndola tem 33% e Luiz de França os outros 33% das ações. Tanto Vicente Jorge quanto Luiz de França exercem cargo e diretores na empresa, assim como Shirley Oliveira, filha de Inocêncio, representante do pai não só na Asa Branca, mas também em todas as empresas do deputado. Dados do Ministério das Comunicações indicam que a concessão da TV Asa Branca é de fevereiro de 1990, o que leva alguns pesquisadores a apontarem a concessão como um prêmio dado a Inocêncio Oliveira pelo então presidente da República, José Sarney, pelo fato de o parlamentar ter votado a favor do mandato de cinco anos de Sarney e do presidencialismo como sistema de governo durante a votação da Constituição de 1988. Como visto no capítulo primeiro, o grande número de distribuição de concessões de radiodifusão durante o processo de votação da Constituinte ficou conhecido como “farra das concessões”.

Mesmo depois de ter passado mais de um ano da promulgação da Constituição e ainda considerando que existiam novas regras para a liberação de outorgas de radiodifusão,²⁴ é importante ressaltar que a TV Asa Branca foi concedida no final do governo Sarney, um mês antes de o presidente eleito, Fernando Collor de Mello, assumir a Presidência. Segundo consta no Sistema de Controle de Radiodifusão (SRD) do Ministério das Comunicações, o decreto do Ministério das Comunicações concedendo a outorga da Asa Branca é de 15 de fevereiro de 1990, sendo publicado no Diário Oficial da União (DOU) no dia seguinte. No dia 13 de dezembro de 1990, o Congresso Nacional aprovou o decreto, sendo publicado no DOU no dia 14. A data de publicação do contrato/convênio é de 24 de dezembro de 1990. Consta ainda nos dados do SRD que a Asa Branca não possui débitos.

²³ Dos 34% do controle acionário do deputado, 31% estão no nome dele, 1% no de Shely Oliveira, 1% no de Sheila Oliveira e 1% no de Shirley Oliveira, todas filhas do parlamentar.

²⁴ A partir da promulgação da Constituição de 1988, as concessões teriam que ser apreciadas pelo Congresso Nacional.

O sócio de Inocêncio na televisão, Vicente Jorge Espíndola, contesta a versão de que a liberação da outorga da Asa Branca seja resultado da “farra das concessões”:

O deputado Inocêncio Oliveira foi procurado por nós para ser sócio da televisão. O deputado deve ter votado realmente nos cinco anos de Sarney, mas a televisão foi depois desse fato. (...) Vocês podem dizer qualquer coisa de Inocêncio, mas isso não é verdade. A verdade é que eu fui com Inocêncio a ACM (Antônio Carlos Magalhães), ministro das Comunicações, para pedir a concorrência da TV Asa Branca. Em nenhum momento a TV Asa Branca fez parte de moeda de troca para nada. (...) Ele (Inocêncio) não tinha nem esse projeto. O projeto foi concebido por mim e por (Luiz de) França, que nunca tivemos filiação partidária. (...) Como o ministro ACM era político, então nós enxergamos que a possibilidade de conseguir esse canal fosse através de uma força política e saímos na época pesquisando quais os políticos que poderiam nos ajudar, quais os deputados federais da bancada de Pernambuco que poderíamos contatar e que também depois não tivessem munição para tomar (a televisão) da gente. E fechamos com Inocêncio. No começo ele não quis. (...) Oferecemos 50% (na sociedade) e ele não quis, ele quis um terço. Essa é a verdade. (...) Quando Collor assumiu, mandou buscar todos os projetos (de concessões de radiodifusão) de volta, os projetos já em tramitação na Câmara dos Deputados. Nós tivemos que fazer um trabalho forte e aprovamos um parecer de Nelson Jobim, hoje ministro da Defesa, que na época era presidente da Comissão de Constituição e Justiça da Câmara, negando esse direito de devolver os projetos para o Executivo. (...) Eram, inclusive, as primeiras concessões que tinham que ser aprovadas pelo Congresso Nacional (ESPÍNDOLA, 2009).

De fato, como já citado anteriormente, a concessão da TV Asa Branca foi aprovada pelo Congresso Nacional e o ato da deliberação foi publicado no Diário Oficial dez meses depois de a concessão ser assinada por José Sarney, quando o presidente já era Collor. Demorou mais tempo a tramitação no Executivo e no Congresso Nacional do que a instalação da televisão em Caruaru. Sete meses depois da publicação no Diário Oficial, mais especificamente em 31 de julho de 1991, TV Asa Branca já estava em funcionamento, um dia antes da TV Grande Rio, inaugurada em 1º de agosto do mesmo ano. As duas emissoras passaram, a partir daí, a compor a maior rede de comunicação existente no Brasil na condição de afiliadas da TV Globo.

Alguns autores chegaram a estimar o espólio da Globo Nacional, considerando o reforço das afiliadas nesse processo. No livro *Televisão e capitalismo* (1982), Sérgio Capparelli afirma que a Globo conta com 41 emissoras em 18 unidades da Federação, incluindo as concessões próprias e as afiliadas. Como a obra já tem quase três décadas, esses números já foram alterados. No livro *Televisão e negócio – A RBS em Santa Catarina*, Dulce

Maria Cruz (1996) também aborda o patrimônio do Sistema Globo de Comunicação, referindo-se à velocidade como a emissora se expandiu:

Nos primeiros seis anos de sua instalação, a Globo alcançou o espólio de 36 afiliadas, centenas de retransmissoras; o jornal O Globo; sistema Globo de Rádio, com 17 emissoras AM e FM; uma editora; uma empresa de promoção de espetáculos; o Sistema Globo de Gravações Audiovisuais; uma indústria eletrônica; a Galeria de Arte Global e a Fundação Roberto Marinho (KHEL, apud CRUZ, 1996, p. 33).

Dados mais recentes mostram que a Globo conta com cinco geradoras próprias, 96 geradoras afiliadas, 19 retransmissoras próprias e 1.405 retransmissoras afiliadas (SANTOS e CAPPARELLI, 2005, p. 85). A TV Asa Branca e a TV Grande Rio estão entre as 96 afiliadas da emissora. Dulce Cruz traduz o caminho percorrido pela Globo, lembrando o desenvolvimento da televisão no Brasil. “No final da década de 60, todos os elementos para consolidação da indústria cultural estão dados, tendo a televisão como o centro” (CRUZ, 1996, p. 36). A autora se apega aos argumentos de César Bolaño, que aponta duas características que ajudaram a confirmar a liderança da Globo como rede: os acordos operacionais com as afiliadas e a implantação do padrão globo de qualidade.

Em termos de concorrência, passamos de uma fase de destruição preexistente (modelo conservador de administração, como o Diários Associados) para a construção de mecanismos estabilizadores que garantissem a primazia da líder (...). A estratégia global passa a ser então a de elevar o nível de requerimentos exigidos para que novos capitais (ou os antigos rearticulados) não pudessem ameaçar a sua posição de liderança. Para tanto, os investimentos deverão ser dirigidos em dois sentidos: o da consolidação da rede e o da configuração de um inconfundível padrão de qualidade, marca registrada da rede na negociação em nível nacional, local e internacional (BOLAÑO, apud CRUZ, 1996, p. 37).

Dulce Cruz (1996) mais uma vez recorre a César Bolaño para explicar as fases da televisão no Brasil, que o autor divide em três etapas: mercado concorrencial (1950-1965) e fase de transição (1965-1969); mercado oligopólico, na década de 70; e a fase da concorrência oligopólica, nos anos 80. Nesse contexto, a autora faz mais uma avaliação da evolução da Globo:

A primeira fase coincide com as primeiras experiências amadorísticas até a profissionalização da TV Rio e Excelsior e passa por uma transição com a entrada da Globo a partir do acordo com o grupo Time-Life. A segunda fase começa com a transmissão do Jornal Nacional, que caracteriza o nascimento da TV Globo, e vai seguir por toda a década de 70, com a consolidação do mercado oligopólico, no qual predomina a Globo. Com o fim da Tupi, em 1980, e o surgimento das redes SBT (1981) e Manchete (1983), começa a terceira fase, a da

concorrência oligopólica, que chega até nossos dias com a etapa exportadora da venda de produções brasileiras para o exterior, especialmente de novelas e minisséries (CRUZ, 1996, p. 25).

Sérgio Capparelli (1986), em *Comunicação de massa sem massa*, dividiu a trajetória da televisão brasileira em duas etapas. A primeira tendo Assis Chateaubriand como protagonista, enquanto a segunda é marcada pela supremacia da Rede Globo. A primeira fase tem como característica a empresa de caráter familiar, embora seja nesse período que se formou o primeiro oligopólio da informação no Brasil, os Diários Associados. O modo operacional da empresa ainda era tradicional e conservador, ao contrário do que foi implantado na segunda fase, a partir da Globo, sobretudo com ajuda logística do grupo norte-americano Time-Life.

Nessa segunda fase, de acordo com Capparelli, a televisão é utilizada como “unidade de produção econômica – novo espaço para aplicação e reprodução do capital e de impulso a outras unidades econômicas de produção – e de produção ideológica-política – legitimação do governo militar, a partir da doutrina da segurança nacional” (CAPPARELLI, 1986, p. 12-13). Capparelli afirma que de 1950 a 1964, primeiros anos da televisão no Brasil, foram concedidas 33 concessões para exploração de canal de televisão. Entre 1964 e 1979, o número subiu para 112 canais de televisão. “Num período marcado pelo autoritarismo dos governos pós-64, essas concessões tornaram-se uma forma de controle da televisão – e dos conteúdos emitidos – por pessoas de confiança política do poder” (CAPPARELLI, 1986, p. 23). Segundo o autor, as outorgas de radiodifusão vão concentrar-se, a partir do golpe de 64, nas mãos de grupos identificados com os objetivos do governo militar, que, por sua vez, produzem o consenso em torno das ideias desse governo.

Em vez de o sistema de concessões favorecer o pluralismo ideológico, serviu para reforçar o monopólio das emissoras dentro de um bloco ideológico politicamente identificado com a doutrina da segurança nacional. Por outro lado, a filtragem dos detentores de concessão favorece uma censura indireta, operada pela raiz, e, eventualmente, a facilidade para a difusão da ideologia dos grupos dominantes no aparelho de Estado (CAPPARELLI, 1986, p. 39).

Entre as afiliadas da Globo existem algumas redes regionais, como a Rede Brasil Sul (RBS), objeto de pesquisa de Dulce Cruz (1996). A autora aponta a RBS como pioneira no modelo adotado de forma geral pelas afiliadas da Globo, que se resume no “aproveitamento dos mercados regionais por emissoras pequenas, enxutas, de alta lucratividade, que encontram na produção local sua fonte de recursos e de credibilidade na comunidade, mas que vêm acompanhadas, ao mesmo tempo, de uma programação nacional de qualidade” (CRUZ, 1996,

p. 178). Essa característica tem sido determinante para consolidar o forte potencial publicitário da TV Asa Branca. “Estima-se que a TV Asa Branca tenha uma participação de 85% do mercado publicitário de Caruaru e outras cidades situadas em sua área de cobertura” (CRUZ, BARROS e TAVARES, 2006, p. 87). Entre os documentos anexados a esta pesquisa estão a tabela publicitária e o balanço financeiro de 2008 da TV Asa Branca.

Segundo Dulce Márcia Cruz, as afiliadas das redes nacionais que se formaram a partir dos anos 70 recebiam a programação por microondas até meados da década de 80, quando foram gradativamente incluídas na recepção via satélite. A TV Asa Branca não conheceu esse período, já que sua instalação aconteceu em 1991. “Só a partir de 1983 é que a Globo começou a trabalhar com o satélite Intelsat, que consolidou de vez a programação em rede, em tempo real” (SOUZA, apud CRUZ, 1996, p. 139).

Mesmo recebendo o conteúdo via satélite, as afiliadas ainda demoraram a retransmitir também via satélite. Em geral, a rota era mesmo terrestre, tanto para as cidades de cobertura das afiliadas como o retorno para a cabeça de rede. Quando a TV Asa Branca foi inaugurada, o Intelsat já estava em funcionamento, mas a emissora não tinha satélite. Nesse caso, recebia o sinal pelo satélite, mas para retransmitir a programação ou se precisasse enviar algo para a central tinha que ser via terrestre. Só a partir de 2005 a Asa Branca terceirizou os serviços de satélite para retransmitir sua programação. A emissora atinge 108 municípios do interior de Pernambuco, incluindo as regiões do Agreste, Sertão e Zona da Mata, conforme mostra o mapa abaixo.

MAPA: Aonde chega a TV Asa Branca²⁵



²⁵ Fonte: site da TV Asa Branca, acessado em 28 de novembro de 2008.

Mas, mesmo com o satélite, a TV Asa Branca ainda disputa espaço com a programação da Globo de São Paulo, retransmitida através das antenas parabólicas. É grande o número de residências do interior pernambucano que dispõem desse aparato tecnológico. Vicente Jorge Espínola explica que, após a entrada do satélite, a função das parabólicas foi anulada, o que não se confirmou pela autora desta pesquisa. “O problema das parabólicas já foi muito sério para nossa emissora. Hoje não é mais porque nosso sinal está também no satélite e tem boa qualidade em todos os municípios de nossa cobertura” (ESPÍNDOLA, 2009). Em Garanhuns, município considerado de médio porte e local onde há uma sucursal da Asa Branca, há localidades em que o sinal da emissora é precário, motivo que levou um hotel da cidade a recorrer à transmissão da antena parabólica para atender a contento seus hóspedes. Quando se perguntou a um funcionário por que o hotel não tem a transmissão local, ele disse que há uma grande interferência das antenas de rádio FM na região, comprometendo a qualidade da transmissão da TV Asa Branca.

A transmissão via satélite da TV Globo favoreceu o setor comercial das empresas afiliadas. A TV Asa Branca não chegou a conhecer o modelo descentralizado de publicidade da rede, em que as afiliadas eram obrigadas a comercializar seus intervalos. Segundo Dulce Cruz (1996), com a instalação do satélite, a Globo montou uma estrutura centralizada de transmissão e comercialização e passou a controlar com mais rigidez os programas de todas as afiliadas.

Em entrevista a Dulce Cruz, um dos sócios da RBS, Nelson Sirotsky, afirma com veemência o fator capitalista da afiliada. “Eu nunca quero deixar de lado a viabilidade econômica. Isso (a televisão) é um negócio, é uma atividade econômica. Claro que ela tem uma diferenciação pela característica de atividade, mas é atividade econômica” (SIROTSKY, apud CRUZ, 1996, p. 161). E vai mais além: “Televisão, e quem não enxergar isso mude de ramo, é negócio alimentado por audiência” (SIROTSKY, apud CRUZ, 1996, p. 163).

Não é preciso muito esforço para as afiliadas da TV Globo alcançarem a liderança, uma vez que contam com a vantagem de retransmitirem a programação de rede, em geral líder de audiência, o que se traduz em lucro. Os programas líderes de audiência são, na sua maioria, gerados pela rede. Na tentativa de conquistar anunciantes, a TV Asa Branca elaborou um documento que mostra o perfil da empresa e da população de Caruaru. A ideia é apresentar o potencial e a influência comercial da emissora na região, conforme o quadro a seguir.

Total de municípios	População Total	Telespectadores Potenciais	Domicílios com TV
108	2.765.548	2.541.349	678.037

Perfil da População de Caruaru

SEXO		CLASSE			IDADE				
H18+	M18+	AB	C	DE	4/11	12/17	18/24	25/49	50+
33	37	15	49	36	16	14	17	39	15

Cobertura é a distância máxima a que pode chegar a emissão de um determinado meio de comunicação. Na TV é usado como Alcance - (Reach).

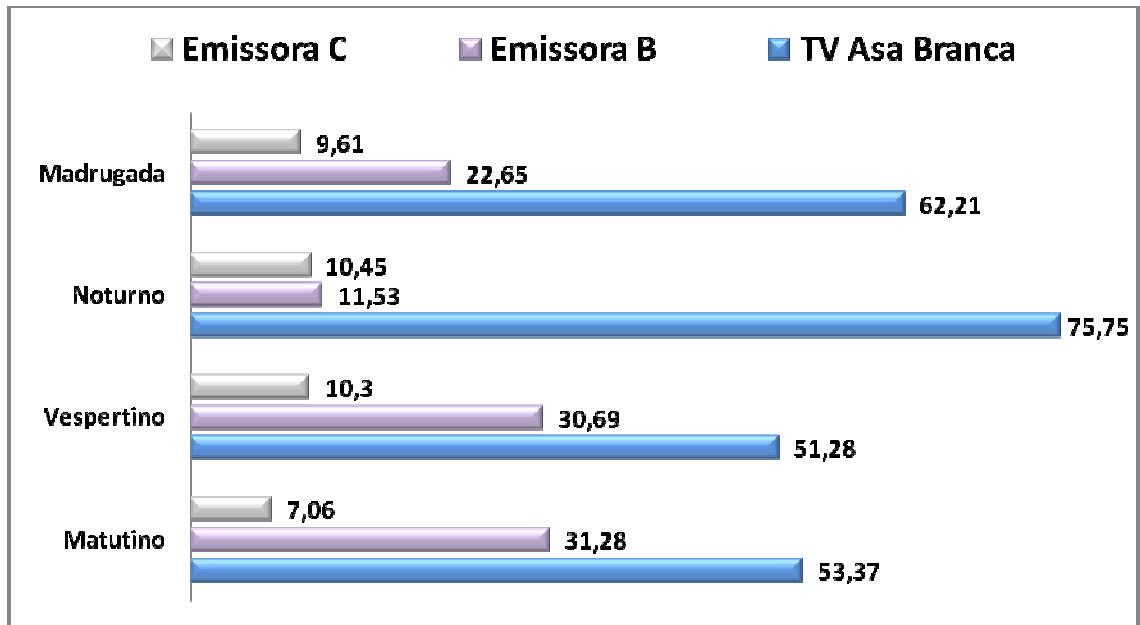
O Alcance é o número de diferentes pessoas (ou domicílios) expostas pelo menos uma vez a um veículo ou a uma combinação de veículos. Pode ser expresso em porcentagem ou número absoluto.

O documento apresenta dados da pesquisa Ibope MediaQuiz, realizada entre os dias 9 e 15 e maio de 2008. Segundo o estudo, entre os 50 programas de maior audiência, a TV Asa Branca é responsável por 44 deles, enquanto a concorrente aparece na frente em apenas seis. Segue abaixo a relação das 13 maiores audiências, algumas transmitidas/retransmitidas pela Asa Branca. O jornal local da noite, o ABTV 2ª Edição, aparece em quarto lugar.

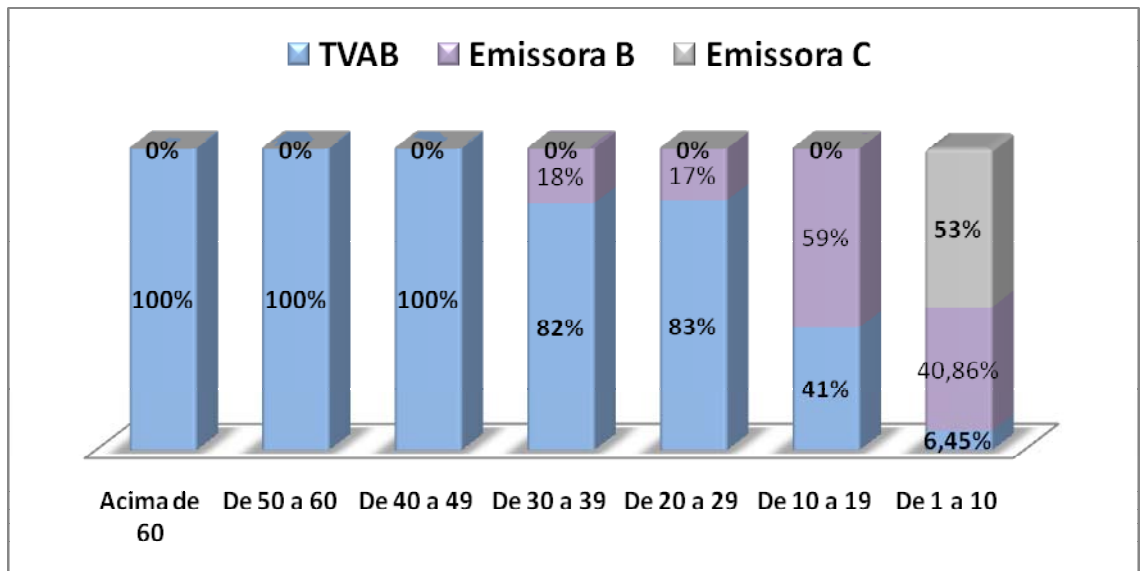
LIDERANÇA	PROGRAMA	AUDI/PTS	SHR%
1º lugar	Jornal Nacional	65	81
2º lugar	A Favorita	63	83
3º lugar	Beleza Pura	61	78
4º lugar	ABTV2	59	75
5º lugar	Ciranda de Pedra	54	74
6º lugar	Zorra Total	47	74
7º lugar	Fantástico	45	69
8º lugar	Futebol 2008	43	81
9º lugar	Casseta & Planeta	43	72
10º lugar	Faustão	42	60
11º lugar	Globo Repórter	40	71
12º lugar	Malhação	39	66
13º lugar	A Grande Família	39	71

É interessante destacar mais dois pontos da pesquisa Ibope MediaQuiz. O primeiro é sobre os horários de maior audiência da TV Asa Branca e o outro é quanto ao público da emissora. Comparando com outras duas concorrentes, a Asa Branca aparece na frente.²⁶

Audiência x horários



Análise de audiência por idade



A lógica comercial da TV Asa Branca conta com uma grade publicitária que dispõe de um esquema de comercialização local e outros dois nacionais. Segundo Vicente Jorge

²⁶ Dados da pesquisa Ibope MediaQuiz, fornecidos pela TV Asa Branca.

Espíndola, há três tipos de comerciais: o local (publicidade vendida aos anunciantes dos 108 municípios de cobertura da emissora); o *spot* (comercializado pela Central Globo; o anunciante escolhe as praças onde quer a publicidade); e o *net* (também comercializado pela central; o cliente anuncia em todas as redes da Globo). “A regra é clara: *spot* e *net* são vendidos pela Central Globo de Comercialização e o local pelo departamento comercial nosso” (ESPÍNDOLA, 2009).

As regras das afiliadas citadas por Vicente Jorge não são acessíveis a qualquer pessoa. O empresário mostrou-se disponível em contribuir com a pesquisa em questão, mas justificou que não poderia repassar informações sobre o contrato com a Globo porque as informações são sigilosas e proibidas pela empresa de serem divulgadas. A pesquisadora tentou, também sem sucesso, obter informações sobre o assunto por meio do Globo Universidade. A justificativa foi a mesma apresentada por Vicente Jorge: tais informações são sigilosas. No entanto, em *Televisão e negócio – A RBS em Santa Catarina*, Dulce Cruz (1996), a partir de depoimento de Décio Fiorin (ex-diretor da RBS), ajuda a entender algumas nuances que estão por trás desses contratos:

O contrato prevê tudo. Desde a programação que é entregue, o tipo de programa que tem de ser feito localmente dentro do mesmo “target”, isto é, dentro das características combinadas (se há horário marcado para notícia não é permitido fazer outra coisa) e aqueles espaços locais que se pode fazer sem definição de “target”. Ali estão definidos os espaços comerciais, quais os que a afiliada pode comercializar por inteiro, quais os que a rede pode comercializar. Prevê a cobertura geográfica, o número de municípios atingidos. A afiliada tem o compromisso de informar o que está cobrindo. No contrato são previstos os custos e a tabela de comercialização adotada. Nesta tabela estão definidos o custo do comercial para todo o país, o custo do mesmo comercial Estado por Estado. Isso porque cada Estado da Federação possui um peso dentro dos 100 por cento que vai formar o preço nacional. Como cada afiliada já sabe o quanto vai receber por aquele comercial, pode calcular o que a Globo vai mandar no final do mês, já que todas sabem onde entraram os comerciais, sabem a tabela, sabem o quanto toca a cada uma. O valor de cada afiliada dentro desse rateio é definido por fatores relativos aos Estados onde operam, tais como a audiência, e outros que não podem ser mudados pela emissora, como os relativos à população ou dados econômicos como o potencial de consumo e o PIB (FIORIM, apud CRUZ, 1996, p. 171).

Segundo Dulce Cruz (1996), Pernambuco e Santa Catarina estão no mesmo nível nesse mercado, ficando abaixo apenas de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Bahia, Rio Grande do Sul e Paraná. Ao citar Pernambuco, a autora se refere à Globo Nordeste, o que talvez não sirva de parâmetro para os municípios do interior do Estado. Mas é interessante destacar que a publicidade – e o conteúdo também – da TV Asa Branca não é pulverizada por

município. Em outras palavras, toda a programação da emissora, tanto de conteúdo como comercial, é igual para toda a área de cobertura da empresa. Na opinião de Vicente Jorge Espíndola:

O maior benefício social que uma emissora regional faz pela região são os intervalos comerciais, porque elas trabalham para o mercado. Se nós tivéssemos só uma emissora, a Globo Nordeste, vários anunciantes que anunciam na TV Asa Branca não teriam condições de comprar espaço porque seria muito caro. Então, ao seccionar o Estado, dando às emissoras regionais essa possibilidade, você ajuda os comerciantes locais, que vão ter acesso aos intervalos comerciais. Isso é um benefício intangível (ESPÍNDOLA, 2009).

Sobre os projetos paralelos desenvolvidos pela TV Asa Branca nas áreas social, cultural, esportiva e regional, o departamento de marketing destacou os projetos *Ação Global*, *Caminhada do Icia* (instituto que ampara e trata crianças com câncer em Caruaru), *Criança Feliz* (projeto que incentiva a cultura às crianças carentes através das artes cênicas e da leitura) e *Aniversário Solidário* (no mês de aniversário da emissora, o evento atende a população carente com consultas médicas e odontológicas, exames laboratoriais, cursos profissionalizantes com duração de uma semana, palestras sobre saúde, lazer e gastronomia regional). Os projetos voltados para a cultura local são *AB Cultural*, *São João da TV Asa Branca* e *AB Inverno*. Na área esportiva, a emissora conta com a *Copa TV Asa Branca de Futsal*, que reúne mais de 40 seleções, representando os municípios que a TV cobre, com jogos distribuídos no Agreste, Sertão e Zona da Mata Sul. A TV Asa Branca conta com 121 funcionários. A empresa disponibilizou para este trabalho seu balanço financeiro referente ao exercício de 2008 e a grade comercial da emissora para a publicidade local. Os dois demonstrativos estão entre os anexos.

4.2.2 - A necessidade do glocal

No primeiro ano de existência, a TV Asa Branca praticamente se limitava a retransmitir a programação da Globo Nordeste. De local, exibia apenas alguns *flashes*, denominados de AB Notícia. A partir de 1992, o NETV 1ª Edição – programa jornalístico produzido pela Globo Nordeste e que até então era retransmitido na íntegra pela Asa Branca – passou a ter dois blocos regionais, produzidos pela equipe da emissora de Caruaru. Dois anos depois, em 1994, um novo programa local vai ao ar: o ABTV Revista, transmitido aos

sábados. Também nesse período estreia o ABTV 2ª Edição, um jornal com produção local exibido à noite, ocupando o horário que antes era destinado ao NETV 2ª Edição, da Globo Nordeste. Em 1997, a emissora de Caruaru lança o ABTV 1ª Edição em tempo integral – não mais com dois blocos dentro do NETV 1ª Edição.

Em 2007, a emissora reeditou o AB Notícia, *flashes* de aproximadamente um minuto veiculados no decorrer da programação diária. A equipe da Asa Branca também produz reportagens que são veiculadas no programa Terra da Gente, que há dez anos é produzido pela EPTV, afiliada da Rede Globo de Televisão em Campinas, São Paulo. A programação local da TV Asa Branca representa muito pouco em relação à programação da rede. Em entrevista à autora desta pesquisa, Vicente Jorge Espíndola tenta justificar, alegando razões econômicas:

O tempo de televisão é muito caro. (...) Se você for fazer uma avaliação, como empresário, de custo-benefício, um programa de rede tem tudo para ter mais audiência que qualquer programa que se faça aqui (pela Asa Branca), exceto jornalístico, que tem que atender realmente à região (ESPÍNDOLA, 2009).

Uma pesquisa feita pela Abepec em 1978 e citada por Sérgio Capparelli (1982) no livro *Televisão e capitalismo no Brasil* identifica uma característica da televisão local que ainda é muito atual:

Mais de 80% do espaço dos programas exibidos é ocupado por material proveniente de universos culturais diversos daquele peculiar à população à qual se destina. Cerca da metade dos programas são estrangeiros e cerca de 1/3 são nacionais. A produção regional é reduzidíssima (4%) e a produção local é quantitativamente pouco expressiva (14%) (CAPPARELLI, 1982, p. 34).

A partir da pesquisa, Capparelli (1982) conclui que há “uma expressiva homogeneidade da programação das emissoras, que atuam segundo um único modelo, não havendo alternativas para diferenciações regionais, o que conflita com a própria realidade cultural do país, marcada por traços acentuadamente regionais” (CAPPARELLI, 1982, p. 38). O jornalista e pesquisador Laurindo Leal Filho, em entrevista à autora deste trabalho, comentou a falta de pluralidade na programação local das emissoras de rádio e televisão:

A Constituição brasileira diz que a radiodifusão deve garantir espaço para produção regional, mas não diz quanto. Isso devia ser regulamentado por lei. Como se daria essa regionalização, qual é o espaço que deveria ser aberto para as produções regionais (...). A ex-deputada Jandira Fegalli apresentou uma lei, que está no Congresso Nacional se não me engano há 14, 15 anos. E ela já tinha feito várias concessões para os empresários para chegar a um acordo para aprovar essa lei, garantir um espaço maior do que esse mínimo ridículo que hoje existe. Até hoje essa lei não foi aprovada e ela deixou de ser

deputada. (...) Até hoje a lei não foi aprovada, o que mostra o poder dos lobbies. Isso é uma política que favorece tanto a Globo como as cabeças de rede. As outras também fazem a mesma coisa porque têm uma multiplicação da sua venda de publicidade no Brasil todo. E também favorece um Inocêncio Oliveira e esses concessionários, que não gastam nada, praticamente nada. E qual é o custo? É energia elétrica. Energia elétrica com um pouquinho de jornalismo que eles fazem lá. O resto vem tudo da Globo e eles ainda inserem os comerciais locais, regionais. Para quem controla a comunicação isso é o melhor dos mundos, mas para a sociedade isso é o pior dos mundos, porque as pessoas não se veem na televisão. Você com isso vai apagando identidades, vai apagando sotaques, vai apagando modos de vida, tudo vai sendo padronizado pelo padrão do Rio, de São Paulo (LEAL FILHO, 2009).

Para Roland Robertson (1992), um dos pesquisadores mais citados quando se fala em global/local, o universal e o particular podem e devem ser conjugados. A glocalização seria, então, o olhar global às condições locais. Citando Abu-Lughod, Robertson (1992) diz que a globalização envolveu a reconstrução e a construção do “lar”, da “comunidade”, da “localidade”. E vai mais além: “O local não é visto, pelo menos como ponto analítico e do ponto de partida interpretativo, como contraponto do global. (...) Ele pode ser entendido, embora sujeito a restrições, como um aspecto da globalização” (ROBERTSON, 1992, p. 253). O autor considera que “está em vigor, cada vez mais acentuado e globalmente difuso, o discurso da localidade, da comunidade, do lar e afins” (ROBERTSON, 1992, p. 255). Robertson acrescenta que “o global não é em si e por si contraposto ao local. Ao contrário, aquilo que geralmente se entende por local está geralmente no contexto do global. (...) Neste sentido, globalização (...) envolve a conexão de localidade” (ROBERTSON, 1992, p. 260).

O glocal pode ser compreendido como a simultaneidade e a interpenetração do global e do local, do universal e do particular. Para Sinclair (2000), a globalização provoca o processo de desterritorialização, criando novos modos de identificação. O autor chega a defender a existência de uma cultura híbrida, que, para ele, é o antídoto contra nações consideradas puras na sua identidade e etnicidade. “(...) Hibridad es la condición normal y actual de toda cultura, o de todas las culturas. Es decir, no hay pureza, solo un proceso permanente de intercambio cultural”²⁷ (SINCLAIR, 2000, p. 127). Inspirado em Marjorie Ferguson e Joe Straubhaar, Sinclair afirma que “la identidad cultural en un sujeto está

²⁷ Traduzindo para o português, o autor afirma que hibridez é a mistura normal e atual de toda cultura, ou de todas as culturas. É dizer que não há pureza, somente um processo permanente de intercâmbio cultural.

constituída por varios niveles, sin que uno en particular domine más que otro”²⁸ (SINCLAIR, 2000, p. 135). Com isso, o autor diz que o global não é mais importante que o local.

Segundo Sérgio Capparelli (1982), mais de 80% do espaço dos programas exibidos na televisão local é ocupado por material proveniente de universos culturais diversos daquele peculiar à população. Cerca da metade dos programas é estrangeiro. O pesquisador Octavio Ianni (2008), autor do livro *A sociedade global*, afirma que:

As organizações econômicas, políticas e culturais, compreendendo empresas, conglomerados, bancos, *tradings*, mídia impressa e eletrônica, *think tanks*, universidades e outras, tecem o mundo em vários níveis, em diferentes desenhos. Por sobre indivíduos, grupos, classes, movimentos sociais, partidos políticos, correntes de opinião pública, sociedades e Estados nacionais, essas organizações ordenam e reordenam as economias e as sociedades, os povos e as culturas. Naturalmente se beneficiam de aliados locais, regionais e nacionais. Articulam-se e integram-se às exigências de setores sociais, partidos, governos. Mas organizam-se segundo razões próprias, interpretações independentes de conjunturas locais, regionais e nacionais. Pensam as suas atividades em um cenário que pode ser internacional, multinacional, transnacional, mundial ou propriamente global. Jamais atrelam as razões da organização essencialmente global às razões deste ou daquele Estado-nação (IANNI, 2008, p. 44-45).

Na opinião do autor, o local, o regional, o nacional e até o continental entram “no jogo das relações internacionais”, recriam-se “no âmbito das relações, processo e estruturas articulados nos caminhos do mundo. (...) Mais do que nunca, o singular e o universal realizam-se como história” (IANNI, 2008, p. 47). O autor acrescenta que “a soberania do cidadão apenas começa a ser pensada, codificada, se estivermos pensando na sociedade mundial. Nessa altura da história, a cidadania vigente, efetiva, indiscutível, é a da mercadoria” (IANNI, 2008, p. 110). Segundo defende, organismos como Banco Mundial, Fundo Monetário Internacional (FMI) e empresas transnacionais se encarregam de transformar a mercadoria em algo global. Para ele, a mercadoria alcançou a cidadania mundial antes do indivíduo.

No processo de socialização, entram em causa relações, processos e estruturas que organizam e movimentam, em escala mundial, as novas perspectivas do indivíduo, da individualização, da realização do indivíduo em âmbito que transcende o local, regional e nacional. As referências habituais na constituição do indivíduo, compreendendo língua, dialeto, religião, seita, história, tradições, heróis, santos, monumentos, ruínas, hinos, bandeiras e outros elementos culturais, são complementadas, impregnadas ou redescobertas por padrões,

²⁸ Traduzindo para o português, o autor afirma que a identidade cultural em um sujeito está constituída por vários níveis, sem que um em particular domine mais que outro.

valores, ideias, signos e símbolos em circulação mundial (IANNI, 2008, p. 113).

A questão de identidade nacional e regional não está sendo analisada neste estudo, mas algumas considerações feitas por pesquisadores são relevantes para entender a problemática do glocal. Renato Ortiz (2001) afirma que:

A indústria cultural adquire mais sensibilidade de equacionar uma identidade nacional, mas reinterpretando-a em termos mercadológicos; a ideia de “nação integrada” passa a representar a interligação dos consumidores potenciais espalhados pelo território nacional. Nesse sentido, se pode afirmar que o nacional se identifica ao mercado; à correspondência que se fazia anteriormente, cultura nacional-popular, substitui-se uma outra, cultura mercado-consumo” (ORTIZ, 2001, p. 165).

O autor cita Maria Rita Kehl, para quem a programação da rede regional é prioritariamente a que a Rede Globo transmite para todo o país. Ortiz cita também o artigo *Mercado global*, o qual afirma que “a implantação da Rede Regional de Televisão foi uma forma de impedir que o homem do campo ficasse alienado do meio em que vive, produzindo-se localmente programas que abordassem temas sobre a vida da comunidade-polo” (ORTIZ, 2001, p. 166). Segundo Ortiz, ao entrar no mercado regional, a indústria cultural precisa se apropriar de costumes locais. “Dizer que a indústria cultural se apropria dos valores locais é, na verdade, considerar que na luta pela definição do que é legitimamente regional temos agora a entrada de uma nova força” (ORTIZ, 2001, p. 166).

Ortiz (2001) afirma que a televisão, como agente da modernidade, vai competir com o imaginário popular regional. Para ele, o que vai acontecer é que essa população só passa a existir “quando vinculada ao mercado nacional” (ORTIZ, 2001, p. 167). Na opinião do autor, a identidade nacional se efetivou a partir dos valores das indústrias culturais: “Como não há dúvidas sobre a consolidação da indústria cultural de caráter nacional, aceitarmos que a realidade da sociedade seja idêntica à proposta do realismo nacional-popular significa admitir que a identidade brasileira se efetivou” (ORTIZ, 2001, p. 180). E completa:

A discussão sobre a “autenticidade” do nacional, e portanto da identidade, é na verdade uma construção simbólica, uma referência em relação à qual se discutem diversos problemas. Na verdade, não existe uma única identidade, mas uma história da “ideologia da cultura brasileira”, que varia ao longo dos anos e segundo os interesses políticos dos grupos que a elaboram. (...) A busca por uma identidade nacional se insere na trama da história brasileira na sua relação com o mundo exterior (ORTIZ, 2001, p. 183).

Renato Ortiz (2001) coloca em relevo ainda a influência dos grandes centros hegemônicos na construção da identidade dos países periféricos como o Brasil. “A cultura brasileira passa a integrar o mercado ajustada agora aos padrões internacionais” (ORTIZ, 2000, p. 205). Jonh Sinclair cita Marjorie Ferguson para dizer que “aunque haya un consumo global de determinadas marcas, medios y estilos de vida, la cultura popular global no puede reducir la diversidad y la diferencia da las culturas en el fondo”²⁹ (SINCLAIR, 2000, p. 72). Segundo Sinclair (2000), a cultura global acrescenta um nível maior de complexidade ao processo de formação da identidade. Outro autor em que Sinclair se inspira para analisar a globalização é Arjun Appadurai, que, segundo afirma, é o investigador mais citado quando se fala em globalização. E é com base nos escritos de Appadurai que Sinclair explica o fenômeno da glocalização: “Es una estrategia para ocultar el modo de producción multinacional, en la medida en que un producto global es presentado en el mercado como un bien local por medio de su posicionamiento a través de la mercadotecnia o *marketing*”³⁰ (SINCLAIR, 2000, p. 75). O autor complementa o raciocínio citando o sociólogo americano Roland Robertson:

Glocalización implica la construcción de consumidores cada vez más diferenciados y la “intervención” de “tradiciones de consumo”. (...) Concepciones contemporáneas de localidad son producidas en términos globales³¹ (ROBERSTON, apud SINCLAIR, 2000, p. 76-77).

Sinclair acrescenta que tal característica não produz homogeneidade, porque, “aunque la forma sea ‘universal’, su contenido es particular”³² (SINCLAIR, 2000, p. 77). Para Sinclair, o local e o global se complementam e o que é global só existe em relação ao local e o local só existe em relação ao global. “Globalización es una dialectica de lo global y lo local, no una relación unidireccional en la que lo global determina lo local”³³ (SINCLAIR, 2000, p. 90-91). Nesse sentido, ele define o glocal como:

Formas de consumo cultural en las que lo local pueda presentarse en el termos globales. Por ejemplo, cada ciudad, aun cada pueblo en el mundo, está adaptándose a las pautas globales de turismo, con sus

²⁹ Tradução para o português: ainda que haja um consumo global de determinadas marcas, meios e estilo de vida, a cultura popular global não pode reduzir a diversidade e a diferença das culturas de fundo.

³⁰ Tradução para o português: é uma estratégia para ocultar o modo de produção multinacional, na medida em que um produto global é apresentado ao mercado como um bem local por meio de seu posicionamento através da mercadotecnia ou marketing.

³¹ Tradução para o português: globalização implica a construção de consumidores cada vez mais diferenciados e a intervenção de tradições de consumo. (...) Conceções contemporâneas de localidade são produzidas em termos globais.

³² Tradução para o português: ainda que a forma seja universal, seu conteúdo é particular.

³³ Na língua portuguesa o texto fica assim: globalização é uma dialética entre o global e o local, não uma relação unidireccional em que o global determina o local.

oficinas, recorridos organizados, folletos, museos locales, tiendas de artesanía, etcétera. Operan como una gama de esperanzas globales, en las que cada lugar quiere tener cabida³⁴ (SINCLAIR, 2000, p. 77).

O autor divide as empresas globais em três níveis, enquadrando a Rede Globo – única televisão brasileira citada por Sinclair – nesta categoria. Segundo afirma, a emissora conta com uma venda anual variando entre 2 e 10 milhões de dólares. De acordo com autor, essas empresas “gozan de una posición fuerte en sus mercados nacionales y regionales, teniendo como base cadenas de prensa y/o radiodifusión y gozando de los beneficios de economías de escala y sinergias entre las divisiones de sus conglomerados”³⁵ (SINCLAIR, 2000, p. 85).

Ele lembra que, no Brasil, a televisão teve um papel de destaque na construção da nação, destacando o caso da Globo, que recebeu todo o suporte dos governos militares para, em contrapartida, implantar uma política de integração a partir dos interesses dos militares. Inspirado em Martín Barbero, Sinclair (2000, p. 103) diz: “Primero, los medios crearon un pueblo, y luego el pueblo se convirtió en una nación”.³⁶

Dentro do cenário de glocalização, a TV Asa Branca acrescenta ao jornalismo produzido pela emissora alguns programas regionais, a exemplo de cobertura de grandes eventos da região, como o São João de Caruaru, o Festival de Inverno de Garanhuns e a Paixão de Cristo de Nova Jerusalém. Esses eventos, inclusive, têm despertado o interesse da Central Globo, sendo pauta para algumas reportagens transmitidas em rede nacional. Com o intuito de dar uma cara mais regional à sua programação, a Asa Branca tem como cenário dos telejornais a imagem de três localidades característica da região: a casa do mestre Vitalino, no Alto do Moura, em Caruaru; o Parque Ruben van der Linden, em Garanhuns; e o Museu de Lampião, em Serra Talhada. Também é nesses três municípios que a emissora conta com infraestrutura empresarial.

Em 1993, a empresa instalou uma sucursal em Garanhuns, no Agreste Meridional, e, em 2006, expandiu-se com outra sucursal em Serra Talhada, cidade natal de Inocêncio Oliveira e seu principal reduto eleitoral. Dados do Ministério das Comunicações confirmam

³⁴ Afirmação do autor traduzida para o português: formas de consumo cultural em que o local possa apresentar-se em termos globais. Por exemplo, cada cidade, cada povoado no mundo, está se adaptando às pautas globais de turismo, com suas oficinas, percursos organizados, folhetos, museus locais, lojas de artesanato, etc. Operam como uma gama de esperanças globais, em que cada lugar seja capaz.

³⁵ Na língua portuguesa o texto fica assim: gozam de uma posição forte em seus mercados nacionais e regionais, tendo como base cadeias de imprensa e/ou radiodifusão e gozando dos benefícios de economias de escala e sinergia entre as divisões de seus conglomerados.

³⁶ Na língua portuguesa o texto fica assim: primeiro os meios criaram um povo, e logo o povo se converteu em uma nação.

que, além da geradora em Caruaru, a televisão de Inocêncio conta com retransmissoras nos municípios de Arcoverde, Garanhuns, Pesqueira e Taquaritinga do Norte.

Mesmo com uma programação local reduzida, e até em virtude do custo, os anunciantes locais têm uma preferência em vincular seus produtos à programação local e regional. Nos programas de rede, a participação dos anunciantes locais é menor, prevalecendo a publicidade comercializada pela rede. Vicente Jorge Espíndola, um dos acionistas da Asa Branca, lembra a época da implantação da Asa Branca para dizer que praticamente não existia mercado local. “Começamos com pouco conteúdo local. (...) Com o tempo a gente foi investindo em pessoal. (...) Não tinha jornalistas aqui. (...) Nós tivemos que fazer praticamente o mercado em Caruaru, tanto o mercado para trabalhar na televisão como o publicitário” (ESPÍNDOLA, 2009).

Uma estratégia comercial utilizada pela TV Asa Branca é participar, através de seus acionistas, de entidades classistas. Atualmente, Vicente Jorge é titular do Conselho Superior da Associação Brasileira de Rádio e Televisão (Abert), representando as emissoras de televisão. Desde 1991 o empresário faz parte da diretoria da instituição, da qual também foi vice-presidente financeiro. Ele fundou e presidiu a primeira direção da Associação das Empresas de Radiodifusão de Pernambuco (Asserpe) e é atual presidente do Sindicato das Empresas de Rádio e Televisão de Pernambuco (Sertepe). Segundo dados da Abert, o empresário é ainda sócio-superintendente da Serviços de Telecomunicações de Pernambuco Ltda. (Setepe).

Como empresários, participamos da Associação Comercial de Caruaru, da Associação Comercial de Garanhuns, da Associação Comercial de Arcoverde. A nossa gestão (da TV Asa Branca) é profissionalizada, tem diretor executivo, diretor comercial e de jornalismo. Os acionistas estão envolvidos com o estratégico e não desenvolvendo funções operacionais. (...) Nós temos que ter contato e um diálogo permanente com os políticos, porque depende disso a nossa situação de regulamentação. A radiodifusão depende disso. Temos um bom relacionamento (com a classe política), mas não somos filiados de partido político. Os gestores da emissora não são. O deputado (Inocêncio Oliveira) é sócio, mas não é gestor (ESPÍNDOLA, 2009).

Juntamente com Luiz de França, outro acionista da TV Asa Branca, Vicente Jorge tem investimentos em outros setores, como a Faculdade do Vale do Ipojuca (Favip), que funciona em Caruaru e entre os cursos oferecidos conta com o de jornalismo. Já Inocêncio Oliveira, além de deputado federal e empresário de radiodifusão, tem entre seus investimentos um hospital em Serra Talhada, concessionárias de moto e algumas fazendas. A trajetória do

parlamentar será apresentada mais adiante. Antes disso, este estudo vai analisar as três rádios controladas por Inocêncio: A Voz do Sertão e Líder do Vale, em Serra Talhada, e Transertaneja, em Afogados da Ingazeira.

4.3 As Rádios Deixam de Ser Instrumento Político e Assumem Perfil Empresarial

Embora componha um dos setores da indústria cultural por estar entre os veículos de comunicação da radiodifusão, o rádio passou por transformações consideráveis depois da implantação da televisão no Brasil. “O surgimento da televisão no Brasil, em 1950, anunciava o fim do glamour da Era do Rádio, que passaria ao ostracismo interiorano, restando o novo meio como forma de entretenimento e informação para as metrópoles (CRUZ, BARROS e TAVARES, 2000, p. 33). O ostracismo interiorano do rádio sugerido pelos autores caiu como uma “luva” para os políticos, sobretudo para aqueles com base em municípios de pequeno porte, que passaram a utilizar o rádio como instrumento eleitoral.

Nesse cenário, Inocêncio Oliveira não hesitou em cair em campo para conseguir uma concessão de rádio. Logo no início da sua vida pública – foi eleito deputado federal pela primeira vez em 1974 –, o parlamentar recebeu, em 1977, no governo do presidente militar Ernesto Geisel, a outorga de um canal de rádio em Serra Talhada, A Voz do Sertão, de frequência AM. Foi a primeira de uma série de três rádios que o deputado tem, ainda hoje, no Sertão pernambucano. O ato foi assinado pelo Ministério das Comunicações em 10 de maio de 1977 e publicado no Diário Oficial no dia seguinte. No dia 8 de janeiro de 1979, A Voz do Sertão entrou no ar. Segundo consta no site do Ministério das Comunicações, em junho de 1988, o governo federal autorizou a renovação da concessão da emissora, onze anos depois da liberação da outorga.

Para o gerente das três rádios do deputado, Marcos Oliveira, Inocêncio Oliveira já demonstrava prestígio naquela época. Segundo afirmou, estiveram na inauguração da rádio vários líderes políticos regionais e estaduais, como o senador Marco Maciel, que na época era governador de Pernambuco. Segundo Marcos Oliveira, A Voz do Sertão foi o primeiro veículo de comunicação a cobrir toda a região do Sertão pernambucano. É importante fazer uma observação sobre o interesse de Inocêncio Oliveira pelos veículos de comunicação. Logo depois da instalação da primeira rádio, o deputado criou um jornal impresso, que funcionava no mesmo local de A Voz do Sertão. O informativo circulou na região por um período de quatro a cinco anos, segundo o jornalista Magno Martins, que ficou por um curto tempo responsável pelo jornal:

Era o Tribuna do Sertão. Ele (Inocência) me convidou para fazer esse jornal. E eu fiz um jornal voltado para a região, falando sobre o problema da região, a indústria da seca (...). Um jornal polêmico que ainda aguentou três edições. E ele (Inocência) não pagou. Eu fui cobrar na casa dele, ele estava na fazenda nesse dia. Ele deu um chilique, um chilique horrível. Era um jornalzinho com oito páginas. Da primeira à última tinha foto dele. Então eu tirei logo. Tirei logo a foto dele da primeira página. Deixei uma só em toda a edição. Ele não gostou. (...) A vaidade não suportou, não (MARTINS, 2009).

Depois de controlar por mais de dez anos A Voz do Sertão, Inocência expandiu sua rede, adquirindo a concessão de mais duas rádios, dessa vez FM, uma em Serra Talhada, em 1988, e outra em Afogados da Ingazeira, em 1989. Com a mesma razão social – A Voz do Sertão –, as novas rádios têm como nomes de fantasia Líder do Vale e Transertaneja, respectivamente. O ato da concessão da primeira foi assinado pelo Ministério das Comunicações em 14 de junho de 1988 e publicado no Diário Oficial da União (DOU) no dia seguinte. Coincidentemente, foi nesse período que entrou em votação a emenda constitucional para ampliar de quatro para cinco anos o mandato do presidente Sarney. A concessão da Transertaneja veio na sequência. O Ministério das Comunicações assinou o ato em 20 de outubro de 1989, publicado no Diário Oficial no dia 24 do mesmo mês. Como a Constituição já havia sido promulgada e as novas concessões precisaram da apreciação do Congresso, a liberação da outorga da Transertaneja passou pela Câmara dos Deputados em 1991. Os parlamentares aprovavam a matéria em 1º de outubro, sendo publicada no Diário Oficial no dia seguinte. É interessante lembrar que a legislação de radiodifusão determina que a concessão de rádio é válida por dez anos e a de televisão, por quinze anos. Passados esses prazos, a concessão precisa ser renovada para que a emissora continue a funcionar dentro dos preceitos legais.

Nesse caso, considerando a atualização do Ministério das Comunicações – esta pesquisa acessou o site em 17 de junho de 2009 –, as concessões das três rádios de Inocência Oliveira estão vencidas. A Voz do Sertão venceu em 1997, estando irregular há quase treze anos. A concessão da Líder do Vale venceu em junho de 1998 e a da Transertaneja está vencida desde outubro de 2001. Não há pedido de renovação da concessão, pelo menos no site do Ministério das Comunicações. Ao contrário, consta nos dados disponíveis o termo “Situação: entidade devedora (não bloqueada)”.³⁷ Segundo dados da Junta Comercial de Pernambuco (Jucepe), constam como sócios das rádios Inocência, com 56% das ações, sua

³⁷ Conforme consta em <<http://sistemas.anatel.gov.br/srd/Consultas/ConsultasGeral/Tela.asp?hdnImprimir=true>>.

esposa, Ana Elisa Nogueira, com 43%, e Shely Oliveira, filha do casal, com apenas 1%. Ou seja, diferentemente da televisão, 100% do controle das rádios estão nas mãos do Grupo Inocênciao.

Como aconteceu com a concessão da TV Asa Branca, a liberação das outorgas da Líder do Vale e da Transertaneja se deu no final do governo Sarney, no período conhecido como “farra das concessões”. Nunca é demais lembrar que Inocênciao votou a favor do quinto ano de mandato de Sarney e do presidencialismo como sistema de governo, outra matéria que os pesquisadores indicam como de interesse do governo e cuja aprovação foi utilizada como moeda de troca com os parlamentares constituintes. Em fevereiro de 1989 – oito meses depois de receber a concessão da Líder do Vale e oito meses antes da concessão da Transertaneja –, Inocênciao Oliveira arquivou o relatório da CPI da Corrupção que apurava irregularidades no governo Sarney, conforme afirma o pesquisador Paulino Motter (1994), autor da pesquisa *A batalha invisível da Constituinte – Interesses versus caráter público da radiodifusão no Brasil*.

O relatório da CPI da Corrupção acabou arquivado pela Câmara dos Deputados, em 12 de fevereiro de 1989, por determinação do seu presidente em exercício, Inocênciao Oliveira (PFL-PE). O presidente da Câmara, Paes de Andrade, estava respondendo interinamente pela Presidência da República em função da viagem de Sarney ao Japão, onde fora acompanhar o enterro do imperador Hiroito. Durante o período do governo Sarney, Inocênciao ganhou a permissão da rádio A Voz do Sertão (FM), em Serra Talhada (PE), outorgada em 15 de junho de 1988 (MOTTER, 1994, p. 45).

Com esses dados talvez fique fácil entender o porquê de muitos pesquisadores acusarem o deputado de coronel eletrônico. Com exceção da rádio AM, que foi outorgada pelos militares, as três outras empresas de radiodifusão de Inocênciao Oliveira foram concedidas durante e na sequência da “farra das concessões” do governo Sarney: a Líder do Vale em 1988, a Transertaneja em 1989 e a TV Asa Branca em 1990. Essas três concessões foram liberadas pelo presidente Sarney. Quanto à rádio A Voz do Sertão AM, não é sabido ao certo como se deu a negociação, mas é importante destacar que Inocênciao Oliveira tem sua origem na Arena, partido que deu sustentação ao regime militar. É relevante também o perfil governista do parlamentar, que sempre apoiou o governo de plantão, como será apontado por esta pesquisa mais adiante.

Sobre a utilização política das rádios, parece ser mais evidente do que na TV Asa Branca, embora o trabalho empírico não confirme esse perfil. O gerente das três rádios, Marcos Oliveira, resistiu em admitir o uso político das emissoras, mas depois reconheceu,

ressaltando, no entanto, que, depois que Shirley Oliveira, filha do deputado, assumiu a direção das empresas do grupo, essa prática foi reduzida. “O lado político às vezes é difícil de controlar. Não é fácil gerenciar uma área de político porque às vezes você tem que atender a um, atender a outro (...). Mas a gente tenta praticamente o impossível” (OLIVEIRA, 2009). Sobre a aparição do deputado na programação da rádio, o gerente afirma que o cunho é sempre jornalístico:

Quando tem alguma emenda que ele (Inocência) coloca lá (na Câmara dos Deputados) que beneficia a cidade, não só Serra Talhada como a região, ele pede para colocar uma nota para ser divulgada, alguma coisa assim (...). E quando ele traz alguma coisa, faz assinatura de alguma obra, a rádio acompanha, mas nada assim exagerado. Faz de forma bem profissional para não ficar aquela coisa, deixar as pessoas imaginarem que a emissora é dele. A gente faz de uma forma bem jornalística mesmo, bem imparcial para não predominar aquilo que está a serviço dele. Está a serviço da comunidade, está a serviço da sociedade. Já foi diferente. Tinham locutores que falavam, citavam nomes. “É deputado que cresce com a verdade, com a região”. A gente via muito isso, aquela alusão. Hoje é diferente. (...) Hoje tem de forma jornalística. Saiu uma matéria do deputado no jornal, coloca um informe jornalístico. Existia no popular aquela “babação”. Hoje é muito profissional. Ele sabe quem são os profissionais daqui. Ele entende, ele não é de cobrar isso. Político sempre gosta de ser lembrado e falado, mas ele nunca foi de cobrar esse formato, não (OLIVEIRA, 2009).

Shirley Oliveira³⁸ diz que quando assumiu a administração empresarial do Grupo Inocência, em 2001, “poucas empresas estavam sendo administradas corretamente. Faltava a satisfação dos colaboradores, bem como a remuneração dos sócios” (OLIVEIRA, S., 2009). Com formação em administração de empresas e pós-graduação em gestão de pessoas, ela lembra que, no início:

Apareceram muitas solicitações políticas. Na grande maioria das vezes a solicitação eram negadas por mim. Com o tempo, percebendo que eu não cederia às solicitações de cunho político, esses pedidos praticamente cessaram. Quando me perguntam o porquê da negativa informo que a legislação atual não permite tais propagandas, com exceção das político-partidárias autorizadas pelo governo. Hoje a entrada de políticos nas rádios fica restrita a gravações de programas de entrevistas e ao uso do nosso estúdio para gravação de algum tipo de propaganda que poderá ser disseminada via carros de som. Na TV, o tratamento é absolutamente igual para todos, independentemente de posição política. Nas rádios, a minha orientação também é para que haja isenção e todos os políticos de qualquer partido sejam tratados isonomicamente (OLIVEIRA, S., 2009).

³⁸ Ao conceder entrevista para esta pesquisa, Shirley Oliveira solicitou a assinatura do Termo de Consentimento Livre Esclarecido, que pode ser conferido entre os anexos.

A dificuldade do grupo político em influenciar na programação das rádios depois que Shirley assumiu o comando das empresas foi evidenciada pelo deputado estadual Alberto Feitosa (PR), ligado a Inocêncio Oliveira:

Uma vez eu pedi a ele para, acho que foi (para) o vereador de São Bento do Una. Ele disse: “Ligue para o editor, que é o editor-chefe e vai avaliar”. Ele não abre muito a guarda nesse sentido. (...) Agora mesmo a gente quis fazer uma campanha de entrevista e a pessoa que estava fazendo isso para gente disse: “Mas ele tem essa rádio...” Então eu fui falar com ele e ele disse “de jeito nenhum”, que eu falasse com Shirley. Se Shirley fizesse, ia ser igual para todas as outras. (...) Realmente, tudo é com Shirley, com os gerentes. Ele não interfere mais. Esse negócio dele é um prejuízo enorme. Se ele cortou é porque deu um prejuízo enorme. A parte desse negócio ela hoje administra mesmo (FEITOSA, 2009).

O radialista Evandro Lira, com atuação profissional em Serra Talhada, mas sem nunca ter trabalhado para Inocêncio Oliveira, afirma que as rádios do deputado não se diferenciam de qualquer outra rádio comercial. O radialista trabalhou por mais de um ano na Rádio Cultura de Serra Talhada, principal concorrente de A Voz do Sertão. Segundo disse, quando o parlamentar aparece na programação das rádios é em formato jornalístico, sempre ressaltando alguma obra que “leva” para a região. “Ele (Inocêncio) é um mal necessário. Ele consegue muita coisa para a região” (LIRA, 2009).

Durante o trabalho empírico, quando a autora desta pesquisa acompanhou³⁹ pela internet a programação das três rádios, em nenhum momento foi veiculada alguma entrevista ou até mesmo nota sobre Inocêncio Oliveira. No entanto, no site de A Voz do Sertão, algumas vezes foram identificadas chamadas com notícias relacionadas ao deputado e/ou ao seu grupo político. Também foi observado que no período natalino, em dezembro de 2009, as rádios veicularam uma mensagem de final de ano assinada pelo parlamentar. Outra constatação foi que, mesmo sem entrar no noticiário, as três rádios estão sempre lembrando o nome do deputado, quando, nos intervalos comerciais, jogam uma vinheta dizendo que a rádio “faz parte do Grupo Inocêncio Oliveira”. As emissoras também disponibilizam boa parte do seu espaço publicitário para propaganda das empresas do deputado, como, por exemplo, a propaganda de uma concessionária de moto Honda.

Mesmo com todas essas características, talvez seja precipitado afirmar que a televisão e as rádios de Inocêncio dão expressão ao coronelismo eletrônico. Ao que parece, antes de instrumentos eleitoreiros, as emissoras são empresas. Como já ressaltado por Evandro Lira, a programação das rádios do Grupo Inocêncio Oliveira não se diferencia da programação das

³⁹ Diante da dificuldade de acompanhamento pela internet, a observação acontece de forma aleatória e não sistematizada.

rádios comerciais. Na AM, a parte jornalística é composta por notícias que pautam o dia a dia da população, como acontece em qualquer veículo de comunicação. Durante a pesquisa, inclusive, foi identificada uma matéria que destacou o grupo político de Augusto César, inimigo político de Inocêncio Oliveira em toda a região do Sertão. No dia 24 de novembro de 2009, o programa Tribuna Popular de A Voz do Sertão veiculou uma entrevista ao vivo com José Bezerra, que acabara de assumir a Diretoria de Trânsito de Serra Talhada. José Bezerra é ligado a Augusto César. A matéria não se limitou a falar dos problemas de trânsito e fez várias perguntas sobre os projetos políticos do grupo de Augusto César.

Segundo Marcos Oliveira, depois que Shirley Oliveira assumiu o comando das empresas, as rádios mudaram de perfil, aproximando-se mais da lógica empresarial. A partir daí, conforme disse Marcos Oliveira, o caráter jornalístico foi priorizado na rádio AM e as FMs ficaram mais voltadas para a programação musical. A Voz do Sertão AM tem parceria com a Rádio Jornal do Commercio, do Recife, retransmitindo, desde 2006, parte da programação da emissora, líder de audiência em Pernambuco. Entre 7h30 e 9h, a rádio retransmite o programa *Primeira Página*, com o comunicador Geraldo Freire, e entre 12h e 14h e 18 e 19h entra em rede novamente com a Rádio Jornal retransmitindo a resenha esportiva. No restante da programação, a Voz do Sertão prioriza o noticiário local. No decorrer da programação, algumas entrevistas que foram ao ar pela manhã no programa de Geraldo Freire, ou mesmo durante a resenha esportiva, são reproduzidas na programação da tarde. Foi o que aconteceu no dia 29 de dezembro de 2009, quando A Voz do Sertão repetiu à tarde uma entrevista do secretário de Ressocialização de Pernambuco, Humberto Viana, que falou sobre a liberação de presos para passar o Natal com a família. A entrevista foi veiculada ao vivo na *Primeira Página* e reproduzida na programação da tarde. Segundo Shirley Oliveira, o contrato com a Rádio Jornal é de parceria, mas no site da emissora consta que ela é afiliada da Rádio Jornal, o que foi definido por Shirley como um “mal-entendido”.

Na Líder do Vale e na Transertaneja, a programação é basicamente musical. “Quando tratamos de notícia, jogamos mais para a AM, deixando as FMs mais para música. Somente aqueles noticiários de hora em hora ou alguma coisa extra a gente joga na FM” (OLIVEIRA, 2009). As duas rádios têm mais o perfil popular, com um repertório que vai do brega ao axé. A Líder do Vale, de vez em quando, chega a tocar rock nacional ou MPB, mas não existe um programa de valorização à cultural local.

A programação das rádios A Voz do Sertão AM, Líder FM e Transertaneja é própria. Portanto, todos os programas são produzidos pelos radialistas contratados pelas emissoras de rádio do nosso grupo. Não existe um programa exclusivo, dedicado aos artistas da região.

Tais artistas poderão ser tocados em qualquer programa, desde que apresentem um CD gravado em estúdio. Depois de tocados, havendo pedidos, via telefone e e-mail, para tocá-los novamente, nós atendemos. Ou seja, o ouvinte é quem manda na programação e nas músicas que quer ouvir, para que a emissora tenha competitividade. O principal critério é a satisfação do ouvinte. A programação é feita por radialistas da região, que conhecem os hábitos da audiência. Além disso, periodicamente é feita pesquisa com ouvintes nas ruas para sabermos o perfil dos nossos ouvintes, bem como pesquisa sobre os índices de audiência das rádios na cidade (OLIVEIRA, S., 2009).

Marcos Oliveira lembra o período de implantação da Líder do Vale. Ele explica que, no primeiro mês, a emissora só entrava no ar por duas horas, entre 14h e 16h, porque estava na fase de experiência e para fazer ajustes nos equipamentos. O gerente destaca uma dificuldade enfrentada pelos radialistas da região, que recebem piso salarial diferenciado em relação a outros municípios. Segundo afirma, há três pisos em Pernambuco. No primeiro se enquadram os profissionais que trabalham no Recife e Região Metropolitana; no segundo, os profissionais de municípios de médio porte, como Caruaru, Petrolina e Garanhuns; e no terceiro os profissionais de municípios de pequeno porte. O hoje gerente das emissoras começou na rádio A Voz do Sertão como estagiário de áudio, em 1989, depois passou para locução e, em seguida, foi transferido para o setor de vendas, de onde foi promovido a gerente da Transertaneja, absorvendo depois a administração de A Voz do Sertão e da Líder do Vale. Ele divide a gerência das rádios com a presidência da Associação de Rádio e Televisão de Pernambuco (Asserpe).

Com 46 anos de experiência em rádio, o radialista Willamar Alves da Silva também acompanhou de perto a instalação da Líder do Vale. Ele foi convidado por Inocêncio Oliveira para implantar a segunda rádio do parlamentar. Na época, trabalhava na Rádio Meridional, no município de Garanhuns, no Agreste pernambucano. Durante uma semana, o radialista se transferiu para Serra Talhada, tempo suficiente para colocar a Líder do Vale no ar. Ele lembra as dificuldades na época e diz que, ao instalar a FM, o deputado aproveitou a estrutura já existente de A Voz do Sertão, a AM. No lançamento, segundo o radialista, houve um show da banda de forró Acisão. Sobre a programação, ele introduziu, a cada uma hora, um bloco de notícias, os chamados “ligeirinhos”, com vinhetas.

Em entrevista por telefone à autora desta pesquisa, Willamar declarou que o deputado não tinha retorno financeiro com as rádios e chegava a “tirar dinheiro do bolso” para cobrir o prejuízo delas. Ele falou também da dificuldade de trabalhar em emissora de políticos. “Rádio

só dá certo se não tiver um político lá dentro. A não ser que se tenha carta branca por escrito para fazer o rádio sem interferência política, como ele deve ser” (SILVA, 2009). O radialista disse que Inocêncio já chegou a lhe oferecer um horário para arrendamento da rádio, mas ele negou.

Agradei, mas disse que não tinha interesse. Já arrendei rádio de um político, do deputado José Mendonça, em Santa Cruz do Capibaribe, e não dá certo. Os aliados políticos acham que podem entrar a qualquer momento da programação. O deputado não conseguia conciliar. E não se pode dizer nada. O interesse é mais político do que ganhar dinheiro. O deputado tem que dar espaço. Os aliados usam, pedem espaço. E o deputado vai dizer não, para perder os votos? Quando o político não é ouvido, não é votado. Usam a rádio para conseguir projeção política (SILVA, 2009).

Shirley Oliveira confirma a informação de que o deputado Inocêncio chegou a ter prejuízo com as rádios.

Por várias vezes o senhor Inocêncio Oliveira fez aporte de capital nas rádios, como sócio da empresa. Tais atitudes ocorreram durante administrações anteriores de qualidade discutível. Lembrando que o cenário é uma pequena cidade do Sertão de Pernambuco. Inocêncio Oliveira, que é político, e não mais comerciante ou médico, preferia injetar dinheiro de outras empresas do grupo superavitárias do que ver uma das empresas do Grupo Inocêncio Oliveira falir. Mesmo com os constantes investimentos em máquinas e equipamentos, a rádio A Voz do Sertão é uma empresa que “se paga”, conforme administrativamente planejado para o período (OLIVEIRA, S., 2009).

No dia 30 de dezembro de 2009, dentro da programação de A Voz do Sertão, foi realizado um sorteio entre os ouvintes com a participação de vários políticos apresentados como “parceiros”, entre eles o presidente da Câmara Municipal do Recife, Múcio Magalhães (PT). Na ocasião, foi divulgada uma pesquisa em que duas das três rádios de Inocêncio Oliveira aparecem como líderes de audiência na região. A Líder do Vale lidera o ranking, com 35%, e A Voz do Sertão ocupa a terceira colocação, com 9%. A autora desta pesquisa tentou ter acesso ao balanço financeiro das rádios, mas não obteve sucesso. “Tais informações são sigilosas, já que não somos S.A. de capital aberto” (OLIVEIRA, S., 2009).

CAPÍTULO 5

INOCÊNCIO OLIVEIRA: VIDA POLÍTICA E PESSOAL

No período em que esta pesquisa estava sendo realizada, o deputado federal Inocêncio Oliveira – concessionário da TV Asa Branca e das rádios A Voz do Sertão, Líder do Vale e Transertaneja – era alvo de denúncia, juntamente com outros parlamentares, por utilizar a cota de passagem aérea a que tem direito na Câmara dos Deputados para financiar viagens dos familiares. O parlamentar é acusado de utilizar parte da sua cota para pagar as passagens aéreas da esposa, das filhas e da neta para os Estados Unidos e Europa.⁴⁰ A mulher de Inocêncio, Ana Elisa Nogueira, e uma das filhas, Shely Oliveira Rollemberg, fizeram os trechos São Paulo–Nova Iorque, Nova Iorque–São Paulo, São Paulo–Frankfurt e Milão–São Paulo. As outras duas filhas do parlamentar tiveram três trechos da viagem bancados pela Câmara: São Paulo–Nova Iorque, Nova Iorque–São Paulo e São Paulo–Frankfurt. A neta do deputado, Amanda Rollemberg, viajou de São Paulo a Miami e de Miami a Salvador. As datas das passagens são de 22 de agosto e 21 de dezembro de 2007, época em que Inocêncio Oliveira ocupava a segunda vice-presidência da Câmara Federal.

Na condição de membro da mesa diretora, Inocêncio Oliveira tinha direito a uma cota de passagem aérea por mês no valor de R\$ 28.128,25. Em matéria divulgada no dia 16 de abril de 2009 no blog do jornalista César Rocha, o parlamentar afirmou não ver problema na utilização da sua cota de passagem aérea para bancar a viagem de familiares. “Cada parlamentar faz o que quiser com a sua cota” (OLIVEIRA, apud ROCHA, 2009). Em outras entrevistas o parlamentar disse que “família é sagrada” e que não tem nada demais utilizar a cota para custear as passagens de seus parentes.

Utilizar a verba pública destinada a passagens aéreas dos deputados para atender interesses familiares é apenas mais um episódio da vida política de Inocêncio Oliveira, sempre marcada por uma prática patrimonialista, em que o privado se apropria do público em benefício pessoal. “O patrimonialismo pessoal se converte em patrimonialismo estatal, que adota o mercantilismo como a técnica de operação da economia” (FAORO, 1975, p. 736).

Em 35 anos de vida política, são muitas as denúncias ligando Inocêncio Oliveira a práticas de utilização da máquina pública. Um dos casos de maior repercussão nacional foi

⁴⁰ Cf. <http://blogs.diariodepernambuco.com.br/politica/?p=4702>. Acesso em: 15 jun. 2009.

quando o Departamento Nacional de Obras contra a Seca (Dnocs) realizou a perfuração de dois poços em propriedades do parlamentar, no município de Serra Talhada – cidade natal e principal reduto eleitoral do deputado –, em março de 1993, conforme noticiado pela revista *Veja* na edição de 7 de abril de 1993.

Serra Talhada, a 400 quilômetros do Recife, é uma cidade do Sertão pernambucano com 80.000 moradores, dos quais 25.000 sofrem com a falta d'água e 18.000 passam fome. Na tarde do dia 25, oito funcionários do Dnocs chegaram à cidade num caminhão Mercedes-Benz equipado com uma máquina de perfurar poços. Os sertanejos comemoraram, mas a festa durou pouco. Os funcionários do Dnocs abriram apenas dois poços na cidade. Um na Casa de Saúde São Vicente e outro na Sertamol, uma concessionária de motos Honda. (...) Tanto o hospital quanto a revendedora pertencem a um dos homens mais ricos da cidade: o deputado Inocêncio Oliveira, do PFL de Pernambuco, presidente da Câmara Federal. O volume de água que jorra dos poços, cerca de 96.000 litros por dia, é suficiente para abastecer doze carros-pipa e matar a sede de 25.000 agricultores mais prejudicados pela seca (VEJA, 7/3/1993, p. 77).

Na mesma reportagem, o parlamentar tenta se justificar, alegando que a perfuração dos poços pelo Dnocs em propriedade privada é permitida por lei. “Fiz tudo dentro da lei e paguei pelos poços. (...) Vendemos em média cinquenta motocicletas por mês e precisamos lavar as motos novas que chegam” (OLIVEIRA, apud VEJA, 7/3/1993, p. 77). Outro episódio relatado pela *Veja* é a distribuição de alimentos pelo governo do Estado no período da seca de 1993. Na época, o governador era Joaquim Francisco (PFL), aliado de Inocêncio.

A Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (Emater), do governo de Pernambuco, começou a distribuir 30 toneladas de feijão para os famintos de Serra Talhada. Meia hora depois, misteriosamente, a distribuição foi suspensa por ordem da diretoria do órgão. Desesperados, 500 roceiros saquearam a feira livre da cidade. Como a prefeitura estava coordenando a distribuição de alimentos, quem estava saindo bem junto à população era o prefeito Augusto César Carvalho, do PDT, adversário de Inocêncio. No dia seguinte, a distribuição recomeçou, dessa vez com um carro de som alardeando: “Quem conseguiu o feijão dos pobres foi o deputado Sebastião Oliveira”. Sebastião, deputado estadual pelo PFL, vem a ser irmão de Inocêncio (VEJA, 21/3/1993).

Os episódios das passagens aéreas, da perfuração dos poços e da distribuição dos alimentos mostram que a trajetória política de Inocêncio Oliveira está entrelaçada com a estrutura da máquina pública, uma forte característica do coronelismo histórico. Depois do que foi exposto no quarto capítulo desta pesquisa, que se detém ao estudo de caso, e de observar o perfil patrimonialista de Inocêncio Oliveira, talvez fique mais evidente apontar um Inocêncio Oliveira mais próximo do coronelismo definido por Victor Nunes Leal do que

como um coronel eletrônico, como apontam pesquisadores do campo da comunicação. O parlamentar é conhecido por seu perfil governista e por ser um político que está sempre ao lado do poder. Essa condição, associada ao fato de nas últimas eleições estar entre os primeiros deputados federais mais votados em Pernambuco, com uma votação superior a 150 mil votos, o credencia a barganhar cargos e benesses do poder público.

Jornalista e colunista político há mais de 20 anos, Inaldo Sampaio lembra que o único governador de Pernambuco a que Inocêncio fez oposição foi Miguel Arraes (1987-1990 e 1995-1998). “E mesmo assim uma meia oposição, porque ele manteve boa parte dos cargos públicos que tinha no interior do Estado” (SAMPAIO, 2009). O também colunista político Magno Martins reforça: “Eu lembro que quando era secretário (de Imprensa) de Joaquim Francisco (governador de Pernambuco entre 1991-1994) ele (Inocêncio) indicou quase todas as delegacias de saúde do Pajeú, do Alto Sertão” (MARTINS, 2009).

O Dnocs e a Funasa são dois dos órgãos federais que passaram muito tempo sendo controlados pelo parlamentar. Entre os nomes indicados por Inocêncio para a gerência regional desses órgãos estão Giovani Oliveira, primo do deputado, que ficou durante cinco anos no comando da Funasa em Pernambuco, e Charles Jurubeba, ex-diretor do Dnocs. Esse quadro só começou a mudar depois da primeira vitória de Lula para presidente, quando Inocêncio ainda não fazia parte da bancada governista. Ele perdeu alguns dos cargos, mas não resistiu muito na oposição e aderiu ao governo, recuperando parte dos postos públicos.

Um levantamento feito em novembro de 2009 pela autora deste trabalho mostra que Inocêncio Oliveira indicou aliados para alguns cargos de destaque no âmbito dos governos federal, estadual e municipal (Recife). Em nível federal, ele indicou o diretor regional do Dnit – órgão ligado ao Ministério dos Transportes –, Marcos Crispim. No âmbito estadual Inocêncio controla a Secretaria Estadual dos Transportes, tendo como secretário seu primo, o deputado estadual licenciado Sebastião Oliveira (PR), e o Departamento Estadual de Estradas de Rodagem (DER), que tem como diretor Eugênio Moraes. Na Prefeitura do Recife, o parlamentar indicou o ex-deputado estadual José Marco Lima – pai de Crispim, do Dnit – para a Secretaria de Saneamento. Sem falar em outros cargos de segundo escalão, diretorias regionais nas cidades do interior de Pernambuco e dos cargos comissionados nas prefeituras. Atualmente o PR, partido presidido por Inocêncio em Pernambuco, conta com 30 prefeituras, conforme relação a seguir, concedida pela legenda no Estado:

MUNICÍPIOS	PREFEITOS
Aliança	Azoka José Maciel Gouveia
Amaraji	Jânio Gouveia da Silva
Betânia	Eugênia de Souza Araújo
Bezerros	Elizabete Maria Silva de Lima
Camocim de São Felix	José Geovane Bezerra (Neno)
Capoeiras	Luiz Claudino de Souza
Carnaubeira da Penha	Manoel José da Silva
Chã Grande	Diogo Alexandre Gomes Neto
Correntes	Nivaldo Lúcio de Oliveira Júnior
Escada	Jandelson Gouveia da Silva
Exu	Welison Saraiva
Iguaraci	Albérico Messias da Rocha
Inajá	Airon Timóteo Cavalcante
Jurema	José Ailton Costa
Mirandiba	Bartolomeu Tiburtino de Carvalho
Pedra	Francisco Carlos Braz Macedo
Petrolândia	Lourival Antônio Simões Neto
Pombos	Cleide Jane Sudário Oliveira
Primavera	Jadeildo Gouveia da Silva
Quixaba	José Pereira Nunes
Salgadinho	Luís Antônio de Araújo
Santa Cruz	Eliane Maria da Silva Soares
Santa Cruz da Baixa Verde	Francisco Gomes da Silva
São José do Belmonte	Rogério Araújo Leão
Serra Talhada	Carlos Evandro Pereira de Menezes
Terezinha	Alexandre Antônio Martins
Terra Nova	Pedro Freire de Carvalho
Triunfo	Luciano Fernando de Sousa
Venturosa	Eudes Tenório Cavalcanti
Vertente do Lério	Wélita Walquíria de França Silva

Além disso, o grupo político do deputado contabiliza prefeitos de outros partidos, como explica o deputado estadual Alberto Feitosa:

Tem o de Tacaratu, que é do Democratas, que não pode mudar por uma questão política local. Tem o de São Benedito do Sul, que é do PSDB, e tem uns novos agora, que eram do PTB. Com a saída de José

Múcio (assumiu o Tribunal de Contas da União) quiseram ficar com ele (Inocência) (FEITOSA, 2009).

No organograma da Câmara dos Deputados, consta na trajetória de Inocência que ele já foi por duas vezes primeiro-vice-presidente, 1989-1990 e 2003-2005; teve outros dois mandatos de primeiro-secretário, 1991-1992 e 2005-2007; foi presidente da Câmara entre os anos de 1993 e 1994 – cargo que sonha em voltar a exercer –; exerceu entre 2007 e 2009 o cargo de segundo-vice-presidente; e atualmente é segundo-secretário, eleito no segundo turno da votação da Mesa Diretora da Câmara Federal, realizada em fevereiro de 2009.

Como deputado constituinte (1987-1990), foi membro titular das duas principais comissões: de Redação e de Sistematização; e ficou como suplente da Subcomissão dos Municípios e Regiões e da Comissão da Organização do Estado. Dados fornecidos pelo site da Câmara dos Deputados indicam ainda que o parlamentar exerceu funções nas comissões mistas do Acordo Antidumping e de Fixação das Mensalidades Escolares, ambas como titulares. Participou também das comissões parlamentares da Agricultura e Política Rural (suplente), Constituição e Justiça (suplente), Interior (presidente e titular), Polígono das Secas (presidente e titular), Saúde (membro efetivo, 1975, vice-presidente, 1976, e titular e suplente), Seguridade Social e Família (suplente), Trabalho, Administração e Serviço Público (titular).

Nas comissões especiais, esteve presente nas de Polígono das Secas (suplente, 1975, e presidente, 1977), Defesa dos Direitos da Pessoa Humana (titular), PEC nº 33-H/95 – Altera o Sistema de Previdência Social, Substitutivo do Senado Federal – (suplente) e PL nº 3.153/84 (titular). Participou das seguintes CPIs: Aquisição de Hospitais pelo INPS (titular), destinada a investigar as atividades ligadas ao Sistema Fundiário em todo o território nacional (membro efetivo, 1976, e suplente, 1977), Capital Estrangeiro no Brasil (titular), Combustíveis não Derivados de Petróleo (suplente e depois titular), Ensino Privado (titular), Indústria Farmacêutica (presidente), Menor Abandonado (titular), Salários e Estrutura Sindical Brasileira (titular e suplente), Sudene (titular e suplente). Inocência participou de apenas uma comissão externa: a de Enchentes no Nordeste, como titular. Foi ainda supervisor da Comissão Parlamentar de Aperfeiçoamento dos Trabalhos Administrativos e Legislativos da Câmara.

Nos dois anos em que presidiu a Câmara dos Deputados, assumiu interinamente a Presidência da República nos seguintes períodos: 17 de fevereiro de 1993; de 24 a 29 de maio de 1993; 1º de julho de 1993; de 14 a 17 de outubro de 1993; de 15 a 18 de janeiro de 1994;

22 de janeiro de 1994; de 3 a 5 de março de 1994; de 10 a 13 de março de 1994; e de 9 a 14 de dezembro de 1994.⁴¹

O deputado Inocêncio Oliveira era considerado do baixo clero, até chegar a ser líder do PFL, entre 1984 e 1985. (...) Foi reeleito líder do partido, se elegeu presidente da Câmara (...). Quando acabou o mandato de presidente voltou a ser líder do PFL e depois começou a ocupar cargos na mesa da Câmara. Acho que ele já ocupou todos os cargos da mesa. Chamam com ele deputado guardanapo, só vive na mesa (...). Ele é um político muito atuante no Congresso, do ponto de vista da assiduidade, conhecimento do regimento interno, de questões legislativas. Essas coisas ele conhece muito bem (MARTINS, 2009).

Essa performance legislativa de Inocêncio Oliveira já lhe rendeu o título de cabeça do Congresso por 15 vezes, entre 1994 e 2008, e o de estar entre os dez parlamentares mais influentes do Congresso por seis vezes: 1996, 1997, 1999, 2000, 2001 e 2002. Em 2009 ele também apareceu entre os cem mais influentes, com destaque para a área de saúde. A avaliação é feita anualmente pelo Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar (Diap).

Os “cabeças” do Congresso Nacional são, na definição do Diap, aqueles parlamentares que conseguem se diferenciar dos demais pelo exercício de todas ou algumas das qualidades e habilidades aqui descritas. Entre os atributos que caracterizam um protagonista do processo legislativo, destacamos a capacidade de conduzir debates, negociações, votações, articulações e formulações, seja pelo saber, senso de oportunidade, eficiência na leitura da realidade, que é dinâmica, e principalmente pela facilidade para conceber ideias, construir posições, elaborar propostas e projetá-las para o centro do debate, liderando sua repercussão e tomada de decisão. Enfim, é o parlamentar que, isoladamente ou em conjunto com outras forças, é capaz de criar seu papel e o contexto para desempenhá-lo (DIAP, 10/10/2009).⁴²

O Diap disponibilizou para esta pesquisa a atuação de Inocêncio nas principais votações de matérias de interesse da classe trabalhadora. Na votação de projetos relacionados aos trabalhadores durante a Constituição de 1988, o parlamentar recebeu nota 1,25. Nas reformas constitucionais de 1998, a nota que o Diap deu a Inocêncio foi zero. Nos projetos de interesse dos assalariados votados entre 1999 e 2003, a instituição não arriscou nenhuma nota, mas o deputado votou contra todos os projetos. Por fim, o relatório do Diap apresenta votação de matérias do mesmo cunho, apreciadas em 2006, as quais o parlamentar votou a favor em todas, mas também não recebeu nota.

⁴¹ As informações sobre os cargos que Inocêncio Oliveira já exerceu na Câmara dos Deputados foram adquiridos no site da Câmara: <<http://www.camara.gov.br>>.

⁴² Cf. o site <<http://www.diap.org.br/index.php/agencia-diap/10549-diap-divulga-lista-dos-cabecas-do-congresso-nacional-de-2009>>. Acesso em: 10 set. 2009.

Sobre a atuação de Inocêncio Oliveira na Câmara é interessante observar as informações contidas no site Transparência Brasil, uma ONG que acompanha os trabalhos no Congresso Nacional. Na atual legislatura – de 1º de janeiro de 2007 a 9 de junho de 2009, data de acesso ao site –, o parlamentar apresentou apenas 13 projetos, oito deles considerados com impacto e cinco com pouco ou nenhum impacto. De acordo com o Transparência Brasil, as categorias de baixo impacto são homenagens a pessoas ou instituições, datas comemorativas, pedidos de convocação de sessão solene, entre outros. Já os projetos com impacto são aqueles que, se aprovados, trarão consequências concretas para a sociedade.

Sobre a assiduidade, Inocêncio aparece como um dos deputados mais presentes em plenário. Na atual legislatura, só faltou a duas sessões sem se justificar. Esteve presente em 352 sessões e teve 43 faltas justificadas. O Transparência Brasil também disponibiliza a relação das emendas por deputado. Inocêncio tem a fama de ser um dos parlamentares que mais conseguem emendas para suas bases eleitorais. No quadro a seguir, as emendas do parlamentar.

EMENDAS AO ORÇAMENTO⁴³

INDIVIDUAIS

Ano	Tipo	Pedido	Autorizado	Autorizado/pedido	Liquidado
2007	Agricultura	700.000,00	700.000,00	100%	0,00
2007	Comércio e serviço	400.000,00	400.000,00	100%	0,00
2007	Desporto e lazer	1.250.000,00	1.250.000,00	100%	0,00
2007	Educação	250.000,00	250.000,00	100%	0,00
2007	Saúde	150.000,00	150.000,00	100%	0,00
TOTAL 2007		2.750.000,00	2.750.000,00	100%	0,00
2008	Agricultura	100.000,00	100.000,00	100%	0,00
2008	Educação	200.000,00	200.000,00	100%	0,00
2008	Saúde	100.000,00	100.000,00	100%	0,00
2008	Urbanismo	4.600.000,00	24.005.000,00	0%	0,00
TOTAL 2008		5.000.000,00	24.405.000,00	488%	0,00

AGLUTINADAS EM OUTRAS OU PROGRAMAS DO EXECUTIVO

Ano	Tipo	Pedido	Autorizado	Autorizado/pedido	Liquidado
2007	Saúde	1.500.000,00	23.820.000,00	100%	0,00
2007	Urbanismo	1.600.000,00	8.710.000,00	100%	0,00
TOTAL 2007		3.100.000,00	32.530.000,00	1,04%	0,00
2008	Comércio e serviço	1.000.000,00	37.810.000,00	100%	6.240.000,00
2008	Desporto e lazer	900.000,00	3.250.000,00	100%	0,00
2008	Saúde	900.000,00	4.470.000,00	100%	0,00
2008	Segurança pública	200.000,00	400.000,00	100%	0,00
TOTAL 2008		3.000.000,00	45.930.000,00	1,531%	6.240.000,00

⁴³ Conforme o site Transparência Brasil: <<http://www.excelencias.org.br/@casa.php?id=419&cs=1>>. Acesso em: 26 jul. 2009.

O jornalista Magno Martins comenta a utilização política que Inocêncio Oliveira faz das emendas federais:

Majoritariamente, Inocêncio tem entre 35 e 40 municípios. (...) O voto dele é o chamado voto de estrutura. Estrutura de prefeito, vereador, essa estrutura que já o acompanha há 40 anos. E para onde ele vai arrasta esse povo, e sem gastar nenhum tostão. Qual é a política de Inocêncio? Ele pega as emendas federais, apresenta as emendas dele, distribui com os municípios dele e, no governo federal, capitaliza todos os projetos para os municípios. Então ele chega numa campanha política sem dar um tostão para o prefeito apoiar ele. Mas, ao longo do mandato desse prefeito, ele conseguiu lá uns R\$ 40 milhões para uma obra (...). É o preço do prefeito para apoiar o mandato dele para deputado federal. (...) Ele se elege com recursos federais, carrega os recursos federais para a base dele, através das emendas e de convênios. Independentemente de convênios, tem os programas que o governo faz. E ele vai captando (...). Ele sabe de tudo. Acho que ele tem assessores que ficam acompanhando o Diário Oficial, o que é que está saindo. Olha, tal ministério vai liberar isso. Então ele vai lá e diz: “Eu também quero para meu município”. Por isso é que tem muito prefeito que prefere ficar ainda com o deputado (MARTINS, 2009).

Ainda sobre as emendas orçamentárias, a revista *Veja*, na edição de 17 de julho de 1996, traz uma informação que vale a pena reproduzir:

Conhecido por seu estilo técnico de trabalho, o deputado Inocêncio Oliveira, líder do PFL, foi um dos mais recompensados. O Congresso havia aprovado, a partir de emendas parlamentares, uma verba de 3,9 milhões de reais para saneamento em Pernambuco. Depois de alguns cortes, sobrou 1,8 milhão de reais. Graças à ação de Inocêncio, 1,1 milhão foi destinado para seus redutos eleitorais. Inocêncio não apenas garantiu verbas como esperneou para que os adversários ficassem sem nada. A oposição, com pleitos de R\$ 1,5 milhão de reais no saneamento, não conseguiu um único centavo. O líder bloqueou até mesmo dinheiro para seu torrão natal, Serra Talhada. É que lá o prefeito Augusto Carvalho, do PDT, apoia um candidato contra o irmão de Inocêncio, Tião Oliveira, que concorre à prefeitura pelo PFL (VEJA, 17/7/1996, p. 38).

Com esse modelo de fazer política e com o apoio de um grande número de prefeitos, Inocêncio Oliveira, conforme entrevistas do deputado veiculadas pela imprensa, pretende se reeleger como um dos mais votados nas eleições de 2010 e eleger mais quatro ou cinco federais e sete a oito estaduais. A votação de Inocêncio vem crescendo gradativamente ao longo dos seus nove mandatos, como mostra o quadro a seguir.⁴⁴

⁴⁴ Segundo dados do Tribunal Regional Eleitoral de Pernambuco.

ANO	VOTAÇÃO	COLOCAÇÃO
1974	31.789	10º lugar
1978	46.515	7º lugar
1982	54.848	10º lugar
1986	47.995	4º lugar
1990	49.291	8º lugar
1994	86.306	3º lugar
1998	162.412	2º lugar
2002	196.474	3º lugar
2006	181.126	2º lugar

O deputado Inocêncio Oliveira vem de uma família de políticos. Seu pai, Vicente Inácio de Oliveira, foi vereador do município de Serra Talhada, e o seu irmão, Sebastião Oliveira, foi prefeito da cidade e deputado estadual. Um dos episódios de grande repercussão em uma de suas eleições foi a denúncia, no pleito de 1998, de que sua esposa, Ana Elisa Nogueira, e militantes do seu grupo político estariam distribuindo camisetas e sanduíches aos eleitores com dinheiro dentro dos objetos, conforme registrou o Jornal do Commercio na edição de 5 de outubro de 1998:

Dezoito militantes do PFL, entre eles a esposa do deputado federal Inocêncio Oliveira, Ana Alisa Nogueira Oliveira, além de alguns médicos e comerciantes ligados ao político, foram flagrados, na madrugada de sábado (3), distribuindo a quantia de R\$ 2,00 dentro de camisas e sanduíches. A prisão aconteceu nas dependências da concessionária Honda e Fiat, de propriedade do deputado (JORNAL DO COMMERCIO, 5/10/1978, p. 13).

No decorrer de sua vida política, Inocêncio Oliveira aumentou consideravelmente seu patrimônio. A autora desta pesquisa teve acesso às declarações de bens apresentadas ao Tribunal Regional Eleitoral de Pernambuco de todas as eleições em que o deputado foi candidato. Segue abaixo o total declarado por eleição. Entre 1974 e 1994, os valores estão em moedas que já saíram de circulação. Nesse caso, constam o valor da época e a conversão feita para o real, moeda em vigor atualmente. É importante ressaltar que os valores correspondem ao exercício do ano anterior da eleição. Entre os documentos em anexos estão a tabela utilizada como referência para a conversão dos valores e a cópia de todas as declarações de bens de Inocêncio Oliveira apresentadas ao Tribunal Regional Eleitoral.

ANO/ELEIÇÃO ⁴⁵	VALOR DA ÉPOCA	VALOR CONVERTIDO ⁴⁶
1974	Cr\$ 747.652,29	R\$ 349.557,09
1978	Cr\$ 3.307.601,00	R\$ 523.130,92
1982	Cr\$ 40.936.740,00	R\$ 1.094.984,67
1986	Cr\$ 1.349.871.370	R\$ 706.698,02
1990	NCr\$ 2.448.937,86	R\$ 1.355.825,22
1994	Ufir 453.540,06 ⁴⁷ CR\$ 62.440.168,04 ⁴⁸	R\$ 902.540,60
1998	R\$ 2.932.049,92	R\$ 6.398.090,60
2002	R\$ 5.044.967,30	R\$ 8.303.118,28
2006	R\$ 6.310.204,06	R\$ 7.401.511,32

O deputado estadual Alberto Feitosa comenta o patrimônio de Inocêncio:

Ele disse que o período em que mais ganhou dinheiro na vida foi quando foi médico. No interior, recém-casado, não bebia, não fumava (...), não jogava, fazia trabalho, clinicava das 7h da manhã até 1h, 2h da manhã, operando. Vinha para o Recife, comprava 3, 4, 5 apartamentos, voltava. Fazia isso, de três em três meses vinha aqui, entendeu? Ele disse: “Foi o período em que eu ganhei dinheiro na minha vida. Com política eu só fiz perder”. Os hospitais dele são muito bons. (...) Ele me conta que fez 10 mil cirurgias. Para você ver, 10 mil cirurgias. (...) Ele disse que anestesiava às vezes duas, três pessoas; sabia mais ou menos o que era, eram cirurgias rápidas. Anestesiava, fazia uma, depois fazia a outra. Era, muitas vezes, o único médico (da região). Como ele não bebia, nos finais de semana estava lá. Às vezes estava dormindo em casa e ligavam para ele. Uma vez houve um acidente, uma mulher levou um tiro e quem atendeu foi ele mesmo. E tinha um dia na semana em que ele atendia todo mundo de graça. Então vinha aquela quantidade de gente e ele saía atendendo (FEITOSA, 2009).

Diferente da opinião de Alberto Feitosa é a avaliação do ex-deputado Augusto César Carvalho, adversário do parlamentar:

Ele sempre foi um cidadão pobre. Evidente que adquiriu um patrimônio depois que se formou, mas foi sobretudo como político. Quem o colocou no auge financeiro foi o hospital dele (Casa de Saúde São Vicente, em Serra Talhada). Quando o Hospital da Restauração (maior hospital público de Pernambuco) tinha aproximadamente 1.450 autorizações de internação hospitalar (AIHs) para atender o Recife, o Estado de Pernambuco, ele tinha 1.400 em Serra Talhada. (...) Você

⁴⁵ Os valores apresentados ao TRE são referentes ao exercício do ano anterior.

⁴⁶ Valores corrigidos pela correção monetária até o mês de julho de 2009.

⁴⁷ De todos os anos declarados, 1994 foi o único declarado com base na Ufir.

⁴⁸ CR\$ 62.440.168,04 é o valor convertido de Ufir para a moeda da época, o cruzeiro real. Em dezembro de 1993, data-base da declaração de bens, uma Ufir correspondia a 137,37.

imagina quanto era o faturamento. A nossa casa de saúde na época, muito maior, tinha em torno de 200 a 250 AIH, e para trabalhar 24 horas, e às vezes tinha medo, porque não fazia a cota. Ele tinha 1.400 cotas e fazia todas elas. Então ele teve esse benefício e aí imagine o faturamento de um hospital privado com 1.400 AIHs (CARVALHO, 2009).

A esse assunto a revista *Veja* dedicou parte da sua edição do dia 13 de janeiro de 1993, período em que Inocêncio Oliveira estava em campanha para presidente da Câmara, cargo para o qual foi eleito em fevereiro do mesmo ano. É importante salientar que durante a campanha de Inocêncio à Presidência da Câmara e nos primeiros meses após a eleição a *Veja* publicou uma série de matérias sobre a vida do parlamentar. Em algumas reportagens ficou claro o tom preconceituoso do veículo, que chegou a ironizar a pretensão do parlamentar, sempre lembrando duas de suas características pessoais: ser gago e nordestino. Quanto à Casa de Saúde São Vicente, a revista fez a seguinte denúncia:

A principal fonte de renda do deputado e médico Inocêncio Oliveira é o Hospital Casa de Saúde São Vicente, em Serra Talhada, que tem duas unidades – o hospital geral e a clínica psiquiátrica – e um dos maiores faturamentos do interior de Pernambuco. O hospital é particular, mas 90% de sua receita mensal de 2,3 bilhões de cruzeiros provêm da Previdência. (...) O hospital do deputado tem 372 leitos e uma cota mensal de 1.169 AIHs. Uma média de 3,14 AIHs por leito ao mês. Proporção muito superior a todos os seus concorrentes, que ficam numa faixa equivalente à metade de sua cota (VEJA, 13/1/1993, p. 25).

A Casa de Saúde São Vicente é apenas uma entre muitas empresas do Grupo Inocêncio. Além da clínica, da TV Asa Branca e das três rádios, o deputado é proprietário de uma rede de concessionárias revendedoras de moto Honda. Constam ainda em seu patrimônio pessoal fazendas no município de Passira, com 288 hectares, e outra em Limoeiro, com 348 hectares. Também é de propriedade do deputado um plantel suíno com 975 cabeças, 1.197 cabeças de gado bovino e 9 equinos e muares. Essas informações estão na declaração de bens que Inocêncio Oliveira apresentou nas eleições de 2006, mas referentes ao exercício anterior, ou seja, 2005.

Em levantamento feito na Junta Comercial de Pernambuco, as empresas que constam como de propriedade de Inocêncio Oliveira são as seguintes:

NOME EMPRESARIAL	MUNICÍPIO	SÓCIO	OBJETO SOCIAL
Rede Nordeste de Comunicação	Caruaru	Inocêncio Gomes de Oliveira, Shely	Instalação e exploração comercial de serviço de radiodifusão, em quaisquer de suas

Ltda. (TV Asa Branca)		Oliveira Rollemberg (filha), Shirley Nogueira Oliveira (filha), Sheila Oliveira Laluce, LF Administração, Participação e Empreendimentos Ltda. ⁴⁹ e VJE Administração e Participação Ltda. ⁵⁰	modalidades, de acordo com os atos de outorga de autorização, permissões ou concessões que venha obter do governo federal, ou imediatamente a transferência direta dessa outorga, quando autorizadas pelo poder concedente. A execução dos serviços de radiodifusão terá finalidade educacional, cultural, informativa, recreativa, moral e cívica, bem como, subsidiariamente, a exploração da publicidade ou propaganda comercial, promoção e empreendimentos de shows artísticos e colaboração com poderes públicos, clubes de serviços, entidades filantrópicas e religiosas, visando ao interesse coletivo
Rádio A Voz do Sertão ⁵¹	Serra Talhada	Inocêncio Gomes de Oliveira, Ana Elisa Nogueira Oliveira e Shely Oliveira Rollemberg	Produção de filmes, atividades de gravação de som e de edição de música, atividades de rádio, atividades de televisão aberta, programadora e atividades relacionadas a televisão por assinatura, agência de publicidade, agenciamento de espaços para publicidade, exceto em veículos de comunicação, produção de espetáculos de rodeios, vaquejadas e similares, artes cênicas, espetáculos e atividades complementares não especificados anteriormente, produção e promoção de eventos esportivos, outras atividades não especificadas anteriormente
Fazendas Reunidas Nossa Senhora da Imaculada Conceição Ltda.	Limoeiro	Inocêncio Gomes de Oliveira e Ana Elisa Nogueira Oliveira (esposa)	Criação de bovinos para corte, produção, industrialização e comercialização de seus derivados. Transporte rodoviário de cargas, exceto de produtos perigosos, e mudanças intermunicipal, interestadual e internacional
Fazenda Cipoal Ltda.	Passira	Inocêncio Gomes de Oliveira e Ana Elisa Nogueira Oliveira	Preparação de leite e comércio atacadista de leite e laticínios
Clínica de Nefrologia São Vicente Ltda.	Serra Talhada	Inocêncio Oliveira e outros ⁵²	Atividade de atendimento hospitalar a doenças renais e serviço de diálise e hemodiálise
Sertamol – Serra Talhada Motos Peças Ltda.	Serra Talhada	Inocêncio Gomes de Oliveira e Ana Elisa Nogueira Oliveira	Comércio varejista de veículos, especialmente de motos e suas peças e acessórios
Jamoto – Jaboatão Motos e Peças Ltda.	Jaboatão dos Guararapes	Inocêncio Gomes de Oliveira, Shirley Nogueira Oliveira (filha) e Marco Aurélio Nunes Oliveira	Comércio a varejo e por atacado de veículos automotores, representantes comerciais e agentes de comércio de veículos automotores, comércio por atacado e a varejo de motocicletas, peças e acessórios, representantes comerciais e agentes do comércio de

⁴⁹ Constam como sócios da LF Administração Camila Maria Malta Leite, Emília Maria Malta Leite, Luiz de França Leite, Luíza Maria Malta Leite Lourenço Pinto e Abel Severiano Malta Leite.

⁵⁰ Os acionistas da VJE Administração são Vicente Jorge Espíndola Rodrigues, Geraldo Jorge da Silva Rodrigues Espíndola e Layana Braga da Silva Espíndola Rodrigues.

⁵¹ A Jucepe concentra os dados das três rádios do deputado Inocêncio Oliveira apenas em A Voz do Sertão AM, já que é a matriz, tem a mesma razão social e o mesmo CNPJ da Líder do Vale (nome de fantasia), a FM instalada em Serra Talhada. A Transertaneja (nome de fantasia) aparece como filial, com outro CNPJ.

⁵² Consta na Jucepe que os demais sócios de Inocêncio Oliveira na Clínica São Vicente são Augustus César Pinto de Freitas, Clóvis Alves Carvalho Filho, Ericson Cavalcanti Gouveia, João Marcelo Medeiros de Andrade, José Ferdinando Feitosa, Juliana Amaro Borborema Bezerra, Moacir Coutinho Netto, Sebastião Ignácio de Oliveira Júnior, Silvana Amaro, Borborema Clemente, Suzana Moraes de Oliveira Melo, Rogério Araújo Leão e Fernando Antônio Luís de Oliveira Azevedo.

			motocicletas, peças e acessórios, administração de consórcios para aquisição de bens e direitos, administração de bolsas e mercados de balcão organizados, serviços de liquidação e custódia, representação de bancos estrangeiros, atividades jurídicas, exceto cartórios
--	--	--	--

Os dados foram retirados da Certidão Simplificada de cada uma dessas empresas, conforme cópias anexadas a esta pesquisa. O documento é público e é fornecido pela Junta Comercial de Pernambuco. Nele consta a informação da situação atual das empresas e todas elas estão em atividade. Mas, além das empresas já elencadas, na Jucepe há outros registros de empresas em nome de Inocêncio Oliveira, inclusive uma rádio, a Sumaré Ltda., localizada no município de Paulista, Região Metropolitana do Recife. O contrato é de 5 de julho de 1988 e o cancelamento é de 1º de outubro de 2005. Shirley Oliveira, filha e gerente do grupo empresarial Inocêncio Oliveira, contesta a informação. “Assim como tantas outras informações veiculadas em jornais e revistas, a rádio Sumaré, em Paulista, nunca foi do deputado Inocêncio Oliveira” (OLIVEIRA, S., 2009). As outras empresas registradas na Jucepe em nome do parlamentar, mas que não estão em atividade, são Gráfica Editora O Sertanejo Ltda., Agropecuária Lajiúba Ltda., Javel – Jaboatão Veículos Ltda. e Igopar Ltda.

Com os dados apresentados, é possível identificar que Inocêncio Oliveira, além de um parlamentar influente, é um grande empresário e proprietário rural. Sobre a performance do deputado como fazendeiro, ele aparece entre os cem maiores produtores de leite do Brasil no ano de 2009, segundo o *Top 100*, um levantamento feito pelo site MilkPoint.⁵³ Ele é o único produtor de leite de Pernambuco a aparecer na pesquisa, ficando na 50ª colocação nacional. Do Nordeste, além do parlamentar, apenas sete produtores foram apontados pela pesquisa. “Antigamente ele queria ser o maior produtor de leite do Nordeste. Era o primeiro de Pernambuco, mas queria ser do Nordeste” (FEITOSA, 2009).

O deputado Alberto Feitosa ressalta a paixão de Inocêncio Oliveira pelas suas fazendas de gado. “O único defeito dele, ele diz, é ter criação de gado de leite. Ele diz que o vício dele é criar gado de leite, porque gado de leite sempre termina matando ou dando prejuízo. Mas ele gosta. No horário que ele tem de lazer, que são aos sábados, vai para a fazenda” (FEITOSA, 2009). Shirley Oliveira reforça a informação: “Lazer para ele é deitar na rede e ler um livro enquanto descansa na praia, ou estar na fazenda vendo o gado” (OLIVEIRA, S., 2009).

⁵³ Cf. <<http://www.milkpoint.co.br/top100/final>>.

Mas a desenvoltura do deputado como fazendeiro também já motivou uma investigação do Ministério do Trabalho, que detectou que os trabalhadores de uma de suas fazendas – a Carnaíba, no interior do Maranhão – viviam em condições análogas às de escravidão. De acordo com informações divulgadas pela imprensa na época, a fazenda tinha cerca de 2.800 cabeças de gado e 8 mil hectares. Depois da denúncia, o parlamentar vendeu a propriedade.

A fazenda de Inocêncio manteve 58 trabalhadores nos três primeiros meses de 2002 em situação que se enquadra no que tecnicamente é definido como escravidão de mão de obra. (...) Havia entre os trabalhadores até um menor, de 15 anos de idade. O relatório (do Ministério do Trabalho), com 232 páginas, 83 fotografias e 11 depoimentos, mostra que o fazendeiro Inocêncio Oliveira não fornecia água potável aos empregados, que não havia instalações sanitárias, que a moradia dos trabalhadores era coletiva e que nenhum deles desfrutava o elementar direito de ir e vir (VEJA, 4/9/2002, p. 46).

Em 2006, a Justiça do Trabalho do Maranhão condenou o parlamentar a pagar indenização por dano moral no valor de R\$ 530 mil pela prática irregular na fazenda Carnaíba.⁵⁴ Antes disso, em 2003, uma das fazendas de Inocêncio em Serra Talhada, a Lajinha, foi invadida por agricultores. A propriedade era considerada improdutiva. Depois da invasão, a Lajinha e outra fazenda do deputado, a Carnaúba do Ajudante, foram compradas pelo Incra para fins de reforma agrária. As duas propriedades somam 717 hectares. Atualmente funciona no local um assentamento com 22 famílias.

Mesmo tendo uma forte ligação com suas fazendas e com a criação de gado, a grande paixão de Inocêncio Oliveira é mesmo a política. Alguns de seus aliados chegam a dizer que ele “respira política. A vida dele é falando 24 horas de política. É uma memória (...). Coisas que a gente conversa, combina que vai fazer, eu não me lembro com quem foi, o que a gente fez, ligo para ele, ele me lembra de tudo” (FEITOSA, 2009). O deputado complementa:

Uma coisa interessante em Inocêncio é que é difícil você ver um ex-eleitor de Inocêncio. Quem vota em Inocêncio vota sempre. (...) A gente ouve no interior “minha mãe votava no senhor, meu pai, meu avô e eu continuo votando”. (...) É um camarada superinteligente, de uma memória fantástica, com um ritmo de trabalho que eu mesmo, sendo 20 anos mais novo que ele, tenho dificuldade de acompanhar. (...) É uma pessoa que honra extremamente o compromisso. Se ele disser “eu vou em tal cidade no interior”, ele vai. Então ele faz uma política de presença, de acompanhamento, ele vai na casa. Se ele marcar para ir na casa de um vereador em Santa Maria da Boa Vista no sábado, ele pega um avião, se não tiver um avião para fretar, ele

⁵⁴ Cf. <http://ultimainstancia.uol.com.br/noticia/24855.shtml>. Acesso em 16/11/2009.

pega um carro e vai estar lá. Esse vereador deu 200 votos a ele, então ele tem um compromisso. (...) Ele se mantém visitando, dando atenção, chega no escritório dele e tem mais de 100 pessoas para atender. Ele chega lá às 9h da manhã e sai às 9h da noite, manda buscar sanduíche, porque ele só sai de lá quando atender quem estiver ali, marcado ou não marcado. E se ele acertar marcar um negócio, marca um, dois meses depois, compromisso, ele vai, entendeu? E vai em todo lugar, come qualquer coisa, dorme na casa, não usa hotel (FEITOSA, 2009).

José Marcos Lima, também aliado do deputado sertanejo, não poupa elogios ao amigo:

O mais impressionante de Inocêncio é a sua memória. Em toda cidade aonde ele chega, ele sabe o nome de cada um que vai encontrando. Vai falando o nome do pai, da mãe, dos filhos, todos eles conhecem. (...) Você chega em cidades do interior onde todas as obras foram trazidas pelo deputado Inocêncio Oliveira através da sua ação parlamentar. (...) Eu não conheço nenhum deputado tão ligado às bases, ligado aos prefeitos, aos seus vereadores. Todo fim de semana você não encontra Inocêncio aqui na capital. Ele é um homem avesso à sociedade. Todos os fins de semana ele está ligado aos problemas da região que representa (LIMA, 2009).

A rotina de Inocêncio Oliveira, que está com 71 anos – ele nasceu em 21 de outubro de 1938 –, começa logo cedo. Ao acordar, ele:

Lê todos os jornais (em torno de quatro ou cinco), assiste a todos os jornais televisivos, faz exercícios e sai para trabalhar. Estando no Estado de Pernambuco ou em Brasília, ele passa o dia tratando de política e só volta para casa à noite, quando se informa ainda mais sobre as questões do Brasil. Nos fins de semana, frequentemente ele visita as bases políticas no interior. Só abre exceções para os aniversários das netas. Às vezes almoça ou janta com a família no domingo (OLIVEIRA, S., 2009).

Além das características já citadas, Inocêncio, de vez em quando, vai ao estádio assistir ao jogo do Náutico, seu time. Ele também é avesso à direção, ao cigarro e à bebida. Ele “nunca bebeu, nem quando a gente saía para jantar com a família. Nunca jogou, não joga e não fuma. (...) Ele não dirige. Disse que não tem concentração para dirigir” (FEITOSA, 2009).

Pai de três filhas e avô de cinco netos – um menino e quatro meninas –, Inocêncio Oliveira é apontado por Shirley Oliveira como um pai atencioso e carinhoso, um avô amoroso que adora satisfazer as vontades dos netos. Como marido, costuma sempre ouvir a esposa. Em alguns eventos familiares, ele dá uma pausa na política para participar dos aniversários dos netos e para almoçar ou jantar com a família aos domingos, além de reservar uns dias do recesso de julho e das férias de janeiro para passar na praia com os familiares.

O único filho homem de Inocêncio Oliveira, Sheldon, nasceu especial, com microcefalia, e em 1992, aos 24 anos, faleceu. Como o destino reservou ao deputado sertanejo três filhas mulheres, não lhe restou alternativa senão prepará-las para a sua sucessão, apesar da tradição machista do Sertão. Sobre esse aspecto, Shirley Oliveira traz para si a responsabilidade de assumir o espólio empresarial do parlamentar e diz que não vê problemas nisso pelo fato de ser mulher. Em uma entrevista que concedeu a Luiz Eduardo Borgerth (2003) para o livro *Quem e como fizemos a TV Globo*, o dono do Sistema Globo de Televisão, Roberto Marinho, concordou com o entrevistado, que atribuiu sua maior sorte ao fato de não ter genros (em uma provocação ao concorrente Sílvio Santos, que, assim como Inocêncio Oliveira, só tem filhas mulheres), alegando, também com uma postura machista, que as empresas terminariam sendo administradas pelos genros. Sobre esse aspecto, Shirley Oliveira tem uma resposta: “Papai nunca fez qualquer menção a esse tipo de coisa, até porque ele não tem opções: somos três mulheres capazes, criadas para trabalhar e ser felizes. Sendo assim, não tenho dificuldades para administrar as empresas” (OLIVEIRA, S., 2009).

Quanto à sucessão política, a filha do deputado garante que o pai não vai deixar herdeiros, nem mesmo o primo-sobrinho do parlamentar, Sebastião Oliveira,⁵⁵ secretário de Transportes de Pernambuco. “Sobre a sucessão política, papai não pensa em deixar sucessores, por enquanto” (OLIVEIRA, S., 2009).

⁵⁵ Sebastião Oliveira é filho de uma prima de Inocêncio Oliveira que foi criada com ele como se fosse irmã. Daí a relação de tio e sobrinho, ainda que seja primo segundo. É interessante destacar que existe a informação, não confirmada por Sebastião nem por Inocêncio, de que a relação deles estaria estremecida, uma vez que o primo-sobrinho não estava mais sob a liderança de Inocêncio.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Muito longe de ser conclusiva, esta pesquisa é uma contribuição para o estudo das indústrias culturais em Pernambuco e uma reflexão acerca do rigor conceitual necessário para a utilização do termo coronelismo eletrônico. A partir do levantamento bibliográfico e do trabalho empírico, observou-se que, muito mais do que instrumento eleitoral, a radiodifusão concedida a políticos, ao menos neste caso específico, tem como finalidade aumentar o patrimônio empresarial do político radiodifusor, que, não raramente, é detentor de várias empresas, como é o caso do deputado federal Inocêncio Oliveira, concessionário da TV Asa Branca e das rádios A Voz do Sertão, Líder do Vale e Transertaneja e objeto estudado nesta dissertação.

Retomando o título deste estudo, *Coronelismo eletrônico ou indústria cultural? – uma análise das empresas de radiodifusão do deputado federal Inocêncio Oliveira*, talvez seja possível responder, não de forma apressada, mas a partir do que foi observado, que a televisão e as rádios do parlamentar estão muito mais próximas da lógica capitalista das indústrias culturais, produzindo e reproduzindo bens simbólicos com interesses econômicos, do que da definição dada por alguns pesquisadores ao termo coronelismo eletrônico, uma adaptação do coronelismo histórico. Não foi identificado o uso político das emissoras; ao contrário, percebeu-se o interesse comercial dos gestores das empresas. A constatação, todavia, não anula nem desconstrói as reflexões sobre o poder ampliado dos políticos radiodifusores, argumentos apresentados pelos pesquisadores que estudam o coronelismo eletrônico. Os políticos radiodifusores, ao controlar concessões de radiodifusão, concentram o poder político e o controle da informação. Porém, muito mais do que isso, eles detêm o poder econômico, porque essas empresas primeiramente atendem à lógica das indústrias culturais.

A TV Asa Branca, desde o momento da sua concepção, foi pensada do ponto de vista comercial, tanto que se afiliou à maior rede de televisão do Brasil, a TV Globo, levando, atualmente, o conteúdo da emissora para 108 municípios do interior de Pernambuco. Com exceção de dois noticiários locais e *flashes* veiculados no decorrer da programação, além de alguns programas especiais esporádicos, a Asa Branca reproduz todo o conteúdo da TV Globo que é gerado pela cabeça de rede. Ou seja, o perfil da televisão de Caruaru em nada (ou quase nada) se diferencia do da Globo, já muito estudado por pesquisadores não só do campo da comunicação, como também de áreas como sociologia e economia. Pelo fato de reproduzir basicamente a programação de rede, a emissora fecha espaço para a cultura local, ferindo o cerne da identidade cultural da região. Caso tivesse a intenção de se valer da penetração

regional da afiliada exclusivamente para fins políticos eleitorais, a emissora investiria mais em programação local, colocando aliados de Inocêncio Oliveira em cargos estratégicos nas empresas, inclusive no jornalismo. Poderia também optar por programas mais populares com a finalidade de se aproximar mais do eleitorado. Ao contrário, um dos sócios da Asa Branca, Vicente Jorge Espíndola, em entrevista à autora desta pesquisa, admitiu que o objetivo final da emissora é a lucratividade e que financeiramente é mais vantajoso ser afiliada e reproduzir a programação de cabeça de rede do que produzir programas locais.

Como bem observou Paulo Puterman (1994, p. 33) no texto *Indústria cultural: A agonia de um conceito*, “a dominação da indústria cultural pelos grandes empresários teria, nas sociedades capitalistas, o mesmo efeito dos sistemas políticos totalitários. (...) Leva à imposição das mesmas ideias e dos mesmos gostos e, portanto, a uma uniformização das maneiras de pensar e de sentir. (...) Se opera de maneira a concentrar decisões e poder nas mãos de grandes empresários”. Pesquisas recentes sugerem uma ruptura dessa lógica, indicando como caminhos a serem percorridos a valorização do local e o incentivo a produções independentes. Nesse sentido, este trabalho se utiliza de um trecho do *Relatório para a liberdade de expressão da organização dos Estados americanos*:

En los últimos años se ha venido interpretando que uno de los requisitos fundamentales de la libertad de expresión es la necesidad de que exista una amplia pluralidad de información y opiniones disponibles al público. Y es por ello que el control de los medios de comunicación, en forma monopólica u oligopólica, puede afectar seriamente el requisito de la pluralidad de información (Relatorio para la libertad de expresión de la organización de Estados americanos, 2004, apud MASTRINI e BACERRA, 2006, p. 291).⁵⁶

As rádios A Voz do Sertão, Líder do Vale e Transertaneja não se distanciam muito do perfil da TV Asa Branca. De 2001 para cá, a administradora de empresa Shirley Oliveira, filha de Inocêncio Oliveira, assumiu a coordenação não só das rádios, mas também de todas as empresas do Grupo Inocêncio. Segundo Shirley, não existe mais o uso político das emissoras, tão comum nos primeiros anos de instalação. “No começo da minha gestão, de fato, apareceram muitas solicitações políticas. Na grande maioria das vezes a solicitação era negada por mim. Com o tempo, percebendo que eu não cederia às solicitações de cunho político, esses pedidos praticamente cessaram” (OLIVEIRA, S., 2009).

⁵⁶ Tradução: “Nos últimos anos a interpretação é de que um dos requisitos fundamentais da liberdade de expressão é a necessidade de que exista uma ampla pluralidade de informação e opiniões disponíveis ao público. E é por ele que o controle dos meios de comunicação, em forma monopólica ou oligopólica, pode afetar seriamente o requisito da pluralidade da informação”.

Foi também a partir da gestão de Shirley que as rádios deixaram de representar prejuízo. Ela adotou um modelo de gestão voltado para a lógica comercial, em busca de lucratividade, com programação jornalística e de entretenimento similar a qualquer outra rádio que se insere nas indústrias culturais. No entanto, Inocêncio Oliveira continua tendo espaço privilegiado nas emissoras. Exemplos disso foram a mensagem de final de ano, assinada pelo parlamentar, veiculada nas três rádios durante o mês de dezembro de 2009, e as vinhetas fixas que passam durante os intervalos comerciais, destacando as rádios como empresas do grupo de comunicação Inocêncio Oliveira. No *site* de A Voz do Sertão, são postadas quase que diariamente notas referentes ao parlamentar, muitas delas reproduzidas de colunas políticas de jornais de grande circulação em Pernambuco. “As notas postadas no site são independentes, já que não há contrato com nenhum jornalista para a produção de tais notas” (OLIVEIRA, S., 2009). Vinhetas, mensagens publicitárias e/ou notas no *site* não são suficientes para justificar o conceito de coronelismo eletrônico nas rádios do deputado. Na programação jornalística, durante a pesquisa empírica, não houve uma única entrevista com o deputado ou menção de seus feitos.

Distante de se enquadrar no perfil do coronel eletrônico, Inocêncio Oliveira tem uma forte identificação com a herança do coronelismo histórico definido por Victor Nunes Leal. O deputado carrega consigo duas características que vêm desde os primeiros anos da colonização, que são o patrimonialismo e o clientelismo. O patrimonialismo por se utilizar da condição de político influente para conseguir benesses da estrutura do Estado para reforçar seu espólio pessoal e empresarial. Foi assim, como exposto no decorrer desta dissertação, com a perfuração de poços em suas propriedades feitas pelo Dnocs e, mais especificamente, quando conseguiu as concessões das rádios e da televisão. Por consequência desse patrimonialismo, o deputado recorre a práticas clientelistas, como se deu nas negociações durante e na sequência da Constituinte, quando foram liberadas várias concessões de radiodifusão em troca da votação a favor do quinto ano do então presidente Sarney e do presidencialismo como sistema de governo. Foi nesse período que Inocêncio Oliveira recebeu a autorização para explorar as concessões da TV Asa Branca e das rádios Líder do Vale e Transertaneja.

Por tudo o que já está exposto, parece prudente afirmar que há um distanciamento significativo entre as características do coronelismo definido por Victor Nunes Leal [1948(1978)] e o chamado coronelismo eletrônico, além de ser questionável o rigor conceitual do termo. Ao que parece, a definição do coronelismo eletrônico é muito mais metafórica do que acadêmica. Talvez José Murilo Carvalho (2005) tenha razão ao afirmar que “o uso em

larga escala do termo coronelismo por especialistas de diferentes áreas sem um maior rigor provocou, e continua provocando, confusões e imprecisões conceituais” (CARVALHO, 1997).⁵⁷

Ao tentar ampliar os estudos sobre os coronelismos histórico e eletrônico e sobre as indústrias culturais em Pernambuco, esta pesquisa se inspirou em Roger Silverstone (2002), autor do livro *Por que estudar a mídia?*. Para o autor, estudar a mídia ajuda a compreender como ela contribui para o exercício do poder na sociedade tardo-moderna. “A mídia tem uma responsabilidade de tornar o mundo mais inteligível. (...) Nós que estudamos a mídia precisamos tornar a mídia inteligível. (...) Não se trata de um projeto fácil nem confortável. Mas o perseguimos na esperança de que depositando um grão de areia numa ostra a irritação causada por nossa presunção irá, de tempos em tempos, se converter em pérola” (SILVERSTONE, 2002, p. 283).

Ainda seguindo as reflexões de Silverstone, é possível apontar importantes considerações para a conclusão deste trabalho, na tentativa de tornar a radiodifusão brasileira mais democrática e mais inteligível, até porque é fruto de concessão pública e deve atender ao interesse público e não favorecer grupos políticos e privados. No tocante ao que foi investigado, este trabalho se vale de algumas propostas aprovadas na Conferência Nacional de Comunicação (Confecom)⁵⁸ realizada em dezembro de 2009. Entre elas, as de maior relevância para esta pesquisa são a proibição de políticos exercerem função de comunicador em qualquer concessão pública de comunicação durante o exercício de mandato e a instituição do período de seis meses antes da data da eleição para que o candidato se ausente das funções de comunicador.

Muito mais do que propõe a Confecom, é preciso que se cumpra o artigo 54 da Constituição Federal, que proíbe deputados e senadores, desde a expedição do diploma, 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. O mesmo artigo diz ainda que, desde a posse, parlamentares não podem 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 (CONSTITUIÇÃO FEDERAL, 1988).

⁵⁷Cf. <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0011-52581997000200003&script=sci_arttext>.

⁵⁸ Algumas propostas foram aprovadas na íntegra, outras com nova redação e outras aprovadas com maioria simples.

Como mostra esta investigação, a legislação não vem sendo cumprida e a consequência disso é o grande número de políticos controlando os meios de comunicação, o que compromete a democratização da informação, que fica relegada aos interesses econômicos, políticos e pessoais do setor. Para além de estudar a existência ou não do coronelismo eletrônico, é preciso aprofundar o debate sobre a democratização da comunicação a partir da participação social nas políticas de comunicação da radiodifusão, sobretudo nas outorgas que estão sob o controle da classe política. Problemática que fica como proposta para pesquisas futuras.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. [1947(1985)].
- A INDÚSTRIA da miséria. **Veja**, 21 de abril de 1993, p. 16-17.
- AS CULPAS de um certo Inocêncio. **Veja**, 31 de janeiro de 1993, p. 24-26.
- BAHIA, Luiz Henrique Nunes. **O poder do clientelismo: Raízes e fundamentos da troca política**. Rio de Janeiro: Renovar, 2003.
- BARROS, Rosário de Pompéia Macedo. **Das relações políticas à racionalização das indústrias culturais: A trajetória do Sistema Jornal do Commercio de Comunicação**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco. Recife: UFPE, 2009.
- BASTA um dia. **Veja**, 10 de fevereiro de 1993, p. 25.
- BAYMA, Israel. **A concentração da propriedade de meios de comunicação e do coronelismo eletrônico no Brasil**. Brasília: Bancada do PT na Câmara dos Deputados, 27 de novembro de 2007.
- BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução. In: **Os Pensadores**, São Paulo: Editor Victor Civita, [1936(1975)], p. 9-34.
- BOBBIO, Norberto; MATTECUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de política**. 13 ed. Brasília: Editora da UnB, 2007, p. 177-179, volume 1 (A/K).
- BOLAÑO, César. **Indústria cultural: Informação e capitalismo**. São Paulo: Editora Polis, 2000.
- _____; BRITO, Valério Cruz (orgs.). **Rede Globo – 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo, Paulus, 2005.
- BRITTOS, Valério Cruz. Globo, transnacional e capitalismo. In: BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César (orgs.). **Rede Globo – 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005.
- CALDAS, Graça. **O latifúndio no ar – Mídia e poder na Nova República**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 1995.
- CAPPARELLI, Sérgio; SANTOS, Suzy dos. Coronelismo, radiodifusão e voto: A nova face de um de velho conceito. In: BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César (orgs.). **Rede Globo – 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005.
- _____. **Comunicação de massa sem massa**. 3 ed. São Paulo: Summus, 1986.
- _____; LIMA, Venício A. de. **Comunicação e televisão – Desafios da pós-globalização**. São Paulo: Hacker, 2004.

_____. **Televisão e capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: L&PM, 1982.

CARONE, Edgard. Coronelismo: Definição histórica e bibliografia. **Revista de Administração de Empresas**, jul/set, 1971, p. 85-92.

_____. **A Primeira República (1889-1930)**. Rio de Janeiro/São Paulo: Difel, 1976.

CARTÓRIOS eletrônicos. **Veja**, 25 de julho de 1990, p. 34-36.

CARVALHO, José Murilo de. **Pontos e bordados – Escritos de história e política**. Belo Horizonte: UFMG, 2005.

_____. **As metamorfoses do coronel**. 2001. *Jornal do Brasil*. Disponível em: <http://www.ppghis.ifcs.ufrj.br/media/carvalho_metamorfoses_coronel.pdf>. Acesso em: 28 ago. 2009.

_____. Em louvor de Victor Nunes Leal. **Revista Dados**, Rio de Janeiro, 1980, p. 5-9.

_____. In memoriam – Victor Nunes Leal (1919-1985). **Revista Dados**, Rio de Janeiro, 1985, p. 141-142.

CARVALHO, Augusto César. **Entrevista concedida a Fabíola Mendonça de Vasconcelos**. Recife, 30 de abril de 2008.

SENADO FEDERAL. **Constituição Federativa do Brasil**. Texto promulgado em 5 de outubro de 1988. Brasília, 2006. Disponível em <<http://www.senado.gov.br/sf/legislacao/const/>>. Acesso em: 14 abr. 2009.

COSTA, Sylvio. **Dossiê das concessões de TV**. Série de reportagem do Correio Braziliense reproduzida 1997 e publicada pelo Observatório da Imprensa. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/mat2008d.htm>>. Acesso em: 21 set. 2006.

CRUZ, Ari Luiz; BARROS, Darcier; TAVARES, Dirceu. **Razão e comunicação – Elementos de uma identidade nacional**. Recife: Editora Universitária da UFPE, 2006.

CRUZ, Dulce Márcia. **Televisão e negócio – A RBS em Santa Catarina**. Santa Catarina: Editora da UFSC, 1996.

DANTAS, Iberê. **Coronelismo e dominação**. Aracaju: Diplomata, 1987.

DE OLHO nas urnas. **Veja**, 17 de julho de 1996, p. 38-39.

DUARTE, Jorge; BARROS, Jorge. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2005.

ESPÍNDOLA, Vicente Jorge. **Entrevista concedida a Fabíola Mendonça de Vasconcelos**. Recife, 9 de maio de 2009.

FADUL, Anamaria; REBOUÇAS, Edgard. Por uma perspectiva metodológica para os estudos dos sistemas de mídia: O caso do Nordeste brasileiro como referência. In: **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Rio de Janeiro. Anais... São Paulo: Intercom, 2005, CD-ROM.

FAORO, Raymundo. **Os donos do poder – Formação do patronato político brasileiro**. Porto Alegre: Editora Globo, volume 1, 1975.

FERNANDES, Bob. Os donos do poder. **Carta Capital**, 13, 1995, p. 15-53.

FERRAZ, Vera. **Entrevista concedida a Fabíola Mendonça de Vasconcelos**. Recife, 16 de junho de 2009.

FREYRE, Gilberto. **Casa grande e senzala**. 40 ed. Rio de Janeiro: Record, [1936(2000)].

_____. Sobrados e mocambos – Decadência do patriarcado rural e desenvolvimento do urbano. **Introdução à história da sociedade patriarcal no Brasil**. 12 ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Editora Record, [1936(2000a)], vol. 2.

FUNDO do poço. **Veja**, 7 de abril de 1993, p. 77.

GEORGE, Éric. Elementos de reflexão sobre a dimensão sociológica do ponto de vista da economia política da comunicação e da teoria das indústrias culturais. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de La Información y Comunicación**, vol. VII, nº 5, may-ago, 2005. Disponível em: <www.eptic.com.br>. Acesso em: 30 de jul. 2009.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2008.

GOMES, Rosemeri. **Entrevista concedida a Fabíola Mendonça de Vasconcelos**. Recife, 20 de julho de 2009.

HOLANDA, Sérgio Buarque. **Raízes do Brasil**. 2 edição. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

IANNI, Octavio. **A sociedade global**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.

JANOTTI, Maria de Lourdes Monaco. **Coronelismo: Uma política de compromissos**. São Paulo: Brasiliense, 1981.

JUCEPE – Junta Comercial de Pernambuco. **Certidão simplificada da Rádio Voz do Sertão**. Emitida em 8 de janeiro de 2009.

_____. **Certidão simplificada da Rede Nordeste de Comunicação Ltda**. Emitida em 8 de janeiro de 2009.

_____. **Certidão simplificada da Igopar Ltda**. Emitida em 21 de dezembro de 2009.

_____. **Certidão simplificada da Agropecuária Lajiúba Ltda.** Emitida em 21 de dezembro de 2009.

_____. **Certidão simplificada da Clínica de Nefrologia São Vicente Ltda.** Emitida em 21 de dezembro de 2009.

_____. **Certidão simplificada da Sertamol – Serra Talhada Ltda.** Emitida em 21 de dezembro de 2009.

_____. **Certidão simplificada da Jamoto Jaboatão Motos e Peças Ltda.** Emitida em 21 de dezembro de 2009.

_____. **Certidão simplificada da Fazenda Cipoal Ltda.** Emitida em 21 de dezembro de 2009.

LEAL, Victor Nunes. **Coronelismo, enxada e voto – O município e o regime representativo no Brasil.** São Paulo: Alfa-Ômega, [1947(1978)].

_____. O coronelismo e o coronelismo de cada um. *Revista de Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, vol. 23, nº 1, 1980, p. 11 a 14.

LIMA, Venício A. de. **Mídia – Crise política e poder no Brasil.** São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

_____; LOPES, Cristiano Aguiar. **Rádios comunitárias – Coronelismo eletrônico de novo tipo (1999-2004).** 2007. Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor). Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=439IPB001>>. Acesso em: 5 de mar. 2008.

LIMA, Maurício. Casa-grande e senzala. **Veja**, 4 de setembro de 2002, p. 46-47.

MARINONI, Bruno. **Sistema Verdes Mares de Comunicação e indústria cultural brasileira ou das técnicas modernas para sereias concorrerem em ambientes oligopolizados.** Recife: UFPE, 2008.

MARTINS, Magno. **Entrevista concedida a Fabíola Mendonça de Vasconcelos.** Recife, 9 de junho de 2009.

MASTRINI, Guillermo; BECERRA, Martín. **Periodistas y magnatas – Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina.** Instituto Prensa y Sociedad (IPyS), 2006.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **História das teorias da comunicação.** São Paulo: Edições Loyola, 1999, p. 113-130.

MIÈGE, Bernard. **O pensamento comunicacional.** Petrópolis: Vozes, 2000.

MOSCO, Vicent. **The political economy of communication: rethinking & renewal.** London: Sage, 1996.

_____. Do mito do ciberespaço à economia política da comunicação digital. In: SOUSA, Helena. **Comunicação, economia e poder**. Porto-Portugal: Porto Editora, 2006.

MOTTER, Paulino. **A batalha invisível da Constituinte – Interesses privados versus caráter público da radiodifusão no Brasil**. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Faculdade de Estudos Sociais Aplicadas – Departamento de Ciência Política e Relações Internacionais. Brasília: UnB, 1994.

MURCIANO, Marcial. **As políticas de comunicação face aos desafios do novo milênio: Pluralismo, diversidade cultural, desenvolvimento econômico e tecnológico e bem-estar social**. In: SOUSA, Helena. **Comunicação, economia e poder**. Porto-Portugal: Porto Editora, 2006.

MURDOCK, Graham. Transformações continentais: Capitalismo, comunicação e mudança na Europa. In: SOUSA, Helena. **Comunicação, economia e poder**. Porto-Portugal: Porto Editora, 2006.

OBSERVATÓRIO ITAÚ CULTURAL. **Notas sobre as indústrias culturais, nº 1 – Indicadores e políticas públicas para a cultura**.

OLIVEIRA, Marcos. **Entrevista concedida a Fabíola Mendonça de Vasconcelos**. Recife, 14 de maio de 2009.

OLIVEIRA, Sheila Borges de. **Palanque eletrônico: O horário gratuito da propaganda eleitoral e os gêneros do telejornalismo**. Dissertação de Mestrado. Recife: UFPE, 2005.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 2001.

PASSOS, Tânia. **Entrevista concedida a Fabíola Mendonça de Vasconcelos**. Recife, 12 de maio de 2009.

PERFIL de Inocêncio Oliveira, com votações importantes avaliadas pelo **Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar**.

PERFIL do deputado federal Inocêncio Oliveira. Transparência Brasil. Disponível em: <www.transparencia.org.br>. Acesso em: 9 jun. 2009.

PIERANTI, Octavio Penna. **Políticas públicas para radiodifusão e imprensa**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

_____. **A radiodifusão e os coronéis da mídia: Uma discussão conceitual acerca do “coronelismo eletrônico”**. Disponível em: <http://www.e-pers.com.br/produtos.asp?codigo_produto=1525>. Acesso em: 24 nov. 2008.

PINTO, Surama Conde Sá. **Revisitando “velhas” questões: Coronelismo e clientelismo na Primeira República**. (1997). Disponível em: <<http://www.uff.br/ichf/anpuhrio/anais/1998/autor/surama%20conde%20sa%20pinto.doc>>. Acesso em: 3 de ago. 2008.

PUTERMAN, Paulo. **Indústria cultural: A agonia de um conceito**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1994, p. 26-35.

QUEIROZ, Maria Isaura Pereira de. **O mandonismo local na vida política brasileira e outros ensaios**. São Paulo: Editora Alfa-Ômega, 1976.

RAMOS, Murilo. A força de um aparelho privado de hegemonia. In: BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César (orgs.). **Rede Globo – 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005.

REBOUÇAS, Edgard. **Os estudos e práticas da economia (e da) política de comunicação na América Latina**. In: SOUSA, Helena. **Comunicação, economia e poder**. Porto-Portugal: Porto Editora, 2006.

RENDÓN, José Carlos Lozano. **Teoría e investigación de la comunicación de masas**. Editora Pearson – Alhambra Mexicana, p. 79-93.

RÊGO, André Heráclio do. **Família e coronelismo no Brasil. Uma história de poder**. São Paulo: A Girafa Editora, 2008.

ROBERTSON, Roland. Glocalização: tempo-espço e homogeneidade-heterogeneidade. In: ROBERTSON, Roland. **Globalização – Teoria social e cultura global**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1992.

ROCHA, César. **Blogs, política e Pernambuco. Volta ao mundo por conta da Câmara**. Postado em 16 de abril de 2009. Disponível em: <<http://blogs.diariodepernambuco.com.br/politica/?paged=18>>. Acesso em: 18 abr. 2009.

SÁ, Maria Auxiliadora de. **Dos velhos aos novos coronéis**. Recife: Pimes, 1974.

SANTANA, Jorge José. **A televisão pernambucana por quem a viu nascer**. Recife: Editora do autor, 2007.

SANTOS, Suzy dos. Nem só de samba e futebol vivem as tradições históricas brasileiras: O coronelismo eletrônico como herança do coronelismo. 2006a. **IX Congresso Ibercom**. Disponível em: <<http://www.hapaxmedia.net/ibercom/pdf/DosSantosSuzy.pdf>>. Acesso em: 13 de fev. 2008.

_____. E-Sucupira: o coronelismo eletrônico como herança do coronelismo nas comunicações brasileiras. 2006b. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós)**. Disponível em: <www.compos.com.br/e-compos>. Acesso em: 13 de fev. 2008

_____. Os prazos de validade dos coronelismos: A circunscrição a um momento de transição do sistema político nacional como herança conceitual do coronelismo ao coronelismo eletrônico. **Intercom – XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1219-2.html>>. Acesso em: 13 de fev. 2008.

_____. Relações incestuosas: Mercado global, empresariado nacional de radiodifusão e líderes políticos locais/regionais. **Intercom – XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Natal-RN, 2008. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0550-2.pdf>>. Acesso em: 11 nov. 2008.

SIMIS, Anita. **A legislação sobre as concessões na radiodifusão**. São Paulo: UNIrevista - Vol. 1, nº 3, 2006

SINCLAIR, John. **Televisión: Comunicación global y regionalización**. Barcelona: Editora Gedisa, 2000.

SODRÉ, Nelson Werneck. **Síntese de história da cultura brasileira**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

SOUSA, Helena. **Comunicação, economia e poder: uma visão integrada**. In: SOUSA, Helena. **Comunicação, economia e poder**. Porto-Portugal: Porto Editora, 2006.

SOUSA, João Morais de. **Discussão em torno do conceito de coronelismo – Da propriedade da terra às práticas de manutenção do poder local**. 1995. Disponível em: <<http://www.fundaj.gov.br/geral/textos%20online/sociologia/souza2.pdf>>. Acesso em: 26 ago. 2009.

STADNIK, Célia. **A hipótese do fenômeno do “coronelismo eletrônico” e as ligações dos parlamentares federais e governadores com os meios de comunicação de massa no Brasil**. Disponível em: <<http://donosdamidia.com.br/media/documento/hipotese.pdf>>. Acesso em: 31 out. 2008.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: Uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1998, p. 11-107.

THOMPSON, Paul. **A voz do passado – História oral**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL (TRE). **Declaração de bens do deputado federal Inocêncio Oliveira referente aos anos de 1974, 1978, 1982, 1986, 1990, 1994, 1998, 2002 e 2006**.

UNESCO. **Comprender las industrias creativas – Las estadísticas como apoyo a las políticas públicas**.

VIANA, Oliveira. **Instituições políticas brasileiras**. Belo Horizonte: Itatiaia; São Paulo: Editora Universidade de São Paulo; Niterói, RJ: Editora da Universidade Federal Fluminense, 1987.

VILAÇA, Marcos Vinícios; ALBUQUERQUE, Roberto Cavalcanti. **Coronel, coronéis: Apogeu e declínio do coronelismo no Nordeste**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

WASKO, Janet. **Estudando a economia política dos *media* e da informação**. In: SOUSA, Helena. **Comunicação, economia e poder**. Porto-Portugal: Porto Editora, 2006.

ANEXOS

REDE NORDESTE DE COMUNICAÇÃO LTDA
BALANÇO PATRIMONIAL
E
DEMONSTRATIVO DE RESULTADO ECONÔMICO
2008

REDE NORDESTE DE COMUNICAÇÃO LTDA
BALANÇO PATRIMONIAL
ENCERRADO EM 31 DE DEZEMBRO DE 2008
(Expresso em Reais)

ATIVO		PASSIVO	
CIRCULANTE		CIRCULANTE	
Caixa	2.330,00	Fornecedores	97.229,69
Bancos c/Movimento	261.867,61	Comissões a Pagar	328.047,90
Aplicação de Liquidez Imediata	420.952,64	Obrigações Fiscais	216.422,86
Contas a Receber	1.512.116,00	Obrigações Previdenciárias	112.011,29
(-)Crédito de Liquidez Duvidosa	42.834,62	Outras Obrigações	400.018,14
Cientes em Permuta	225.474,27	Empréstimos e Financiamentos	98.175,88
Outros Créditos	1.062.832,10		
TOTAL DO CIRCULANTE	3.442.738,00	TOTAL DO CIRCULANTE	1.251.905,76
REALIZAVEL A LONGO PRAZO		EXIGIVEL A LONGO PRAZO	
Depósitos Judiciais	95.406,91	Parcelamentos	39.422,00
TOTAL DO LONGO PRAZO	95.406,91	TOTAL DO EXIGIVEL	39.422,00
PERMANENTE		PATRIMÔNIO LÍQUIDO	
Bens e Direito em Uso	4.390.176,50	CAPITAL SOCIAL	1.060.000,00
(-)Depreciação Acumulada	2.493.720,26	Capital Integralizado	3.083.273,39
TOTAL PERMANENTE	1.896.456,24	RESERVAS	4.143.273,39
		Lucros Acumulados	
		TOTAL PATRIMÔNIO LÍQUIDO	5.434.601,15
TOTAL DO ATIVO	5.434.601,15	TOTAL DO PASSIVO	5.434.601,15


Vicente Jorge E. Rodrigues
Diretor

5.434.601,15 TOTAL DO PASSIVO


Shirley Nogueira Oliveira
Diretora


Luiz de França Leite
Diretor

João Batista G. Campelo
CRC - 9869 - PE

REDE NORDESTE DE COMUNICAÇÃO LTDA
DEMONSTRATIVO DE RESULTADO ECONÔMICO
EXERCÍCIO FINDO EM 31 DE DEZEMBRO DE 2008
 (Expresso em Reais)

(+) Receita Operacional Bruta	15.068.768,35
(-) Dedução da Receita Bruta	2.339.031,72
(=) Receita Operacional Líquida	12.729.736,63
(-) Custos dos Serviços Vendidos	2.990.880,21
(=) Lucro Bruto	9.738.856,42
(-) Despesas Operacionais	6.016.327,46
(-) Despesas Administrativas	117.631,64
(-) Despesas Financeiras	27.561,66
(+) Receitas Financeiras	58.926,74
(-) Despesas Tributárias	1.125.218,60
(-) Despesas Comerciais	2.448.313,64
(=) Lucro Operacional Antes do IR	247.393,70
(-) Provisão p/Imposto de Renda	2.200.919,94
(=) Lucro Líquido do Exercício	

Vicente Jorgã E. Rodrigues
Diretor


Luiz de França Leite
Diretor

João Batista G. Campelo
CRC 9869 - PE


Shirley Nogueira Oliveira
Diretora

TABELA DE PREÇOS - VIGENTE ABRIL 2009 A SETEMBRO 2009

DIA	HORA	PROGRAMA	SIGLA	30"	VALORES IND.	15"	TELESP.	INDICES		
								AUD.	SHARE*	CPM**
SEG/SEX	06:10	GLORO RURAL	GRUR	95,00	0,5	47,50	80,469	09	52%	1,13
SEG/SEX	06:20	BOM DIA PERNAMBUCO	BRPA	148,00	0,5	74,00	152,731	17	53%	1,35
SEG/SEX	07:15	BOM DIA BRASIL	NBRB	234,00	0,5	117,00	109,748	12	54%	1,18
SEG/SEX	08:05	MMS VOCE	MVVO	221,00	0,5	110,50	253,182	25	57%	0,77
SEG/SEX	09:30	TV G OBRINHO	TVG1	137,00	0,5	68,50	292,260	22	51%	0,53
SEG/SEX	11:35	OS SIMPSONS	SHRP	137,00	0,5	68,50	-	-	-	-
SEG/SAB	12:00	ABRY 1ª EDIÇÃO	ABRY	377,00	0,5	188,50	265,583	26	42%	1,32
SEG/SAB	12:45	GLORO ESPORTE	GESE	487,00	0,5	243,50	282,846	21	38%	1,75
SEG/SAB	13:15	JORNAL HOJE	JHOJ	499,00	0,5	249,50	235,315	25	40%	1,89
SEG/SEX	13:45	VIDEO SHOW	VWDE	344,00	0,5	172,00	298,908	28	53%	1,17
SEG/SEX	14:35	VALE A PENA VER DE NOVO	VVAE	299,00	0,5	149,50	305,564	30	62%	0,90
SEG/SEX	15:50	SESSAO DA ZARDE	ZARA	176,00	0,5	88,00	276,488	26	57%	0,82
SEG/SEX	17:45	MALHARCO	MALH	319,50	0,75	159,75	459,054	39	66%	0,86
SEG/SAB	18:15	NOVELA I	N1B1	601,00	0,75	300,50	430,765	54	74%	0,79
SEG/SAB	19:05	ABRY 2ª EDIÇÃO	ABRY	386,00	0,75	193,00	733,767	59	75%	1,20
SEG/SAB	19:20	NOVELA II	N1B2	803,00	0,75	401,50	779,650	61	78%	0,95
SEG/SAB	20:15	JORNAL NACIONAL	JNAC	1.538,00	0,75	769,00	815,339	65	81%	1,74
SEG/SAB	20:55	NOVELA III	N1B3	1.398,00	0,75	699,00	782,620	63	82%	1,62
SEG/SAB	22:00	TELA QUENTE	TELA	784,00	0,75	392,00	382,950	33	72%	1,99
TER	22:00	CASSINETE PALMEIRA	CPAL	923,00	0,75	461,50	503,571	43	72%	1,66
TER	22:40	TERÇA NOBRE	TNOB	675,00	0,75	337,50	287,969	26	65%	2,11
TER	23:30	PROFISSAO HERÓICO	PROF	445,00	0,75	222,50	450,979	39	71%	2,06
QUI	22:00	A GRANDE FAMILIA	GFAM	1.052,00	0,75	526,00	233,766	22	68%	2,42
SEX	22:50	SHOW DE QUINA	SHOQ	625,00	0,75	312,50	551,392	40	71%	1,41
SEX	23:10	GLORO REPORTER	GLOR	628,00	0,75	314,00	358,887	25	67%	1,61
SEG/SEX	23:35	JG SOARES	JGSO	275,00	0,75	137,50	113,778	10	62%	2,14
SEG	02:10	SESSAO BRASIL	SBRB	115,00	0,5	57,50	554,175	5	56%	3,58
TER/SEX	01:35	INTERCINE	INCE	115,00	0,5	57,50	-	-	-	-
SAB	06:30	GLORO CIENCIA	GLOR	56,00	0,5	28,00	69,134	8	46%	0,78
SAB	06:55	GLORO ECOLOGIA	ECOS	70,00	0,5	35,00	82,839	9	43%	0,81
SAB	07:45	ACAO	ACAO	69,00	0,5	34,50	121,266	13	44%	0,55
SAB	08:05	TV G OBRINHO	TVG1	101,00	0,5	50,50	286,305	25	51%	0,34
SAB	10:10	HANNAH MONTANA	HAMA	110,00	0,5	55,00	272,817	25	53%	0,40
SAB	10:35	TY XIRA	TYXA	110,00	0,5	55,00	277,685	25	53%	0,37
SAB	13:45	TERÇA DA GENTE	TGGE	344,00	0,5	172,00	384,876	34	60%	0,81
SAB	14:35	CALDEIRAO DO HICK	CHCK	315,00	0,5	157,50	409,900	36	58%	0,87
SAB	16:35	SESSAO DE SABADO	SSAB	280,00	0,5	140,00	350,638	30	56%	0,95
SAB	22:00	ZORRA TOTAL	ZTOT	666,00	0,75	333,00	575,287	47	74%	1,05
SAB	23:10	SUPERCINE	SUPC	481,00	0,75	240,50	247,038	23	69%	1,82
SAB	01:05	ALTAS HORAS	ALHA	152,00	0,5	76,00	136,303	12	67%	1,03
DOM	07:00	GLORO CONTINUAR	GLOR	47,00	0,5	23,50	146,639	16	66%	0,31
DOM	07:30	PEQUENAS EMPRESAS	PEPE	103,00	0,5	51,50	138,726	16	59%	0,87
DOM	08:05	GLORO RURAL	GRUR	235,00	0,5	117,50	187,760	20	56%	1,26
DOM	09:00	AUTO ESPORTE	AUTO	423,00	0,5	211,50	216,580	23	55%	1,74
DOM	09:30	ESPORTE ESPECTACULAR	ESPO	218,00	0,5	109,00	238,091	23	57%	1,50
DOM	12:30	TURMA DO DIDI	TURM	317,00	0,5	158,50	319,008	28	56%	0,89
DOM	13:05	TEMPERATURA MAXIMA	TMAX	331,00	0,5	165,50	253,701	22	43%	1,19
DOM	15:00/18:00	DOMINGAO DO FAUSTO	DFAU	800,00	0,75	400,00	533,318	42	60%	1,91
DOM	20:45	FANTASTICO	FANT	1.450,00	0,75	725,00	1.087,50	45	69%	2,56
DOM	23:15	SHOW DE DOMINGO	SHOD	899,00	0,75	449,50	269,916	22	72%	2,18
DOM	23:50	LANCE FINAL	LAFN	467,00	0,75	233,50	158,445	14	66%	2,88
DOM	01:20	DOMINGO MAIOR	DOMA	344,00	0,5	172,00	115,932	10	64%	2,96

* Fonte: CDM/D/M/SP - Ibope Média Quiz 09 a 15/05/08

Lista de Preços

Para obter o valor do 45", basta multiplicar o valor de 30" por 1,5 e de 60" por 2.

Lista de Patrocínio

Para obter o preço do patrocínio de qualquer programa, basta multiplicar o valor do zometal de 30" do programa, pelo índice de conversão correspondente.
O valor obtido será o preço mensal (a cada de patrocínio).

Índice de Conversão

Programa exibido de Segunda a Sexta-feira: 18,50
Programa exibido de Segunda a Sábado: 19,50
Programa exibido uma vez por semana: 3,25



**Certidões simplificadas do Grupo Inocência Oliveira
(Fonte: Junta Comercial de Pernambuco)**



CERTIDÃO SIMPLIFICADA

Página: 001/ 001

Certificamos que as informações abaixo constam dos documentos arquivados nesta Junta Comercial e são vigentes na data da sua expedição.

Nome Empresarial REDE NORDESTE DE COMUNICACAO LTDA			
Natureza Jurídica: SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA			
Número de Identificação do Registro de Empresas - NIRE (Sede) 26 2 0058181-5	CNPJ 24.462.152/0001-74	Data de Arquivamento do Ato Constitutivo 21/09/1989	Data de Início de Atividade 21/09/1989
Endereço Completo (Logradouro, Nº e Complemento, Bairro, Cidade, UF, CEP) AVENIDA JOSE PINHEIRO DOS SANTOS, 650, PETROPOLIS, CARUARU, PE, 55.032-640			
Objeto Social TEM POR OBJETIVO A INSTALAÇÃO EXPLORAÇÃO COMERCIAL DE SERVIÇOS DE RADIOFUSÃO, EM QUASQUER DE SUAS MODALIDADES DE ACORDO COM OS ATOS OUTORGA DE AUTORIZAÇÃO, PERMISSÕES OU CONCESSÕES QUE VENHA OBTERDO GOVERNO FEDERAL OU MEDIANTE A TRANSFERENCIA DIRETA DESSA OUTORGA, QUANDO AUTORIZADAS PELO PODER CONCEDENTE. A EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS DE RADIOFUSÃO, TERÁ FINALIDADE EDUCACIONAL, CULTURAL, INFORMATIVA, RECREATIVA, MORAL E CÍVICA, BEM COMO, SUBSIDIARIAMENTE, A EXPLORAÇÃO DA PUBLICIDADE OU PROPAGANDA COMERCIAL, PROMOÇÃO E EMPREENDIMENTOS DE SHOWS ARTÍSTICOS E COLABORAÇÃO COM PODERES PÚBLICOS, CLUBES DE SERVIÇOS, ENTIDADES FILANTRÓPICAS E RELIGIOSAS VISANDO O INTERESSE COLETIVO;			
Capital: R\$ 1.060.000,00 (UM MILHAO E SESENTA MIL REAIS)	Capital Integralizado: R\$ 1.060.000,00 (UM MILHAO E SESENTA MIL REAIS)	Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte (Lei nº 123/2006) Não	Prazo de Duração Indeterminado
Sócios/Participação no Capital/Espécie de Sócio/Administrador/Término do Mandato			
<u>Nome/CPF ou CNPJ</u>	<u>Participação no capital (R\$)</u>	<u>Espécie de Sócio</u>	<u>Administrador</u>
<u>Término do Mandato</u>			
SHELY OLIVEIRA ROLLEMBERG 393.556.591-72	10.600,00	SOCIO	
XXXXXXXXXX			
SHIRLEY NOGUEIRA OLIVEIRA 844.049.814-49	10.600,00	SOCIO	Sócio Gerente
XXXXXXXXXX			
SHEILA OLIVEIRA LALUCE 801.537.981-49	10.600,00	SOCIO	
XXXXXXXXXX			
VJE ADMINISTRACAO E PARTICIPACAO LTDA 04.456.306/0001-08	349.800,00	SOCIO	
XXXXXXXXXX			
LF - ADMINISTRACAO, PARTICIPACAO E EMPREENDIMENTOS LTDA 03.796.689/0001-09	349.800,00	SOCIO	
XXXXXXXXXX			
INOCENCIO GOMES DE OLIVEIRA 001.776.014-34	328.600,00	SOCIO	
XXXXXXXXXX			
Último Arquivamento		Situação	
Data: 17/12/2008	Número: 20082307440	REGISTRO ATIVO	
Ato: OUTROS DOCUMENTOS DE INTERESSE DA EMPRESA / EMPRESARIO		Status	
Evento (s): OUTROS DOCUMENTOS DE INTERESSE DA EMPRESA / EMPRESARIO		XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	

RECIFE - PE, 08 de janeiro de 2009

09/001903-2

*00001

JOSE ARMANDO DUARTE RODRIGUES
SECRETARIO-GERAL



CERTIDÃO SIMPLIFICADA

Certificamos que as informações abaixo constam dos documentos arquivados nesta Junta Comercial e são vigentes na data da sua expedição.

Nome Empresarial RADIO A VOZ DO SERTAO LTDA			
Natureza Jurídica: SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA			
Número de Identificação do Registro de Empresas - NIRE (Sede)	CNPJ	Data de Arquivamento do Ato Constitutivo	Data de Início de Atividade
26 2 0024277-8	10.280.022/0001-06	01/04/1975	01/04/1975
Endereço Completo (Logradouro, N° e Complemento, Bairro, Cidade, UF, CEP) RUA TIBURTINO NOGUEIRA, 1100, NOSSA SENHORA DA PENHA, SERRA TALHADA, PE, 56.900-000			
Atividade(s) Econômica(s) 5911-1/02 PRODUÇÃO DE FILMES PARA PUBLICIDADE 5911-1/99 ATIVIDADES DE PRODUÇÃO CINEMATOGRAFICA, DE VÍDEOS E DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO NÃO ESPECIFICADAS ANTERIORMENTE 5920-1/00 ATIVIDADES DE GRAVAÇÃO DE SOM E DE EDIÇÃO DE MÚSICA 6010-1/00 ATIVIDADES DE RÁDIO 6021-7 ATIVIDADES DE TELEVISÃO ABERTA 6022-5 PROGRAMADORAS E ATIVIDADES RELACIONADAS À TELEVISÃO POR ASSINATURA 7311-4 AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE 7312-2 AGENCIAMENTO DE ESPAÇOS PARA PUBLICIDADE, EXCETO EM VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO 7319-0 ATIVIDADES DE PUBLICIDADE NÃO ESPECIFICADAS ANTERIORMENTE 9001-9/05 PRODUÇÃO DE ESPETÁCULOS DE RODEIOS, VAQUEJADAS E SIMILARES 9001-9/99 ARTES CÊNICAS, ESPETÁCULOS E ATIVIDADES COMPLEMENTARES NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE 9319-1/01 PRODUÇÃO E PROMOÇÃO DE EVENTOS ESPORTIVOS 9319-1/99 OUTRAS ATIVIDADES ESPORTIVAS NÃO ESPECIFICADAS ANTERIORMENTE			
Capital: R\$ 100.000,00 (CEM MIL REAIS)	Capital Integralizado: R\$ 100.000,00 (CEM MIL REAIS)	Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte (Lei nº 123/2006) Não	Prazo de Duração Indeterminado
Sócios/Participação no Capital/Espécie de Sócio/Administrador/Término do Mandato			
Nome/CPF ou CNPJ	Participação no capital (R\$)	Espécie de Sócio	Administrador
INOCENCIO GOMES DE OLIVEIRA 001.776.014-34	56.000,00	SOCIO	
ANA ELISA NOGUEIRA OLIVEIRA 145.008.881-00	43.000,00	SOCIO	
SHELY OLIVEIRA ROLLEMBERG 393.556.891-72	1.000,00	SOCIO	Sócio Gerente
			Término do Mandato XXXXXXXXXX XXXXXXXXXX XXXXXXXXXX

RECIFE - PE, 08 de janeiro de 2009

09/001912-1

*00001

JOSE ARMANDO DUARTE RODRIGUES
SECRETARIO-GERAL

- 1) Lidando Vale / A VOZ do sertão : CNPJ: 1028002200106
Tranxitenha / Af. Ingefece
Arquivo: 02/10/1997
Vencido: 07/10/2001
- 2) Lidando Vale / A VOZ do sertão : mesmo CNPJ
RUA SERRA TALHADA
Arquivo: 25/06/1998
Vencido: 25/06/1998
- 3) A VOZ do sertão A.O. ⇒ 02/06/1997 em 01/04/1995?
Serra Talhada



Continuação

CERTIDÃO SIMPLIFICADA

Página: 002 / 002

Certificamos que as informações abaixo constam dos documentos arquivados nesta Junta Comercial e são vigentes na data da sua expedição.

Nome Empresarial RADIO A VOZ DO SERTAO LTDA	
Natureza Jurídica: SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA	
Número de Identificação do Registro de Empresas - NIRE (Sede) 26 2 0024277-8	CNPJ 10.280.022/0001-06
Último Arquivamento Data: 14/05/2001 Número: 010276025 Ato: RECADASTRAMENTO Evento (s): RECADASTRAMENTO	Situação REGISTRO ATIVO Status XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
Filial(ais) nesta Unidade da Federação ou fora dela 1 - NIRE: 26 9 0023817-0 CNPJ: 10.280.022/0002-97 Endereço Completo (Logradouro, Nº e Complemento, Bairro, Cidade, UF, CEP, País) RUA DARIA MACENA BASTOS, 166, CENTRO, AFOGADOS DA INGAZEIRA, PE, 56.800-000, BRASIL	

09/001912-1

*00001

RECIFE - PE, 08 de janeiro de 2009

JOSE ARMANDO DUARTE RODRIGUES
SECRETARIO-GERAL



GOVERNO DO ESTADO DE PERNAMBUCO
SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONOMICO

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE PERNAMBUCO - JUCEPE

CERTIDÃO SIMPLIFICADA

Página: 001 / 001

Certificamos que as informações abaixo constam dos documentos arquivados nesta Junta Comercial e são vigentes na data da sua expedição.

Nome Empresarial FAZENDA CIPOAL LTDA				
Natureza Jurídica: SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA				
Número de Identificação do Registro de Empresas - NIRE (Sede) 26 2 0175490-0	CNPJ XXXXXXXXXXXXXXX	Data de Arquivamento do Ato Constitutivo 04/06/2009	Data de Início de Atividade 04/06/2009	
Endereço Completo (Logradouro, Nº e Complemento, Bairro, Cidade, UF, CEP) FAZENDA CIPOAL, S/N, ZONA RURAL, PASSIRA, PE, 55.650-000				
Objeto Social PREPARACAO DO LEITE E O COMERCIO ATACADISTA DO LEITE E LATICINIOS.				
Capital: R\$ 400.000,00 (QUATROCENTOS MIL REAIS)	Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte (Lei nº 123/2006) Não	Prazo de Duração Indeterminado		
Capital Integralizado: R\$ 400.000,00 (QUATROCENTOS MIL REAIS)				
Sócios/Participação no Capital/Espécie de Sócio/Administrador/Término do Mandato				
<u>Nome/CPF ou CNPJ</u>	<u>Participação no capital (R\$)</u>	<u>Espécie de Sócio</u>	<u>Administrador</u>	<u>Término do Mandato</u>
INOCENCIO GOMES DE OLIVEIRA 001.776.014-34	240.000,00	SOCIO		XXXXXXXXXX
ANA ELISA NOGUEIRA OLIVEIRA 145.008.681-00	160.000,00	SOCIO	Sócio Gerente	XXXXXXXXXX
Último Arquivamento			Situação	
Data: 04/06/2009	Número: 26201754900		REGISTRO ATIVO	
Ato: CONTRATO	Status			
Evento (s): CONTRATO	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX			

RECIFE - PE, 21 de dezembro de 2009



09/181169-4

JOSE ARMANDO DUARTE RODRIGUES
SECRETARIO-GERAL



GOVERNO DO ESTADO DE PERNAMBUCO
SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONOMICO

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE PERNAMBUCO - JUCEPE

CERTIDÃO SIMPLIFICADA

Página: 001/ 002

Certificamos que as informações abaixo constam dos documentos arquivados nesta Junta Comercial e são vigentes na data da sua expedição.

Nome Empresarial JAMOTO JABOATAO MOTOS E PECAS LTDA			
Natureza Jurídica: SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA			
Número de Identificação do Registro de Empresas - NIRE (Sede)	CNPJ	Data de Arquivamento do Ato Constitutivo	Data de Início de Atividade
26 2 0106480-6	02.222.663/0001-86	15/10/1997	15/10/1997
Endereço Completo (Logradouro, Nº e Complemento, Bairro, Cidade, UF, CEP) RUA ARAIO LINS DE ANDRADE, 1000, PRAZERES, JABOATÃO DOS GUARARAPES, PE, 54.310-335			
Atividade(s) Econômica(s) 4511-1 COMÉRCIO A VAREJO E POR ATACADO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES 4512-9 REPRESENTANTES COMERCIAIS E AGENTES DO COMÉRCIO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES 4541-2 COMÉRCIO POR ATACADO E A VAREJO DE MOTOCICLETAS, PEÇAS E ACESSÓRIOS 4542-1 REPRESENTANTES COMERCIAIS E AGENTES DO COMÉRCIO DE MOTOCICLETAS, PEÇAS E ACESSÓRIOS 6493-0/00 ADMINISTRAÇÃO DE CONSÓRCIOS PARA AQUISIÇÃO DE BENS E DIREITOS 6611-8 ADMINISTRAÇÃO DE BOLSAS E MERCADOS DE BALCÃO ORGANIZADOS 6619-3/01 SERVIÇOS DE LIQUIDAÇÃO E CUSTÓDIA 6619-3/03 REPRESENTAÇÕES DE BANCOS ESTRANGEIROS 6911-7 ATIVIDADES JURÍDICAS, EXCETO CARTÓRIOS 6912-5 CARTÓRIOS			
Capital: R\$ 2.000.000,00 (DOIS MILHOES DE REAIS)		Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte (Lei nº 123/2006)	Prazo de Duração
Capital Integralizado: R\$ 2.000.000,00 (DOIS MILHOES DE REAIS)		Não	Indeterminado
Sócios/Participação no Capital/Espécie de Sócio/Administrador/Término do Mandato			Término do Mandato
Nome/CPF ou CNPJ	Participação no capital (R\$)	Espécie de Sócio	Administrador
INOCENCIO GOMES DE OLIVEIRA 001.776.014-34	1.000.000,00	SOCIO	XXXXXXXXXX
SHIRLEY NOGUEIRA OLIVEIRA 844.049.814-49	400.000,00	SOCIO	Sócio Gerente XXXXXXXXXX
MARCO AURELIO NUNES OLIVEIRA 505.531.191-68	600.000,00	SOCIO	Sócio Gerente XXXXXXXXXX
Último Arquivamento		Situação	
Data: 18/09/2009	Número: 20091419336	REGISTRO ATIVO	
Ato: ALTERAÇÃO		Status	
Evento (s): ALTERACAO DE DADOS (EXCETO NOME EMPRESARIAL)		XXXXXXXXXXXXXXXXXX	
Filial(ais) nesta Unidade da Federação ou fora dela			

09/181181-3



RECIFE - PE, 21 de dezembro de 2009

JOSE ARMANDO DUARTE RODRIGUES
SECRETARIO-GERAL



Continuação

CERTIDÃO SIMPLIFICADA

Página: 002/ 002

Certificamos que as informações abaixo constam dos documentos arquivados nesta Junta Comercial e são vigentes na data da sua expedição.

Nome Empresarial JAMOTO JABOATAO MOTOS E PECAS LTDA	
Natureza Jurídica: SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA	
Número de Identificação do Registro de Empresas - NIRE (Sede)	CNPJ
26 2 0106480-6	02.222.663/0001-86
Filial(ais) nesta Unidade da Federação ou fora dela	
1 - NIRE: 26 9 0046101-4	CNPJ: XXXXXXXXXXXXX
Endereço Completo (Logradouro, Nº e Complemento, Bairro, Cidade, UF, CEP, País) RUA DONA MARIA DE SOUZA, 220 E, PIEDADE, JABOATÃO DOS GUARARAPES, PE, 54.400-260, BRASIL	
2 - NIRE: 26 9 0049462-1	CNPJ: XXXXXXXXXXXXX
Endereço Completo (Logradouro, Nº e Complemento, Bairro, Cidade, UF, CEP, País) AVENIDA COMENDADOR JOSE PEREIRA, 450, MARACUJA, ESCADA, PE, 55.550-000, BRASIL	
3 - NIRE: 26 9 0033011-4	CNPJ: 02.222.663/0002-67
Endereço Completo (Logradouro, Nº e Complemento, Bairro, Cidade, UF, CEP, País) RUA COMENDADOR JOSE PEREIRA, 475 - A, MARACUJA, ESCADA, PE, 55.500-000, BRASIL	

09/181181-3



RECIFE - PE, 21 de dezembro de 2009

JOSE ARMANDO DUARTE RODRIGUES
SECRETARIO-GERAL



GOVERNO DO ESTADO DE PERNAMBUCO
SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONOMICO

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE PERNAMBUCO - JUCEPE

CERTIDÃO SIMPLIFICADA

Página: 001 / 001

Certificamos que as informações abaixo constam dos documentos arquivados nesta Junta Comercial e são vigentes na data da sua expedição.

Nome Empresarial SERTAMOL-SERRA TALHADA MOTOS PECAS LTDA			
Natureza Jurídica: SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA			
Número de Identificação do Registro de Empresas - NIRE (Sede) 26 2 0059037-7	CNPJ 24.440.257/0001-22	Data de Arquivamento do Ato Constitutivo 23/11/1989	Data de Início de Atividade 23/11/1989
Endereço Completo (Logradouro, Nº e Complemento, Bairro, Cidade, UF, CEP) AVENIDA JOAO GOMES DE LUCENA, 4743, SAO CRISTOVAO, SERRA TALHADA, PE, 56.900-000			
Objeto Social COMERCIO VAREJISTA DE VEICULOS, ESPECIALMENTE DE MOTOS E SUAS PEÇAS E ACESSORIOS			
Capital: R\$ 1.500.000,00 (UM MILHAO E QUINHENTOS MIL REAIS)		Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte (Lei nº 123/2006) Não	Prazo de Duração Indeterminado
Capital Integralizado: R\$ 1.500.000,00 (UM MILHAO E QUINHENTOS MIL REAIS)			
Sócios/Participação no Capital/Espécie de Sócio/Administrador/Término do Mandato			
<u>Nome/CPF ou CNPJ</u>	<u>Participação no capital (R\$)</u>	<u>Espécie de Sócio</u>	<u>Administrador</u> <u>Término do Mandato</u>
ANA ELISA NOGUEIRA OLIVEIRA 145.008.681-00	300.000,00	SOCIO	Sócio Gerente XXXXXXXXXX
INOCENCIO GOMES DE OLIVEIRA 001.776.014-34	1.200.000,00	SOCIO	XXXXXXXXXX
Último Arquivamento Data: 31/07/2008 Ato: ALTERAÇÃO		Número: 20080940803	Situação REGISTRO ATIVO
Evento (s): ALTERAÇÃO DE DADOS (EXCETO NOME EMPRESARIAL)			Status XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
Filial(ais) nesta Unidade da Federação ou fora dela			
1 - NIRE: 26 9 0034626-6		CNPJ: XXXXXXXXXXXXXXX	
Endereço Completo (Logradouro, Nº e Complemento, Bairro, Cidade, UF, CEP, País) AVENIDA MANOEL BORBA, 333 - QUADRA CS, CENTRO, PETROLÂNDIA, PE, 56.460-000, BRASIL			

RECIFE - PE, 21 de dezembro de 2009

09/181158-9




JOSE ARMANDO DUARTE RODRIGUES
SECRETARIO-GERAL



GOVERNO DO ESTADO DE PERNAMBUCO
SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONOMICO

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE PERNAMBUCO - JUCEPE

CERTIDÃO SIMPLIFICADA

Página: 001/ 001

Certificamos que as informações abaixo constam dos documentos arquivados nesta Junta Comercial e são vigentes na data da sua expedição.

Nome Empresarial JAVEL JABOATAO VEICULOS LTDA			
Natureza Jurídica: SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA			
Número de Identificação do Registro de Empresas - NIRE (Sede) 26 2 0097946-1	CNPJ 01.387.699/0001-57	Data de Arquivamento do Ato Constitutivo 22/07/1996	Data de Início de Atividade 22/07/1999
Endereço Completo (Logradouro, Nº e Complemento, Bairro, Cidade, UF, CEP) ESTRADA DA BATALHA, 1390, PRAZERES, JABOATÃO DOS GUARARAPES, PE, 54.210-000			
Atividade(s) Econômica(s) 4511-1 COMÉRCIO A VAREJO E POR ATACADO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES 4512-9 REPRESENTANTES COMERCIAIS E AGENTES DO COMÉRCIO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES 4541-2 COMÉRCIO POR ATACADO E A VAREJO DE MOTOCICLETAS, PEÇAS E ACESSÓRIOS 4542-1 REPRESENTANTES COMERCIAIS E AGENTES DO COMÉRCIO DE MOTOCICLETAS, PEÇAS E ACESSÓRIOS			
Capital: R\$ 100.000,00 (CEM MIL REAIS)	Capital Integralizado: R\$ 100.000,00 (CEM MIL REAIS)	Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte (Lei nº 123/2006) Não	Prazo de Duração Indeterminado
Sócios/Participação no Capital/Espécie de Sócio/Administrador/Término do Mandato			Término do Mandato
Nome/CPF ou CNPJ	Participação no capital (R\$)	Espécie de Sócio	Administrador
INOCENCIO GOMES DE OLIVEIRA 001.776.014-34	60.000,00	SOCIO	Sócio Gerente
ANA ELISA NOGUEIRA OLIVEIRA 145.008.681-00	40.000,00	SOCIO	Sócio Gerente
Último Arquivamento Data: 22/07/1996		Número: 26200979461	Situação CANCELADA - ART.60 LEI 8934/94
Ato: REGISTRO OU CONSTITUICAO		Status XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	
Evento (s): REGISTRO/CONSTITUICAO			
Observações: CONFORME DOCUMENTOS ARQUIVADOS NESTA JUNTA COMERCIAL, CERTIFICAMOS QUE A EMPRESA SUPRA FOI CANCELADA EM 01/11/2006 DE ACORDO COM A LEI FEDERAL Nº 8.934/94, PELO FATO DE HÁ MAIS DE 10 (DEZ) ANOS NÃO TER PROCEDIDO A NENHUM ARQUIVAMENTO DE QUALQUER ATO MERCANTIL PERANTE ESTE ORGÃO. INFORMAMOS AINDA, QUE O ÚLTIMO ATO ARQUIVADO ANTERIOR AO CANCELAMENTO FOI O REGISTRO DE CONSTITUIÇÃO DA MESMA EM 22/07/1996.			

RECIFE - PE, 21 de dezembro de 2009

09/181183-0



JOSE ARMANDO DUARTE RODRIGUES
SECRETARIO-GERAL

Josimery Pedrosa Brandão Costa
Gerente da Unidade de Atendimento
Mat. 10987



CERTIDÃO SIMPLIFICADA

Página: 001 / 002

Certificamos que as informações abaixo constam dos documentos arquivados nesta Junta Comercial e são vigentes na data da sua expedição.

Nome Empresarial CLINICA DE NEFROLOGIA SAO VICENTE LTDA				
Natureza Jurídica: SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA				
Número de Identificação do Registro de Empresas - NIRE (Sede) 26 2 0164664-3	CNPJ XXXXXXXXXXXXXX	Data de Arquivamento do Ato Constitutivo 12/11/2007	Data de Início de Atividade 12/11/2007	
Endereço Completo (Logradouro, Nº e Complemento, Bairro, Cidade, UF, CEP) AVENIDA AFONSO MAGALHAES, 832, SAO CRISTOVAO, SERRA TALHADA, PE, 56.903-040				
Objeto Social ATIVIDADE DE ATENDIMENTO HOSPITALR A DOENCAS RENAIIS E SERVICIO DE HEMODIALISE E DIALISE.				
Capital: R\$ 195.000,00 (CENTO E NOVENTA E CINCO MIL REAIS)	Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte (Lei nº 123/2006)	Prazo de Duração		
Capital Integralizado: R\$ 195.000,00 (CENTO E NOVENTA E CINCO MIL REAIS)	Não	Indeterminado		
Sócios/Participação no Capital/Espécie de Sócio/Administrador/Término do Mandato				
Nome/CPF ou CNPJ	Participação no capital (R\$)	Espécie de Sócio	Administrador	Término do Mandato
AUGUSTUS CESAR PINTO DE FREITAS 744.612.574-87	15.000,00	SOCIO		XXXXXXXXXX
CLOVIS ALVES DE CARVALHO FILHO 142.569.244-34	15.000,00	SOCIO	Sócio Gerente	XXXXXXXXXX
ERICSON CAVALCANTI GOUVEIA 754.149.104-72	15.000,00	SOCIO	Sócio Gerente	XXXXXXXXXX
INOCENCIO GOMES DE OLIVEIRA 001.776.014-34	15.000,00	SOCIO		XXXXXXXXXX
JOAO MARCELO MEDEIROS DE ANDRADE 864.973.164-34	15.000,00	SOCIO		XXXXXXXXXX
JOSE FERDINANDO FEITOSA 083.287.144-34	15.000,00	SOCIO		XXXXXXXXXX
JULIANA AMARO BORBOREMA BEZERRA 996.659.644-53	15.000,00	SOCIO	Sócio Gerente	XXXXXXXXXX
MOACIR COUTINHO NETTO 590.596.804-72	15.000,00	SOCIO		XXXXXXXXXX
SEBASTIAO IGNACIO DE OLIVEIRA JUNIOR 733.877.894-91	15.000,00	SOCIO		XXXXXXXXXX
SILVANA AMARO BORBOREMA CLEMENTE 461.411.624-87	15.000,00	SOCIO		XXXXXXXXXX
SUZANA MORAES DE OLIVEIRA MELO 735.710.754-04	15.000,00	SOCIO		XXXXXXXXXX
ROGERIO ARAUJO LEAO 330.461.234-34	15.000,00	SOCIO		XXXXXXXXXX
FERNANDO ANTONIO LUIS DE OLIVEIRA AZEVEDO 124.162.234-53	15.000,00	SOCIO		XXXXXXXXXX

09/181168-6



RECIFE - PE, 21 de dezembro de 2009

JOSE ARMANDO DUARTE RODRIGUES
SECRETARIO-GERAL



GOVERNO DO ESTADO DE PERNAMBUCO
SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONOMICO

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE PERNAMBUCO - JUCEPE

Continuação

CERTIDÃO SIMPLIFICADA

Página: 002/ 002

Certificamos que as informações abaixo constam dos documentos arquivados nesta Junta Comercial e são vigentes na data da sua expedição.

Nome Empresarial CLINICA DE NEFROLOGIA SAO VICENTE LTDA	
Natureza Jurídica: SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA	
Número de Identificação do Registro de Empresas - NIRE (Sede) 26 2 0164664-3	CNPJ XXXXXXXXXXXXXX
Último Arquivamento Data: 31/03/2008 Ato: ALTERAÇÃO Evento (s): ALTERACAO DE DADOS (EXCETO NOME EMPRESARIAL)	Situação REGISTRO ATIVO Status XXXXXXXXXXXXXXXXXX

RECIFE - PE, 21 de dezembro de 2009

CG/181158-6




JOSE ARMANDO DUARTE RODRIGUES
SECRETARIO-GERAL



GOVERNO DO ESTADO DE PERNAMBUCO
SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONOMICO

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE PERNAMBUCO - JUCEPE

CERTIDÃO SIMPLIFICADA

Página: 001/ 002

Certificamos que as informações abaixo constam dos documentos arquivados nesta Junta Comercial e são vigentes na data da sua expedição.

Nome Empresarial IGOPAR LTDA			
Natureza Jurídica: SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA			
Número de Identificação do Registro de Empresas - NIRE (Sede) 26 2 0084181-7	CNPJ 70.090.477/0001-90	Data de Arquivamento do Ato Constitutivo 13/05/1994	Data de Início de Atividade 13/05/1994
Endereço Completo (Logradouro, Nº e Complemento, Bairro, Cidade, UF, CEP) RUA INOCENCIO GOMES DE ANDRADE, 619, CENTRO, SERRA TALHADA, PE, 56.900-000			
Atividade(s) Econômica(s) 6911-7/01 SERVIÇOS ADVOCATÍCIOS 6920-6/01 ATIVIDADES DE CONTABILIDADE 6920-6/02 ATIVIDADES DE CONSULTORIA E AUDITORIA CONTÁBIL E TRIBUTÁRIA 7020-4/00 ATIVIDADES DE CONSULTORIA EM GESTÃO EMPRESARIAL, EXCETO CONSULTORIA TÉCNICA ESPECÍFICA 7320-3/00 PESQUISAS DE MERCADO E DE OPINIÃO PÚBLICA 8550-3/01 ADMINISTRAÇÃO DE CAIXAS ESCOLARES 8550-3/02 ATIVIDADES DE APOIO À EDUCAÇÃO, EXCETO CAIXAS ESCOLARES			
Capital: R\$ 5.454,54 (CINCO MIL QUATROCENTOS E CINQUENTA E QUATRO REAIS E CINQUENTA E QUATRO CENTAVOS)	Capital Integralizado: R\$ 5.454,54 (CINCO MIL QUATROCENTOS E CINQUENTA E QUATRO REAIS E CINQUENTA E QUATRO CENTAVOS)	Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte (Lei nº 123/2006) Não	Prazo de Duração Indeterminado
Sócios/Participação no Capital/Espécie de Sócio/Administrador/Término do Mandato			Término do Mandato
Nome/CPF ou CNPJ	Participação no capital (R\$)	Espécie de Sócio	Administrador
SHELY OLIVEIRA ROLLEMBERG 393.556.591-72	272,72	SOCIO	Sócio Gerente
SHIRLEY NOGUEIRA OLIVEIRA 844.049.814-49	272,72	SOCIO	Sócio Gerente
INOCENCIO GOMES DE OLIVEIRA 001.776.014-34	3.272,72	SOCIO	
ANA ELISA NOGUEIRA OLIVEIRA 145.008.681-00	1.636,36	SOCIO	
Último Arquivamento			Situação
Data: 13/05/1994	Número: 26200841817	CANCELADA - ART.60 LEI 8934/94	
Ato: REGISTRO OU CONSTITUICAO			Status
Evento (s): REGISTRO/CONSTITUICAO			XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

RECIFE - PE, 21 de dezembro de 2009



JOSE ARMANDO DUARTE RODRIGUES
SECRETARIO-GERAL

Jósimeiry Pedrosa Brandão Costa
Gerente da Unidade de Atendimento
Mat. 10987



GOVERNO DO ESTADO DE PERNAMBUCO
SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONOMICO

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE PERNAMBUCO - JUCEPE

Continuação

CERTIDÃO SIMPLIFICADA

Página: 002 / 002

Certificamos que as informações abaixo constam dos documentos arquivados nesta Junta Comercial e são vigentes na data da sua expedição.

Nome Empresarial IGOPAR LTDA	
Natureza Jurídica: SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA	
Número de Identificação do Registro de Empresas - NIRE (Sede) 26 2 0084181-7	CNPJ 70.090.477/0001-90
Observações: CONFORME DOCUMENTOS ARQUIVADOS NESTA JUNTA COMERCIAL, CERTIFICAMOS QUE A EMPRESA SUPRA FOI CANCELADA EM 01/10/2005 DE ACORDO COM A LEI FEDERAL Nº 8.934/94, PELO FATO DE HÁ MAIS DE 10 (DEZ) ANOS NÃO TER PROCEDIDO A NENHUM ARQUIVAMENTO DE QUALQUER ATO MERCANTIL PERANTE ESTE ORGÃO. INFORMAMOS AINDA, QUE O ÚLTIMO ATO ARQUIVADO ANTERIOR AO CANCELAMENTO FOI O REGISTRO DE CONSTITUIÇÃO DA MESMA EM 13/05/1994.	

RECIFE - PE, 21 de dezembro de 2009

09/181176-7



JOSE ARMANDO DUARTE RODRIGUES
SECRETARIO-GERAL

Jósimery Pedrosa Brandão Costa
Gerente da Unidade de Atendimento
Mat. 10987

**Declaração de bens do deputado federal Inocêncio Oliveira
(Fonte: Tribunal Regional Eleitoral)**

Eleições 2006 - Divulgação de Dados de Candidatos

Declaração de Bens
Candidato(a) a Deputado Federal - PE
 INOCÊNCIO GOMES DE OLIVEIRA

Seq.	Descrição	Valor
1	07 apartamentos 101,102,202, 403,404,703,704 no Ed. Gran Beach a Rua Capitão Ribellino s/n - Boa Viagem - Recife/PE Adq em 01/2003 a Const. Araujo Pinto LTDA	R\$ 366.000.00
2	1.107 Cabeças de Gado Bovino e 09 Equinos e Muares	R\$ 690.000.00
3	1.378 Ações Ordinárias e 1.377 Ações Preferenciais da TELPE	R\$ 2.755.00
4	10 Andar do Prédio a Rua Inocêncio G de Andrade, 602 - Serra Talhada/PE	R\$ 3.489.45
5	12(doze) apartamentos no Edf. Pedra do Mar - Candeias- Jaboatão dos Guararapes/PE Adq da Construtora Araujo Pinto CNJ: 24429667/0001-06	R\$ 420.000.00
6	250 mil quotas (50% do Capital Social) da Jamoto - Jaboatão Motos e Peças LTDA	R\$ 250.000.00
7	31% (197.650) quotas do Capital Rede Nordeste de Comunicação LTDA (TV Asa Branca) com sede em Caruaru/PE	R\$ 328.600.00
8	40.000 quotas de participação da Firma SERTAMOL LTDA- Serra Talhada	R\$ 400.000.00
9	50% (345.795) quotas no valor nominal de R\$ 1,00 do Capital da Casa de Saúde São Vicente LTDA - Serra Talhada/PE CNPJ: 10280543/0001-63	R\$ 345.795.00
10	56% do Capital (33.600) quotas da Rádio A Voz do Sertão - Serra Talhada/PE	R\$ 56.000.00
11	60% do Capital da IGOPAR	R\$ 3.272.74
12	9.000 mil quotas(60%) do Capital da Firma Laticinio Nossa Senhora da Conceição LTDA com sede em Limoeiro/PE	R\$ 90.000.00
13	Apartamento 1501 Edf. El Greco BI A - Av. Boa Viagem, 6500 - Recife/PE Adq em junho de 1991	R\$ 49.549.65
14	Apartamento 303 Edf Santa Alice, Rua Dr. Sebastião Lins - Boa Vista	R\$ 41.638.37
15	Apartamento 904 BI B Rua Barão de Souza Leão, 225 - boa Viagem Recife/PE Adq em 1979	R\$ 43.859.07
16	Apartamento Edf. Maria Alice apto 1501 Av. Boa Viagem, 5526 Recife/PE Adq 30/04/2001	R\$ 326.436.84
17	Apartamento, 101 Edf. Maria Juliana Av. Boa Viagem, 4398 Recife/PE Adq em 12/1998	R\$ 287.000.00
18	Banco do Brasil Private AG: 3596 Conta Corrente: 267118(BB RF LP 150 mil)	R\$ 472.652.34
19	Caderneta de Poupaça Caixa Econômica Federal Serra Talhada/PE Conta:43270-0	R\$ 3.973.74
20	Caminhoneta Toyota Hyllux SW4 /2002 Cabine Dupla cor Verde Placa KIO-2525	R\$ 88.700.00
21	Carro Corola Preto ano 2003 Placa KHT 8016/PE	R\$.00
22	Carro Hylux ano 2003 4x2 Placa KHY 2417/PE	R\$ 55.900.00
23	Carro Marea/Fiat ano 98/99 Cinza Placa KLO-3936 Adq em a SERVEL LTDA	R\$ 18.000.00
24	Casa A R 15 de Novembro, 756 - Serra Talhada Adq em 30/01/1968	R\$ 8.327.67
25	Casa A R. João Pessoa, 1145 - Serra Talhada/PE Adq em 30/01/1968	R\$ 27.758.90
26	Casa A Rua Cornélio Soares, 127 - Serra Talhada/PE	R\$ 1.387.93
27	Casa Rua 15 de Novembro, 750- Serra Talhada/PE Adq em 1981	R\$ 1.387.93
28	Casa em Porto de Galinhas Lot.01 QD 01 Lot. Merepe I -Ipojuca/PE Adq em 12/01/1998	R\$ 130.000.00
29	Conta Poupança Caixa Econômica Federal Ag: Serra Talhada/PE Conta: 5539-6	R\$ 4.443.85
30	Credito Emprestimo JAMOTO LTDA CNPJ: 0222663/0001-86 Credito a receber do INCRA por desapropriação de imóvel rural (Fazenda	R\$ 250.000.00

31	Laginha	R\$ 108.973.68
32	Crédito a receber da Usina Peribu - CPPJ: 10645075/0001-83	R\$.00
33	Dinheiro em Espécie - Moeda Nacional	R\$ 250.000.00
34	Dois Apartamentos 201 e 202 do Edf. Morado do Sol em Porto de Galinhas/PE Adq em 08/2001	R\$ 86.539.87
35	Faz CIPOAL no município de Passira/PE com 288,08 Ha	R\$ 152.185.00
36	Faz Nossa Senhora conceição - Limoeiro /PE c/ 348,0 Ha Conforme descrito em declaração/2004 Adq em 14/06/2005 1(um) através de cessão de Direito a Manoel Teixeira da Silva Sobrinho CPF: 165.541.594-87	R\$ 367.500.00
37	Fazenda Cacimba de Baixo,498,83 Ha Serra Talhada Adq em 15/04/1989 vendida em 20/07/2005 a João Barbosa Pereira CPF:212.404.424-91 Por R\$ 50.000,00	R\$.00
38	Plantel Suíno (975 cabeças)	R\$ 95.980.00
39	Prédio Comercial A R Muritiba, 120 Imbiribeira - Recife Adq em 17/05/2000	R\$ 40.000.00
40	Prédio Comercial A, Rua Rui Barbosa ,102 - Serra Talhada/PE Adq em 09/09/1971	R\$ 4.163.83
41	Quotas da Soc. de Ensino Superior de Serra Talhada/PE	R\$ 18.000.00
42	SALdo Conta Corrente Banco do Brasil Ag:3596-3 - Brasília Conta: 267118-2	R\$ 10.996.80
43	Salas 801, 802 e 804 Localizada no Centro Empresarial Boa viagem a Rua Ernesto de Paula Santos, 960 Adq 12/1997	R\$ 60.000.00
44	Saldo C/C 277118-7 AG; 3596-3 Banco do Brasil	R\$ 655.50
45	Saldo C?C Caixa Economica Federal AG:0005.1 Conta: 276660-0	R\$ 133.24
46	Saldo Conta Corrente Banco do Brasil : 16855 AG: 0246	R\$ 1.587.48
47	Saldo Conta Corrente Banco do Brasil AG: 1836-8 Imbiribeira Conta: 267118-2	R\$ 9.176.16
48	Terreno com 2.500m2 na Faz Cachichola - 10 Dist de Serra Talhada/PE Adq 08/1989	R\$ 971.50
49	Um Prédio Av. Alvaro Cabral, 222 Bairro do Recife (Antiga Recife) ADQ de Carlos Buarque de Gusmão e Esposa CPF: 493.622.834-68 em 06/01/2004	R\$ 318.000.00

Fechar

NOME: INOCENCIO GOMES DE OLIVEIRA
 CPF: 001.776.014-34
 DECLARAÇÃO DE AJUSTE ANUAL

IMPOSTO DE RENDA - PESSOA FISICA
 EXERCÍCIO 2002
 Ano-Calendário 2001



0743
 (Valores em Reais)

7. DECLARAÇÃO DE BENS E DIREITOS

TEM	DISCRIMINAÇÃO	CÓDIGO DO BEM OU DIREITO	SITUAÇÃO EM 31 DE DEZEMBRO	
			ANO DE 2000	ANO DE 2001
1	PRÉDIO COMERCIAL À R. MURITIBA, N° 120 (IMBIRIBETRA), RECIFE-PE, ADQ EM 17.05.00, DA DIST CUMMIMS DIESEL DO NORDESTE LTDA., CNPJ 07301609/0001-40 BRASIL	2	40.000,00	40.000,00
3	APARTAMENTO 303, ED. SANTA ALICE, R. DR. SEBASTIAO LINS - BOA VISTA - RECIFE/PE. BRASIL	11	41.638,37	41.638,37
4	APARTAMENTO 904, BL. B, R. BARAO DE SOUZA LEAO, 225 - BOA VIAGEM - RECIFE/PE, ADQ. EM 1979. BRASIL	11	43.859,07	43.859,07
5	APARTAMENTO 1501, ED. EL GRECO, BL. A, AV. BOA VIAGEM, 6500 - RECIFE/PE, ADQ. EM JUNHO/91. BRASIL	11	49.549,65	49.549,65
6	APT 101 ED MA JULIANA AV BOA VIAGEM, 4398-RECIFE/PE, ADQ EM DEZ/98 BRASIL	11	287.000,00	287.000,00
7	AP 504-ED PEDRA DO MAR, CANDEIAS/JABOATAO-PE, ADQ 30.4.99 BRASIL	11	35.000,00	35.000,00
8	AP 504-ED. PEDRA DO MAR, CANDEIAS/JABOATAO-PE, ADQ 5.2.99 BRASIL	11	35.000,00	35.000,00
9	OITO APARTAMENTOS (N°S 601, 603, 604, 704, 803, 804, 903 E 1003) DO ED PEDRA DO MAR - CANDEIAS/JABOATAO-PE, ADQS EM 2000 DA CONST ARAUJO PINTO, CNPJ N° 24426967/0001-06, POR R\$ 25.000,00 CADA BRASIL	11	280.000,00	280.000,00
10	DOIS APS (N°S 103 E 203) NO ED PEDRA DO MAR - CANDEIAS/JABOATAO-PE, ADQS EM 2001 DA CONST. ARAUJO PINTO, CNPJ 24426967/0001-06 BRASIL	11	0,00	70.000,00
11	AP ED M° ALICE N° 1.501 - AV BOA VIAGEM, 5526 - RECIFE/PE, POR R\$ 305.000,00, SENDO R\$ 35.000,00 À VISTA E 18 PARCELAS DE R\$ 15.000,00, A PARTIR DE 30/04/2001, DA CONST QUETZEL GALVÃO, CNPJ 02805525/0001-06 BRASIL	11	0,00	170.000,00
12	DOIS AP N°S 201 E 202 DO ED MORADA DO SOL, EM PORTO DE GALINHAS-PE, ADQS EM 08/12/01 DA CONST. HOLANDA LTDA., C/ENTRADA DE R\$ 7.000,00 DE CADA E O RESTANTE EM 30 MESES NOS VALORES DE R\$ 1.300,00 E R\$ 1.200,00, RESPECTIVAMENTE BRASIL	11	0,00	19.000,00
13	CASA A R. JOAO PESSOA, 1145 - S TALHADA/PE, ADQ. EM 30.01.88 E REFORMADA EM 1989. BRASIL	12	27.758,90	27.758,90
14	CASA R. 15 DE NOVEMBRO, 750- S TALHADA/PE, ADQ. EM 1981 BRASIL	12	1.387,93	1.387,93
15	CASA A R. CORNELIO SOARES, 127 - SERRA TALHADA/PE. BRASIL	12	1.387,93	1.387,93
16	CASA EM PORTO DE GALINHAS LOTE 01 QD 01, LOT MEREPE I, IFANEMA-PE, ADQ EM 12.01.98 BRASIL	12	130.000,00	130.000,00
17	TERRENO C/ 2500 M NA FAZ CACHICOLA - 10 DIST DE S TALHADA BRASIL	12		

NOME: INOCENCIO GOMES DE OLIVEIRA
CPF: 001.776.014-34
DECLARAÇÃO DE AJUSTE ANUAL

IMPOSTO DE RENDA - PESSOA FÍSICA
EXERCÍCIO 2002
Ano-Calendário 2001

0744



(Valores em Reais)

DECLARAÇÃO DE BENS E DIREITOS

ITEM	DISCRIMINAÇÃO	CÓDIGO DO BEM OU DIREITO	SITUAÇÃO EM 31 DE DEZEMBRO	
			ANO DE 2000	ANO DE 2001
	DA/PE, ADQ. EM AGOSTO/89.			
18	BRASIL FAZENDA CARNAUBA DO AJUDANTE, C/ 578,7 HA, S. TALHADA/PE.	13	971,54	971,
19	BRASIL FAZENDA LAGINHA, C/ 917 HA, SERRA TALHADA/PE, SENDO 900HA ADQ EM 1974 E 17HA EM OUTUBRO DE 1996	14	4.857,80	4.857,
20	BRASIL FAZ POÇO DA CRUZ, C/ 93HA, S TALHADA/PE, ADQ. EM 22.12.83 . OBS.: VENDA DE 14HA, INCLUSIVE A SEDE, A DOMINGOS MARTINS DA SILVA(CNPJ 02461584/0001-29), EM 21.02.2001, POR RS 20.000,00	14	8.272,79	8.272,
21	BRASIL FAZ ESTRELINHA, C/179,7HA, S TALHADA/PE, ADQ. EM 20.08.84	14	522,90	522,
22	BRASIL FAZ CACIMBA DE BAIXO, 498,83HA, S TALHADA, ADQ 15.4.89	14	1.754,55	1.754,
23	BRASIL FAZ CARAIBAS, C/ 4.985,5 HA, BONCALVES DIAS/MA, ADQ ENTRE 1993 E 1998	14	4.163,83	4.163,
24	BRASIL FAZ N S CONCEICAO, LIMOEIRO-PE, COM 220,8HA, PARTE ADQ EM 7.7.99, E PARTE, AREA DE 21,0HA, ADQ EM 19.8.99	14	44.325,62	44.325,
25	BRASIL FAZENDA CIPOAL, NO MUNICIPIO DE PASSIRA-PE, COM 240HA, SENDO 174,5HA ADQS POR COMPRA E 65,5HA POR CESSAO DE HERANCA E DIREITOS HEREDITARIAS A LUIZ RAIMUNDO M DUARTE, CPF N 079.419.274-20(EM 05.10.2000)	14	175.000,00	175.000,
26	BRASIL PRECIO COMERCIAL A R. RUY BARBOSA, 102 - SERRA TALHADA/PE, ADQ. EM 09.09.71.	14	130.000,00	130.000,
27	BRASIL 1º ANDAR DO PRÉDIO A R. INOCENCIO G DE ANDRADA, 602 - S TALHADA/PE	15	4.163,83	4.163,
28	BRASIL PRECIO A AV. BORBOREMA, 1555, A MARGEM DA BR 232 - S TALHADA/PE, ADQ. EM 20.06.90.	15	3.489,45	3.489,
29	BRASIL SALAS 801/802/804 LOCALIZADAS NO CENTRO EMPRESARIAL BOA VIZINHA A R ERNESTO DE PAULA SANTOS, 960, ADQS EM DEZ 1997	15	5.551,77	5.551,
30	BRASIL CARRO VERANEIO/75, COM SERVICO DE SOM, PLACA IE 5935/PE.	15	60.000,00	60.000,
31	BRASIL CAMINHAO MERCEDES BENZ-608, ANO 76, PLACA PX 0434/PE, ADAPTADO PARA TRIO ELETRICO.	21	13.879,45	13.879,
32	BRASIL CARRO VERANEIO AZUL/ALCOOL, COM SERVICO DE SOM, ANO 86, PLACA OT 6323/PE, ADQ. EM 23.12.93.	21	34.698,63	34.698,
33	BRASIL CAMINHAO MB/80, ADAPTADO P/TRIO ELETRICO, PLACA FP 2259, ADQ EM 07.07.97	21	30.162,57	30.162,
	BRASIL	21	40.000,00	40.000,

NOME: INOCENCIO GOMES DE OLIVEIRA
 CPF: 001.776.014-34
 DECLARAÇÃO DE AJUSTE ANUAL

IMPOSTO DE RENDA - PESSOA FISICA
 EXERCÍCIO 2002
 Ano-Calendário 2001

7. DECLARAÇÃO DE BENS E DIREITOS

0745

(Valores em Reais)



ITEM	DISCRIMINAÇÃO	CÓDIGO DO BEM OU DIREITO	SITUAÇÃO EM 31 DE DEZEMBRO	
			ANO DE 2000	ANO DE 2001
34	CARRO SILVERADO/99 VERMELHA, ADQ 20.4.99 BRASIL			
35	CARRO F-4.000/99 VERMELHA, PL KLP 8796-PE, ADQ 19.4.99(T RANSF. P/ RELAÇÃO DE BENS DA ATIVIDADE RURAL) BRASIL	21	34.600,00	34.600,00
36	CARRO F-4.000/99 VERMELHA, PL KLN 0295-PE, ADQ EM 19.4.99 , VENDIDA EM 03/10/2001 A ESTANISLAU ISIDORO DA SILVA, CPF F 376624494-91 POR RS 34.000,00 BRASIL	21	28.200,00	0,00
37	CARRO SILVERADO/97 AZUL, PLACA KHL 4585-PE, VENDIDA EM 19 /03/2001 A SHEILA MYRTE DA COSTA, CPF 535949244-91, POR RS 29.000,00 BRASIL	21	28.200,00	0,00
38	CARRO BLAZER/98, MOD 99, COR AZUL, PLACA KLU 4699-PE, ADQ EM 28.12.99, VENDIDO EM 07/08/2001 A ALEXANDRE GOMES DO VALE, CPF 613808573-68, POR RS 25.000,00 BRASIL	21	24.000,00	0,00
39	CARRO FIAT PALIO EDX-98, ADQ 13.01.99 EM NOME SHEILA NOGU EIRA OLIVEIRA(TRANSFERIDO P/A DECLARAÇÃO DA DONATÁRIA) BRASIL	21	36.000,00	0,00
40	CAMIONETA SILVERADO/97, PLACA KIH 6809-PE, ADQ EM 10.02.0 0 DE ANTONIO OLIVEIRA MAGALHAES, CPF 293.622.534-53. VEND IDA EM 18/07/2001 A RENATO CARLOS DA SILVA CARVALHO, CPF 020945004-54, POR RS 30.000,00 BRASIL	21	14.000,00	0,00
41	CAMIONETA F-4000/1991, PL HOL 6937-PE, ADQ EM 14.07.00 DE FERNANDO FERREIRA AGUIAR, CPF N 249696803-53(DEVOLVIDA AO EX-PROPRIETÁRIO) BRASIL	21	28.000,00	0,00
42	CAMIONETA GM BLAZER ANO 2000 AZUL PL KKW 7817-PE ADQ GM L EASING S/A, CGC 59274605/0001-13 EM 16 PARCELAS MENSAIS D E RS 1.643,00, A PARTIR DE MARÇO DE 2001 BRASIL	21	20.000,00	0,00
43	CAMIONETA GM BLAZER AZUL ANO 2000, PL KKW 7807, ADQ GM LE ASING S/A, CGC 59274605/0001-13 EM 16 PRESTAÇÕES MENSAIS DE RS 1.643,00, A PARTIR DE MARÇO DE 2001 ATÉ JUNHO DE 20 02 BRASIL	21	0,00	16.430,00
44	CARRO CELTA(GM)/2001 COR PRETA PL KJK 5419-PE, ADQ NOV 20 01 DE ALVORADA VEICULOS LTDA. BRASIL	21	0,00	16.430,00
45	CARRO MAREA/FIAT 98/99 CINZA PL KLO 3936-PE, ADQ A SERVEL LTDA, CGC 69923621/0001-43, EM 23.07.2001 BRASIL	21	0,00	13.800,00
46	4257 CABECAS DE GADO BOVINO E 54 EQUINOS E MUARES. BRASIL	21	0,00	18.000,00
47	1378 ACOES ORDINARIAS E 1377 ACOES PREFERENCIAIS DA TELP E BRASIL	29	614.880,00	614.880,00
48	50\$(345.795) QUOTAS NO VALOR NOMINAL DE RS 1,00 DO CAPITA BRASIL	31	1.473,00	2.755,00

DECLARAÇÃO DE AJUSTE ANUAL
 NOME: INOCENCIO GOMES DE OLIVEIRA
 CPF: 001.776.014-34

IMPOSTO DE RENDA - PESSOA FÍSICA
 EXERCÍCIO 2002
 Ano-Calendário 2001



DECLARAÇÃO DE BENS E DIREITOS

0746

(Valores em Reais)

TEM	DISCRIMINAÇÃO	CÓDIGO DO BEM OU DIREITO	SITUAÇÃO EM 31 DE DEZEMBRO	
			ANO DE 2000	ANO DE 2001
	L DA CASA DE SAUDE SAO VICENTE LTDA (SERRA TALHADA/PE), C NPJ N 10.280.543/0001-63, ATRAVES DE ALTERACOES CONTRATUA IS CELEBRADAS EM DEZ/ 2000(NONA ALTERAÇÃO CONTRATUAL) BRASIL	32	345.795,00	345.795,00
49	33,5% (197.650 QUOTAS) DO CAPITAL DA REDE NORDESTE DE CO MUNICAÇÃO LTDA (TV ASA BRANCA), COM SEDE EM CARUARU-PE. BRASIL	32	197.650,00	197.650,00
50	80% (5.840 QUOTAS) DO CAPITAL DA SERVEL LTDA, COM EM S TA LHADA-PE BRASIL	32	805.600,00	805.600,00
51	56% DO CAPITAL (33.600 QUOTAS) DA RADIO A VOZ DO SERTAO - S TALHADA/PE, ENGLOBALDO A RADIO LIDER DO VALE FM-STER EO DE S TALHADA/PE E A RADIO TRANSERTANEJA FM-STEREO, COM SEDE EM AFOGADOS DA INGAZEIRA/PE., BRASIL	32	56.000,00	56.000,00
	60% DO CAPITAL DA IGOPAR. BRASIL	32	3.272,74	3.272,74
53	40.000 QUOTAS DE PARTICIPACAO(80%) DA FIRMA SERTAMOL LTDA , SERRA TALHADA/PE BRASIL	32	400.000,00	400.000,00
54	50% DE PARTICIPACAO NO CAPITAL SOCIAL DA JAMOTO-JABOATÃO MOTOS LTDA.(100.000 QUOTAS) BRASIL	32	100.000,00	100.000,00
55	60% DO CAPITAL (SEIS MIL QUOTAS) DA FIRMA LATICÍNIO N SR A DA CONCEIÇÃO LTDA, COM SEDE EM LIMOEIRO-PE BRASIL	32	0,00	60.000,00
56	CP- CEF- AG SERRA TALHADA/PE.(CONTA 5539.6) BRASIL	41	2.863,00	3.106,00
57	CP- CEF - SERRA TALHADA/PE-CONTA 43270.0 BRASIL	41	2.557,00	2.776,00
58	EB FIX PREFERENCIAL, AG 3596-3, CONTA 267.118-2 BRASIL	45	329,51	0,00
59	BB FIX ESPECIAL PLUS - AG. 3596-3, CONTA 267.118-2 BRASIL	45	4.788,29	0,00
60	EMPR#STIMO A EMPRESA SERTAMOL LTDA. - SERRA TALHADA/PE. BRASIL	51	0,00	100.000,00
61	CREDITO DECORRENTE DE ALIENACAO DE PARTICIPACAO SOCIETARI A A DIVERSOS SOCIOS, CONFORME ALTERAÇÃO CONTRATUAL BRASIL	52	147.784,00	111.592,00
62	SALDO CC/BB -BRASILIA- CONTA 267118-2 BRASIL	61	11,55	35.239,00
63	SALDO CC/BB N° 16855-6 AG 0246-1 SERRA TALHADA-PE BRASIL	61	4.780,34	0,00
64	SALDO CC/BB - AG. 1836-8(IMBIRIBEIRA) CONTA 267.118-2 BRASIL	61	9.931,97	420,50
65	DINHEIRO EM ESPECIE - MOEDA NACIONAL BRASIL	63	190.000,00	0,00
66	BB DI ESPECIAL PLUS CONTA 267118-2 AG 3596-3 BRASIL	71	0,00	304.896,80
TOTAL			4.643.440,65	5.044.967,39

NOME: INOCENCIO GOMES DE OLIVEIRA
CPF: 001.776.014-34
DECLARAÇÃO DE AJUSTE ANUAL

IMPOSTO DE RENDA - PESSOA FÍSICA
EXERCÍCIO 2002
Ano-Calendário 2001



0747
(Valores em Reais)

8. DÍVIDAS E ÔNUS REAIS

ITEM	DISCRIMINAÇÃO	CÓDIGO DA DÍVIDA	SITUAÇÃO EM 31 DE DEZEMBRO	
			ANO DE 2000	ANO DE 2001
1	BANCO DO BRASIL AG 0246-1 CC 16055-6	11	0,00	3.319,00
2	RÁDIO A VOZ DO SERTÃO LTDA - CNPJ 10280022/0001-06 - EMPR 4STIMO	13	0,00	8.000,00
TOTAL			0,00	11.319,00

9. INFORMAÇÕES DA DECLARAÇÃO DO CÔNJUGE

94.913,32

10. DECLARAÇÃO DE ESPÓLIO

Sem informação

NOME: INOCENCIO GOMES DE OLIVEIRA
CPF: 001.776.014-34
DECLARAÇÃO DE AJUSTE ANUAL

IMPOSTO DE RENDA - PESSOA FÍSICA
EXERCÍCIO 2002
Ano-Calendário 2001

0748



RESUMO DA DECLARAÇÃO

RENDIMENTOS TRIBUTÁVEIS (Valores em Reais)

Recebidos de Pessoas Jurídicas	204.625,28
Recebidos de Pessoas Físicas	30.795,00
Recebidos do Exterior	0,00
Resultado Tributável da Atividade Rural	38.903,40
TOTAL	274.323,68

DEDUÇÕES

Contribuição à Previdência Oficial	1.831,60
Contribuição à Previdência Privada e FAPI	0,00
Dependentes	0,00
Despesas com Instrução	0,00
Despesas Médicas	0,00
Pensão Alimentícia Judicial	0,00
Livro Caixa	0,00
TOTAL	1.831,60

CÁLCULO DO IMPOSTO DEVIDO

Base de Cálculo	272.492,08
Imposto	70.615,32
Dedução de Incentivo	0,00
IMPOSTO DEVIDO	70.615,32

IMPOSTO PAGO

Imposto Retido na Fonte	44.845,73
Camê-Leão	7.378,75
Imposto Complementar	0,00
Imposto Pago no Exterior	0,00
TOTAL	52.224,48

IMPOSTO A RESTITUIR

(Valores em Reais)
0,00

INFORMAÇÕES BANCÁRIAS

Banco
Agência
Conta para Crédito

SALDO DO IMPOSTO A PAGAR

18.390,84

PARCELAMENTO

Número de quotas 6
Valor da quota 3.065,14

IMPOSTO A PAGAR

Ganho de Capital - Moeda em Espécie 0,00

EVOLUÇÃO PATRIMONIAL

Bens e Direitos - 2000	4.643.440,65
Bens e Direitos - 2001	5.044.967,39
Dívidas e Ônus Reais - 2000	0,00
Dívidas e Ônus Reais - 2001	11.319,08
Informações do Cônjuge	94.913,32

OUTRAS INFORMAÇÕES

Rendimentos Isentos e Não-Tributáveis	218.030,10
Rend. Sujeitos à Tributação Exclusiva	10.947,80
Imposto pago sobre Ganhos de Capital	0,00
Imp. pago sobre G. Cap. - Moeda Estrangeira	0,00
Imposto pago sobre Renda Variável	0,00

NOME: INOCENCIO GOMES DE OLIVEIRA
 CPF: 001.776.014-34
 ATIVIDADE RURAL - BRASIL

IMPOSTO DE RENDA - PESSOA FISICA
 EXERCÍCIO 2002
 Ano-Calendário 2001



DADOS E IDENTIFICAÇÃO DO IMÓVEL EXPLORADO

0749

ATIVIDADE			IMÓVEL RURAL EXPLORADO		
CÓD.	Part. (%)	Cond. Expl.	Nome e Localização do Imóvel	Área (ha)	Nº na S.R.I
11	100,00	1	FAZENDA CACIMBA DE BAIXO SERRA TALHADA/PE	498,80	1089594
11	100,00	1	FAZENDA POÇO DA CRUZ SERRA TALHADA/PE	79,00	1089590
11	100,00	1	FAZENDA ESTRELINHA SERRA TALHADA/PE	178,70	1089587
11	100,00	1	FAZENDA CARNAUBA DO AJUDANTE SERRA TALHADA/PE	578,70	1089591
11	100,00	1	FAZENDA LAGINHA SERRA TALHADA/PE	917,00	1089590
11	100,00	1	FAZENDA CARAIBAS GONCALVES DIAS/MA	4.985,50	3360970
11	100,00	1	FAZ N S DA CONCEICAO LIMOEIRO/PE	220,80	4229496
11	100,00	1	FAZENDA CIPOAL PASSIRA/PE	240,00	1757870

RECEITAS E DESPESAS

(Valores em Reais)

Mês	Receita Bruta Mensal	Despesas		Mês	Receita Bruta Mensal	Despesas	
		Custeio/Investimento				Custeio/Investimento	
JANEIRO	16.460,80	29.452,77		JULHO	12.696,40	57.701,53	
FEVEREIRO	590,80	15.059,15		AGOSTO	143.687,50	55.195,46	
MARÇO	64.462,20	32.123,84		SETEMBRO	1.004,00	12.780,80	
ABRIL	719,60	41.413,57		OUTUBRO	237.867,00	13.261,31	
MAIO	19.680,60	85.395,24		NOVEMBRO	911,00	19.167,95	
JUNHO	21.071,20	12.980,99		DEZEMBRO	1.091,00	106.806,19	
TOTAL					520.242,10	481.338,70	

LIQUIDAÇÃO DO RESULTADO TRIBUTÁVEL

(Valores em Reais)

Receita bruta total	
Despesas de custeio e investimento	520.242,10
Resultado	481.338,70
Rejuízo de exercício anterior	38.903,40
Resultado após a compensação de prejuízo	0,00
Adição pelo arbitramento sobre a receita bruta	38.903,40
Resultado tributável	104.048,42
	38.903,40

NOME: INOCENCIO GOMES DE OLIVEIRA
 CPF: 001.776.014-34
 ATIVIDADE RURAL - BRASIL

IMPOSTO DE RENDA - PESSOA FÍSICA
 EXERCÍCIO 2002
 Ano-Calendário 2001

INFORMAÇÕES PARA O EXERCÍCIO SEGUINTE

0750

(Valores em Reais)

Prejuízo a compensar
 Receita recebida em 2001 por conta de venda para entrega futura

0,00
 0,00

RESULTADO NÃO-TRIBUTÁVEL DA ATIVIDADE RURAL

(Valores em Reais)

Valor do adiantamento até 2000 referente a produtos entregues em 2001
 Apuração do resultado

0,00
 0,00

MOVIMENTAÇÃO DO REBANHO (quantidade de animais)

Espécie	Estoque inicial	Aquisições no ano	Nascidos no ano	Consumo e perdas	Vendas no ano	Estoque final
Bovinos e bufalinos.	4.894,00	217,00	667,00	48,00	1.473,00	4.257,00
Asininos, eqüinos e muaras.	42,00	12,00	0,00	0,00	0,00	54,00

BENS DA ATIVIDADE RURAL

TEM	DISCRIMINAÇÃO, DATA E VALOR DE AQUISIÇÃO E VENDA, QUANDO FOR O CASO	CÓD. BEM/DIREITO	VALORES EM REAIS
1	TRATOR(75);TRATOR(85); CERCAS E CULTURAS (85); CERCAS E CULTURAS (86); CERCAS, ESTABULOS, PREDIOS E CAPTACOES (87); CERCAS, ESTABULOS, PREDIOS E UTENSILIOS (88); CERCAS, OBRAS, CAPTACOES E MOTORES(89); TRATOR C/IMPLEMENTOS(90)	99	0,0
2	CAPTACAO, CULTURAS E CERCA (91); PASTAGENS ARTIFICIAIS (91); ELETRIFICACAO RURAL (92); CAPTACAO (92); CERCAS (93); PASTAGENS ARTIFICIAIS (93); TRATORES (89)	12	0,0
3	CERCAS REFORMADAS E CONSTRUIDAS EM 1994;GALPAO E REFORMA DE SEDE EM 94;GERADORES ADQS EM 94;	11	0,0
4	CERCAS (CARAIBAS);CERCAS(LAGINHA); CERCAS(POCO DA CRUZ);PASTAGENS ARTIFICIAIS(CARAIBAS); CERCAS(CARAIBAS); TELEFONE RURAL N 5621241(CARAIBAS); CERCAS(C. DE BAIXO); CERCAS(LAGINHA); PASTAGENS(LAGINHA); PASTAGENS(CARAIBAS); CERCAS(CARAIBAS).	12	0,0
5	INST. ABRIGO ANIMAIS - 3 BAIAS (CARAIBAS)	12	0,0
6	FORMACAO DE PASTAGENS EM 1997(CARAIBAS)	14	0,0
7	CONSTRUCAO E MANUTENCAO DE CERCAS EM 1997(CARAIBAS)	12	0,0
8	CONSTRUCAO DE UM GALPAO EM 1997(CARAIBAS)	11	0,0
9	AQUISICAO DE UMA CARRETA(REBOQUE), UMA ROCADEIRA E 2 TRATORES MF(290 E 292), ADQS A AGROPECUARIA RIO LARGO, COM SEDE EM CAXIAS-MA(97)	16	0,0
10	CAMINHAO MB/97, PLACA KBF 0078-PE, ADQ 4.8.98 DE MA BETANIA DA SILV A, CPF N 024676224-10	16	0,0
11	UM TRATOR VALMET 85/72	16	0,0
12	1 GRADE DE ARRASTO(500,00) 1 APADO(500,00) 6 CARRETAS P/TRATOR(6.000,00) 1 ORDENHADEIRA WESTFALIA(10.000,00), 1 ORDENHADEIRA ALFA LAVO L(24.000,00), 1 TANQUE DE RESFRIAMENTO MAC MILK(8.500,00), 3 BOMBAS E UM CATAVENTO(11.000,00)	16	0,0
13	CONST. ESTABULOS E SEIS CASAS FAZ N S CONCEICAO-LIMOEIRO/PE	11	0,0

NOME: INOCENCIO GOMES DE OLIVEIRA
CPF: 001.776.014-34
ATIVIDADE RURAL - BRASIL

IMPOSTO DE RENDA - PESSOA FÍSICA
EXERCÍCIO 2002
Ano-Calendário 2001



BENS DA ATIVIDADE RURAL

0751

ITEM	DISCRIMINAÇÃO, DATA E VALOR DE AQUISIÇÃO E VENDA, QUANDO FOR O CASO	CÓD. BEM/DIREITO	VALORES EM REAIS
14	UM GRUPO GERADOR	17	0,00
15	PERFURAÇÃO DE 4 POCOS ARTESIANOS NA FAZ N S CONCEICAO-LIMOEIRO/PE	11	0,00
16	FORMAÇÃO DE PASTAGENS(CAPIM E PALMA) NA FAZ N S DA CONCEICAO-LIMOEIRO/PE	14	0,00
17	AQUISIÇÃO DE TANQUE P/RESFRIAMENTO DE LEITE(FAZ N S CONCEICAO)EM 2000	11	0,00
18	AQUISIÇÃO DE UM COMPUTADOR FAZ N S CONCEICAO(EM 2002)	19	0,00
19	AQUISIÇÃO DE UMA ROCADEIRA FAZ N S CONCEICAO(EM 2000)	17	0,00
20	AQUISIÇÃO DE UM TRATOR VALMET 388 FAZ N S CONCEICAO(EM 2000)	16	0,00
21	AQUISIÇÃO DE UMA GRADE ARADORA FAZ N S CONCEICAO(EM 2000)	17	0,00
22	AQUISIÇÃO DE UM TRATOR VALMET 885 FAZ CARAIBAS(EM 2000)	16	0,00
23	AQUISIÇÃO DE UMA ROCADEIRA AVARE FAZ CARAIBAS(EM 2000)	17	0,00
24	CAMINHÃO MB 95, COR BRANCA, PL KEM 1705-PE, ADQ EM 2001 A EDCARLOS DOS SANTOS NOGUEIRA, CPF 008457554-98(FAZ CARAIBAS)	16	43.000,00
25	CAMIONETA F-4000/99, COR VERMELHA, PL KLP8796-PE, ADQ EM 19-04-99 POR RS 28.200,00(TRANSF DA DECL DE BENS P/ RELAÇÃO DE BENS DA ATIVIDADE RURAL - FAZ CARAIBAS)	16	0,00
26	TRATOR VALMET 485 ADQ EM 17/8/2001 A NOVEPE - FAZ N S CONCEICAO	16	34.000,00
27	FORMAÇÃO DE PASTAGENS(80 HA BRAQUIÁRIA - RS 24.000,00 E 40HA BUFEI - RS 8.000,00 NA FAZ CIPOAL)	14	32.000,00
28	CONSTRUÇÃO DE PRÉDIO P/INSTALAÇÃO DE LATICÍNIO NA FAZ N.S.CONCEICAO - EM ABRIL/2000	11	25.000,00
29	AQUISIÇÃO DE UM BAG ISOTÉRMICO(JAN-2001) POR RS 3.000,00 E EQUIPAMENTOS DE LATICÍNIO(MARÇO-2001) POR RS 14.000,00 - FAZ N S CONCEICAO	19	17.000,00

DÍVIDAS VINCULADAS À ATIVIDADE RURAL

Sem informação

NOME: INOCENCIO GOMES DE OLIVEIRA
CPF: 001.776.014-34
ATIVIDADE RURAL - BRASIL

IMPOSTO DE RENDA - PESSOA FÍSICA
EXERCÍCIO 2002
Ano-Calendário 2001

0752



BENS DA ATIVIDADE RURAL

ITEM	DISCRIMINAÇÃO, DATA E VALOR DE AQUISIÇÃO E VENDA, QUANDO FOR O CASO	CÓD. BEM/DIREITO	VALORES EM REAIS
14	UM GRUPO GERADOR	17	0,00
15	PERFURAÇÃO DE 4 POCOS ARTESIANOS NA FAZ N S CONCEICAO-LIMOEIRO/PE	11	0,00
16	FORMACAO DE PASTAGENS(CAPIM E PALMA) NA FAZ N S DA CONCEICAO-LIMOEIRO/PE	11	0,00
17	AQUISICAO DE TANQUE P/RESFRIAMENTO DE LEITE(FAZ N S CONCEICAO)EM 2000	14	0,00
18	AQUISICAO DE UM COMPUTADOR FAZ N S CONCEICAO(EM 2002)	11	0,00
19	AQUISICAO DE UMA ROCADEIRA FAZ N S CONCEICAO(EM 2000)	19	0,00
20	AQUISICAO DE UM TRATOR VALMET 388 FAZ N S CONCEICAO(EM 2000)	17	0,00
21	AQUISICAO DE UMA GRADE ARADORA FAZ N S CONCEICAO(EM 2000)	16	0,00
22	AQUISICAO DE UM TRATOR VALMET 385 FAZ CARAIBAS(EM 2000)	17	0,00
23	AQUISICAO DE UMA ROCADEIRA AVARE FAZ CARAIBAS(EM 2000)	16	0,00
24	CAMINHÃO MB 95, COR BRANCA, PL KEM 1705-PE, ADQ EM 2001 A EDCARLOS DOS SANTOS NOGUEIRA, CPF 008457554-98(FAZ CARAIBAS)	17	0,00
25	CAMIONETA F-4000/99, COR VERMELHA, PL KLP8796-PE, ADQ EM 19-04-99 POR R\$ 28.200,00(TRANSE DA DECL DE BENS P/ RELAÇÃO DE BENS DA ATIVIDADE RURAL - FAZ CARAIBAS)	16	43.000,00
26	TRATOR VALMET 485 ADQ EM 17/9/2001 A NOVEPE - FAZ N S CONCEICAO	16	0,00
27	FORMAÇÃO DE PASTAGENS(80 HA BRAQUIARIA - R\$ 24.000,00 E 40HA BUFEL - R\$ 8.000,00 NA FAZ CIPOAL)	16	34.000,00
28	CONSTRUÇÃO DE PRÉDIO P/INSTALAÇÃO DE LATICÍNIO NA FAZ N.S.CONCEICAO - EM ABRIL/2000	14	32.000,00
29	AQUISICAO DE UM BAG ISOTERMICO(JAN-2001) POR R\$ 3.000,00 E EQUIPAMENTOS DE LATICINIO(MARÇO-2001) POR R\$ 14.000,00 - FAZ N S CONCEICAO	11	25.000,00
		19	17.000,00

BENS VINCULADAS À ATIVIDADE RURAL

Sem informação

INOCENCIO GOMES DE OLIVEIRA
 CPF: 031.778.014-34
 DECLARAÇÃO DE AJUSTE ANUAL

IMPOSTO DE RENDA - PESSOA FÍSICA
 EXERCÍCIO 1998
 Ano-Calendário 1997

1173

Fls 218
 Rubrica
 Tribunal de Recurso

7. DECLARAÇÃO DE BENS E DIREITOS

(Valores em Reais)

ITEM	DISCRIMINAÇÃO	CÓDIGO DO BEM OU DIREITO	SITUAÇÃO EM 31 DE DEZEMBRO	
			ANO DE 1996	ANO DE 1997
1	APARTAMENTO 303, ED. SANTA ALICE, R. DR. SEBASTIAO LINS - BOA VISTA - RECIFE/PE.	11	34.001,61	41.638,37
2	APARTAMENTO 904, BL. B, R. BARAO DE SOUZA LEAO, 225 - BOA VIAGEM - RECIFE/PE, ADQ. EM 1979.	11	35.815,02	43.859,07
3	APARTAMENTO 1501, ED. EL GRECO, BL. A, AV. BOA VIAGEM, 65 00 - RECIFE/PE, ADQ. EM JUNHO/91.	11	40.461,91	49.549,65
4	APARTAMENTO 203, CONJUNTO RESIDENCIAL MEXICO, BL. B, R. D A AMIZADE, 94 - GRACAS - RECIFE/PE, ADQ. EM 14.04.72, VENDIDO A SEBASTIAO ANDRADA OLIVEIRA, CPF 013302844-53, EM 1997, POR R\$ 22.000,00	11	22.667,73	0,00
5	CASA A R. JOAO PESSOA, 1145 - SERRA TALHADA/PE, ADQ. EM 3 0.01.68 E REFORMADA EM 1989.	12	22.667,73	27.758,90
6	CASA A R. 15 DE NOVEMBRO, 756 - SERRA TALHADA/PE, ADQ. EM 30.01.68 E REFORMADA EM 1990.	12	6.800,32	8.327,67
7	CASA R. 15 DE NOVEMBRO, 750- S TALHADA/PE, ADQ. EM 1981	12	1.133,38	1.387,93
8	CASA A R. CORNELIO SOARES, 127 - SERRA TALHADA/PE.	12	1.133,38	1.387,93
9	LOTE DE TERRENO NO LOTEAMENTO LIONS CLUB DE SERRA TALHAD A/PE, C/ 300 M, ADQ. EM JULHO/89.	13	340,01	416,37
10	TERRENO C/ 2500 M NA FAZENDA CACHICHOLA - 10 DISTRITO DE SERRA TALHADA/PE, ADQ. EM AGOSTO/89.	13	793,36	971,54
11	FAZENDA CARNAUBA DO AJUDANTE, C/ 578,7 HA, S. TALHADA/PE.	14	3.966,85	4.857,80
12	FAZENDA LAGINHA, C/ 917 HA, SERRA TALHADA/PE, SENDO 900HA ADQ EM 1974 E 17HA EM OUTUBRO DE 1996	14	7.666,93	8.939,72
13	FAZ POCO DA CRUZ, C/ 93HA, S TALHADA/PE, ADQ. EM 22.12.83	14	102,00	124,90
14	FAZ ESTRELINHA, C/178,7HA, S TALHADA/PE, ADQ. EM 20.08.84	14	1.133,38	1.387,93
15	FAZ CACIMBA DE BAIXO, 498,83HA, S TALHADA, ADQ 15.4.89	14	3.400,16	4.163,83
16	FAZENDA CARAIBAS, C/ 5.096,2 HA, GONCALVES DIAS/MA, SENDO 1.402,5 HA ADQ EM 16.7.93; 55,2HA EM 25.1.95; 3.165,2HA EM 26.2.96; 224,13HA EM 26.2.96; E 249,2HA EM 17.5.96	14	36.331,39	39.325,62
17	PREDIO TIPO HOSPITALAR A R. INOCENCIO GOMES, 603 - SERRA TALHADA/PE, AMPLIADO EM 1988 E REFORMADO EM 1990.	15	226.677,38	277.589,11
18	PREDIO COMERCIAL A R. RUY BARBOSA, 102 - SERRA TALHADA/PE, ADQ. EM 09.09.71.	15	3.400,16	4.163,83
19	PREDIO COM 01 ANDAR, A R. INOCENCIO GOMES DE ANDRADA, 602 - SERRA TALHADA/PE.	15	11.333,87	13.879,45
20	PREDIO A R. CRUZEIRO, 462 - CLINICA PSIQUIATRICA, B. BORB OREMA - SERRA TALHADA/PE.	15	113.338,68	138.794,54
21	PREDIO C/ 450 M, A BR 232, KM 412, SERRA TALHADA/PE (CON STRUCAO PROPRIA), EM 1991.	15	51.002,41	62.457,55
22	PREDIO A AV. BORBOREMA, 1555, A MARGEM DA BR 232 - SERRA TALHADA/PE, ADQ. EM 20.06.90.	15	11.333,87	13.879,45
23	SALAS 801/802/804 LOCALIZADAS NO CENTRO EMPRESARIAL BOA VIAGEM à RUA ERNESTO DE PAULA SANTOS, 960, ADQS EM DEZ 1997 7 A LUIZ LIMA LEITE, CPF 123009344-34	15	0,00	60.000,00
24	40% DO PRÉDIO LOCALIZADO NA ESTRADA DA BATALHA, 1390 AZERES - JABOATÃO, ADQ EM 1997 A LUIZ LIMA LEITE, CPF 009344-34	15	0,00	40.000,00
25	CARRO VERANEIO/75, COM SERVIÇO DE SOM, PLACA IE 5835/PE.	21	11.333,87	13.879,45
26	CAMINHÃO MERCEDES BENZ-608, ANO 76, PLACA FX 0434/PE, ADA PTADO PARA TRIO ELETRICO.	21	28.334,67	34.698,63
27	CARRO F-4000/90, PLACA SE 6685/PE.	21	28.334,67	34.698,63
28	CARRO F-4000/91, PLACA IX 9748/PE, ADQ. EM AGOSTO/91.	21	10.926,18	13.380,20

RENIO GOMES DE OLIVEIRA
01.776.014-34
DECLARAÇÃO DE AJUSTE ANUAL

IMPOSTO DE RENDA - PESSOA FÍSICA
EXERCÍCIO 1998
Ano-Calendário 1997



1174

7. DECLARAÇÃO DE BENS E DIREITOS

(Valores em Reais)

ITEM	DISCRIMINAÇÃO	CÓDIGO DO BEM OU DIREITO	SITUAÇÃO EM 31 DE DEZEMBRO	
			ANO DE 1996	ANO DE 1997
29	CARRO VERANEIO AZUL/ALCOOL, COM SERVICO DE SOM, ANO 86, PLACA OT 6323/PE, ADQ. EM 23.12.93.	21	24.630,55	30.162,57
30	CARRO GM CORSA GL, PL- KFD 9421/DF, ADQ. EM 05.01.95.	21	9.800,00	12.001,08
31	CARRO D-20/96, PLACA KGI 6654/PE, ADQ. EM 26.04.96 DA VENEZA VEICULOS, CGC: 11.015.708/0001-32.	21	34.800,00	34.800,00
32	CARRO BLAZER, PLACA KGC 5433/PE, ADQ. EM MARCO/96 DA VENEZA VEICULOS, CGC: 11.015.708/0001-32.	21	28.000,00	28.000,00
33	CARRO FIAT TEMPRA/96, PLACA JEL 2186/DF, ADQ. EM ABRIL/96 DA PRIMAVIA VEICULOS LTDA, CGC: 71.145.668/0001-75.	21	24.000,00	24.000,00
34	CARRO FIAT TEMPRA AZUL/97, PLACA KIH 7266-PE, ADQ EM 1997 C/FINANC. BANCO FIAT EM 24 PARCELAS	21	0,00	10.520,00
35	CAMINHÃO MB/80, ADAPTADO P/TRIO ELÉTRICO, PLACA FP 2259, ADOQ EM 07.07.97 DE MANOEL VIEIRA MAIA, CPF 128.520.905-20	21	0,00	40.000,00
36	MOVEIS E UTENSILIOS CIRURGICOS.	24	56.669,34	69.397,27
37	3399 CABECAS DE GADO BOVINO E 40 EQUINOS E MUARES.	29	267.441,52	236.634,72
38	60% DO CAPITAL (8.640 QUOTAS) DA CASA DE SAUDE SAO VICENTE LTDA (SERRA TALHADA/PE).	32	8.640,00	8.640,00
39	33,5% (197.650 QUOTAS) DO CAPITAL NO VALOR DE R\$ 349,79 DA REDE NORDESTE DE COMUNICACAO LTDA (TV ASA BRANCA), COM SEDE EM CARUARU-PE.	32	197.650,00	197.650,00
40	87,64% (6.380 QUOTAS) DO CAPITAL DA SERVEL - SERRA TALHADA VEICULOS, PECAS E ACESSORIOS LTDA.	32	360.000,00	638.000,00
41	56% DO CAPITAL (33.600 QUOTAS) DA RADIO A VOZ DO SERTAO - SERRA TALHADA/PE, ENGLOBANDO A RÁDIO LIDER DO VALE FM-STEREO DE SERRA TALHADA/PE E A RADIO TRANSERTANEJA FM-STEREO, COM SEDE EM AFOGADOS DA INGAZEIRA/PE.,	32	55.401,60	33.600,00
42	60% DO CAPITAL DA IGOPAR.	32	3.272,74	3.272,74
43	ACOES DA FAGUSA.	32	113,34	113,34
44	40.000 QUOTAS DE PARTICIPACAO NA FIRMA SERTAMOL LTDA, SERRA TALHADA/PE (80%) (CAPITAL AUMENTADO COM RESERVA DE CAPITAL E INCORPORACAO DO LUCRO DO EXERCICIO)	32	280.000,00	400.000,00
45	80% DE PARTICIPACAO NO CAPITAL SOCIAL DA JAMOTO-JABOATÃO MOTOS LTDA. (160.000 QUOTAS), SENDO R\$ 60.000,00 EM MOEDA E R\$ 100.000,00 EM BEM IMÓVEL DESCRITO NO ITEM 24	32	0,00	160.000,00
46	QUATRO LINHAS TELEFONICAS NA TELPE NRS: 222.3264, 465.0998 E 341.4557 (RECIFE) E 831.1896 (SERRA TALHADA/PE).	39	4.533,54	5.551,77
47	UMA LINHA CELULAR NR. 986.2552 - DF.	39	138,00	168,99
48	UMA LINHA CELULAR NR. 972.1300 - PE.	39	528,00	646,58
49	CP- CEF- AG SERRA TALHADA/PE. (CONTA 5539.6)	41	1.752,00	2.033,00
50	CP- CEF - SERRA TALHADA/PE-CONTA 43270.0	41	1.583,00	1.835,00
51	SALDO CC/BB N° 297118-6, NOME DA FILHA SHEILA N OLIVEIRA	61	0,00	1.558,45
52	SALDO CC/BB -BRASILIA- CONTA 267118-2	61	0,00	274,01
53	DINHEIRO EM ESPÉCIE-MOEDA NACIONAL	63	100.000,00	60.000,00
54	ADIANTAMENTO PARA AUMENTO DE CAPITAL - SERVEL, CGC: 69.923.621/0001-43.	69	150.000,00	0,00
55	BB FIX CURTO PRAZO - CONTA 267.118-2	71	8.121,95	0,00
TOTAL			2.324.706,17	2.932.049,91

DECLARAÇÃO DE VERDADE E EXATIDÃO
DECLARANTE: RENIO GOMES DE OLIVEIRA
CPF: 01.776.014-34
DECLARADA EM: 1998
DECLARANTE: RENIO GOMES DE OLIVEIRA
CPF: 01.776.014-34
DECLARADA EM: 1998

7. DECLARAÇÃO DE BENS E DIREITOS

0495

ATENÇÃO: Em face da simplificação introduzida no preenchimento deste Quadro e do Quadro 8, leia atentamente as instruções constantes no Manual de Preenchimento.

VALORES EM UFIR
(utilize duas casas decimais)

ITEM	DISCRIMINAÇÃO, DATA E VALOR DE AQUISIÇÃO E DE VENDA, QUANDO FOR O CASO.	CÓDIGO DO BEM OU DIREITO	SITUAÇÃO EM 31 DE DEZEMBRO	
			ANO DE 1992	ANO DE 1993
01	Fazenda Papagaio, c/482ha, em Serra Talhada-PE, vendida à Agropastoril Lorena Ltda.-CGC 35690114/0001-95, em 30.12.93 por Cr\$ 6.500.000,00	01		8
		02		6
		03		4
		04	14	4.522.16 ³
02	Fazenda Pe. Cícero, c/2659ha, Exu-PE, vendida em 14.10.93 a Djaci Nunes de Lima Bastos-CPF 038591754-04 por Cr\$ 400.000,00	05		9
		06		7
		07		5
		08	14	7.034.47 ⁴
03	Fazenda Serra da Ingá e Sítio Prata da Serra do Araripe-Exu/PE, vendido em 14.10.93, parte a Antª Arly de Souza, CPF 147553944-49, por Cr\$. 400.000,00 e parte a Antª Saraiva Albuquerque, CPF 028510244-34, por Cr\$ 200.000,00	09		1
		10		8
		11		6
		12		4
		13		2
		14		9
		15	14	3.684.72 ⁸
04	Sítio Lagoa Seca, em Exu-PE, vendido em 14.10.93 a Raimundo W. Alencar Sampaio-CPF 458884504-72, por Cr\$ 100.000,00	16		5
		17		3
		18		1
		19	14	50.25 ⁹
05	Fazenda Munduri, em Exu/PE, vendida em 14.10.93 a Pedro Gonçalves de Andrade-CPF 100625214-20, por Cr\$ 1.000.000,00	20		6
		21		4
		22		2
		23	14	12.756.64 ¹
06	Fazenda Caraíbas, com 1.402,5ha, em Gonçalves Dias-MA, adq em 16.7.93, de Aurino Dias Barros e outros-CPF 042295683-04, por Cr\$ 500.000,00	24		7
		25		5
		26		3
		27	14	15.267.32 ¹
07	Fazenda Pirões, com 2.983,8ha, em Dom Pedro-MA, adq em 26.8.93, de Lourival Leandro dos Santos - CPF 008226473-20 por Cr\$ 1.000.000,00	28		8
		29		6
		30		4
		31	14	23.369.94 ²
08	Fazenda Roncador, com 1.752,0 ha em Codó-MA, sendo 1.452,0ha de Francisco Rodrigues Pitombeira, CPF nº... 016944133-49, em 18.10.93, por Cr\$ 680.000,00 e 300,0ha, adq em 21.10.93 a Enoque do Nascimento, CPF nº	32		9
		33		7
		34		5
		35		3
		36		1
		37		8

8. DÍVIDAS E ÔNUS REAIS

VALORES EM UFIR
(utilize duas casas decimais)

ITEM	DISCRIMINAÇÃO	CÓDIGO DA DÍVIDA	SITUAÇÃO EM 31 DE DEZEMBRO	
			ANO DE 1992	ANO DE 1993
		01		4
		02		2
		03		9
		04		7
		05		5
		06		3
		07		1
		08		8

9. INFORMAÇÕES DO CÔNJUGE

VALOR EM UFIR
(utilize duas casas decimais)

CALCULE: Linhas 15 + 29 + 30 - 24 da pág. 4 da declaração do cônjuge, mesmo que este esteja dispensado de apresentá-la (consulte o manual).	4
---	---

10. SE DECLARAÇÃO DE ESPÓLIO, INFORME:

CPF DO INVENTARIANTE	NOME DO INVENTARIANTE
----------------------	-----------------------

7. DECLARAÇÃO DE BENS E DIREITOS

0497

ATENÇÃO: Em face da simplificação introduzida no preenchimento deste Quadro e do Quadro B, leia atentamente as instruções constantes no Manual de Preenchimento.

VALORES EM UFIR
(utilize duas casas decimais)

ITEM	DISCRIMINAÇÃO, DATA E VALOR DE AQUISIÇÃO E DE VENDA, QUANDO FOR O CASO.	CÓDIGO DO BEM OU DIREITO	SITUAÇÃO EM 31 DE DEZEMBRO	
			ANO DE 1992	ANO DE 1993
08	continuação-CPF nº089109363-04, por Cr\$ 150.000,00	01 02 14	9 7	8 6
09	60% do terreno situado na Av. João Gomes de Lucena, s/nº-Serra Talhada-PE, adq a Pedro Ferreira de Lima-CPF 024913384-91, em 16.4.93, para construção da SERVEL-Serra Talhada Veículos, Peças e Acessórios Ltda., por Cr\$ 3.888.000,00	03 04 05 06 07 08 09 13	5 3 1 8 6 4 2	4 2 9 7 5 3 1
10	385.555 quotas da Mineradora Serambi Ltda., com sede em Jaboatão dos Guararapes-PE	10 11 12 32	9 7 5	8 6 4
11	2.782 cabeças de gado bovino e 38 eqüinos e muares	13 14 29	3 1	2 9
12	Quotas da Casa de Saúde e Maternidade São Vicente Ltda.-Serra Talhada-PE, transferidas em 14.1.93 a Ana Elisa Nogueira Oliveira, CPF 145008681-00 (Cr\$ 59.000.000,00) e a Shely Oliveira Rollemberg, CPF 393556591-72 (Cr\$ 1.000.000,00)	15 16 17 18 19 20 21 32	8 6 4 2 9 7 5	7 5 3 1 8 6 4
13	Carro Toyota, placa SG 5099-PE, vendido à Casa de Saúde São Vicente, CGC10280543/0001-63, por Cr\$ 4.000.000,00	22 23 24 25 21	3 1 8 6	2 9 7 5
14	Carro Toyota, placa SB 9646-PE, vendido à Casa de Saúde São Vicente, CGC 10280543/0001-63, por Cr\$ 4.000.000,00	26 27 28 29 21	4 2 9 7	3 1 8 6
15	Carro Verona/90, placa IO-3583-DF, vendido em 20.10.93 a Mãe José Nascimento Nogueira-CPF 096533251-91, por Cr\$ 750.000,00	30 31 32 33 21	5 3 1 8	4 2 9 7
16	Carro Fiat Mille/92, placa JDP2380 DF, vendido em 17.9.93 a Aila Tavares Oliveira-CPF 301575281-20, por Cr\$ 650.000,00	34 35 36 37 21	6 4 2 9	5 3 1 8

8. DÍVIDAS E ÔNUS REAIS

Ana Carolina Gomes de Oliveira

VALORES EM UFIR
(utilize duas casas decimais)

ITEM	DISCRIMINAÇÃO	CÓDIGO DA DÍVIDA	SITUAÇÃO EM 31 DE DEZEMBRO	
			ANO DE 1992	ANO DE 1993
		01	5	4
		02	3	2
		03	1	9
		04	8	7
		05	6	5
		06	4	3
		07	2	1
		08	9	8

9. INFORMAÇÕES DO CÔNJUGE

VALOR EM UFIR
(utilize duas casas decimais)

CALCULE: linhas 15 + 29 + 30 - 24 da pág. 4 da declaração do cônjuge, mesmo que este esteja dispensado de apresentá-la (consulte o manual).	4
---	---

10. SE DECLARAÇÃO DE ESPÓLIO, INFORME:

CPF DO INVENTARIANTE	NOME DO INVENTARIANTE
----------------------	-----------------------

7. DECLARAÇÃO DE BENS E DIREITOS

0498

ATENÇÃO: Em face da simplificação introduzida no preenchimento deste Quadro e do Quadro 8, leia atentamente as instruções constantes no Manual de Preenchimento.

VALORES EM UFIR
(utilize duas casas decimais)

ITEM	DISCRIMINAÇÃO, DATA E VALOR DE AQUISIÇÃO E DE VENDA, QUANDO FOR O CASO.	CÓDIGO DO BEM OU DIREITO	SITUAÇÃO EM 31 DE DEZEMBRO	
			ANO DE 1992	ANO DE 1993
17	Quotas da Cooperativa Agropecuária de Serra Talhada-PE(falida)	01 32	167.49	
18	Quotas da Cooperativa Agropecuária de Custódia-PE(falida)	03 32	167.49	
19	Carro D-10/81, placa OT-0860-PE, adq em 8.7.93 de Ana Lúcia S.Ferreira, CPF 464933524-87	05 21		6.075.90
20	Carro D-10/84, placa IZ 4658-PE, adq em 21.7.93 de Adalberto Félix da Silva, CPF 125189730-01	08 21		10.126.51
21	Carro Veraneio azul/álcool, c/serviço de som, ano 86, pl. OT 6323-PE, adq em 23.12.93 da Transp. Glória, CGC 60617081/0001-77	11 21		36.398.04
22	DER-BB - conta 267.118-2	15 41	25.545.24	
23	RDB-BB - conta 267.118-2	16 45	16.659.58	
24	Commodities BB - conta 267.118-2	17 44	21.047.65	
25	CEF conta PAB/DNOCS nº511-3	18 61	243.69	
26	CEF conta PAB/DNOCS nº467-2	19 61	182.33	
27	CC/BB nº 267.118-2 - DF	20 61	244.77	41.98
28	CC/BB nº 16.855-6 - PE	21 61	144.33	2.410.14
29	DER-CEF - conta 43005539-1	22 41	449.41	1.392.34
30	CP-CEF - conta 43270-0	23 41	1.407.18	1.272.90
		24		
		25		
		26		
		27		
		28		
		29		
		30		
		31		
		32		
		33		
		34		
		35		
		36		
		37		

8. DÍVIDAS E ÔNUS REAIS

João Carlos Gomes de Oliveira

VALORES EM UFIR
(utilize duas casas decimais)

ITEM	DISCRIMINAÇÃO	CÓDIGO DA DÍVIDA	SITUAÇÃO EM 31 DE DEZEMBRO	
			ANO DE 1992	ANO DE 1993
		01		
		02		
		03		
		04		
		05		
		06		
		07		
		08		

9. INFORMAÇÕES DO CÔNJUGE

VALOR EM UFIR
(utilize duas casas decimais)

CALCULE: linhas 15 + 29 + 30 - 24 da pág. 4 da declaração do cônjuge, mesmo que este esteja dispensado de apresentá-la (consulte o manual).

79.852.58

10. SE DECLARAÇÃO DE ESPÓLIO, INFORME:

CPF DO INVENTARIANTE	NOME DO INVENTARIANTE
----------------------	-----------------------

DEPENDENTES

0499

NOME	CÓDIGO	DATA DE NASCIMENTO	Nº DE MESES DE DEPENDÊNCIA EM 1993
01. Shirley Nogueira Oliveira	23 5	14/10/74	12 4
02. Sheila Nogueira Oliveira	23 3	05/11/76	12 2
03.	1	/ /	9
04.	8	/ /	7
05.	6	/ /	5
06.	4	/ /	3
07.	2	/ /	1
08. TOTAL OU SUBTOTAL DO NÚMERO DE MESES DE DEPENDÊNCIA EM 1993			24 9
09. Indique o número de dependentes com quem efetuou despesas com instrução			2 4

6. RELAÇÃO DE DOAÇÕES E PAGAMENTOS EFETUADOS

CÓDIGO DE DOAÇÕES E PAGAMENTOS

1	DESPESAS COM INSTRUÇÃO	8	DOAÇÃO - ATIVIDADE AUDIOVISUAL
2	MÉDICOS, DENTISTAS, PSICÓLOGOS, FISIOTERAPEUTAS E TERAPEUTAS OCUPACIONAIS	9	INCENTIVO À CULTURA
3	HOSPITAIS E CLÍNICAS	10	ADVOGADOS, ENGENHEIROS, ARQUITETOS E DEMAIS PROFISSIONAIS LIBERAIS
4	PENSÃO JUDICIAL	11	ALUGUÉIS DE IMÓVEIS
5	DOAÇÃO - ENTIDADE FILANTRÓPICA	12	ARRENDAMENTO RURAL
6	DOAÇÃO - ESTATUTO DA CRIANÇA	13	OUTROS
7	DOAÇÃO - PLEBISCITO		

NOME DO BENEFICIÁRIO	CPF ou CGC	CÓDIGO	VALORES EM UFIR (utilize duas casas decimais)
Partido da Frente Liberal-PFL	01 01633510/0001-69	8 13	1.734 .42 9
Academia Adnet	02 00119719/0001-46	6 1	301 .93 7
Ceub	03 00059867/0001-87	4 1	1.178 .41 5
Livraria Presença	04 00622118/0002-32	2 1	70 .65 3
Livraria Brasília Jurídica	05 00356253/0001-00	9 1	40 .89 1
Paulo F. Borges Freire	06 093983331-04	7 2	29 .91 8
Assede Miguel Paçue	07 013284501-63	5 2	920 .67 6
Clínica Od. Reabilitação Ltda.	08 01026343/0001-98	3 3	2.166 .38 4
Clínica Rad. Safe Carneiro Ltda.	09 00709014/0001-89	1 3	92 .09 2
		8	. 9
		6	. 7
		4	. 5
		2	. 3
		9	. 1
		7	. 8
		5	. 6
		3	. 4
		1	. 2
		8	. 9
		6	. 7
		4	. 5
		2	. 3
		9	. 1
		7	. 8
		5	. 6
		3	. 4
		1	. 2
		8	. 9
		6	. 7
		4	. 5
		2	. 3
		9	. 1
		7	. 8
		5	. 6
		3	. 4
		1	. 2
		8	. 9
		6	. 7
		4	. 5
		2	. 3
		9	. 1
		7	. 8
		5	. 6
		3	. 4
		1	. 2
		8	. 9
		6	. 7
		4	. 5

INFORMAÇÕES PARA O EXERCÍCIO SEGUINTE

0501

VALORES EM UFIR

Prejuízo a compensar (linha 10 do quadro 4)	11	.	7
Parcela excedente da redução (art. 9º, § 1º da Lei nº 8.023/90)	12	.	5
Receita recebida por conta de venda para entrega futura	13	.	3

6. RESULTADO NÃO-TRIBUTÁVEL DA ATIVIDADE RURAL

Apuração do resultado (consulte as instruções deste anexo)	14	.	1
--	----	---	---

7. MOVIMENTAÇÃO DO REBANHO (Indicar somente a quantidade de animais)

ESPÉCIE	ESTOQUE INICIAL	COMPRAS NO ANO	NASCIDOS NO ANO	CONSUMO E PERDAS	VENDAS NO ANO	ESTOQUE FINAL
Bovinos e bufalinos	2.218	273	520	150	79	2.782
Suínos						
Caprinos e ovinos						
Asininos, eqüinos e muaras	33	03	02			38

8. BENS DA ATIVIDADE RURAL

ITEM	DISCRIMINAÇÃO, DATA E VALOR DE AQUISIÇÃO E DE VENDA, QUANDO FOR O CASO	CÓDIGO DO BEM OU DIREITO	VALORES EM UFIR
1	Trator adq em 1975	01	
2	Trator adq em 1985	02	
3	Cercas e culturas em 1985	03	
4	Cercas e culturas em 1986	04	
5	Cercas, estábulos, prédios e captações (1987)	05	
6	Cercas, estábulos, prédios e utensílios (1988)	06	
7	Cercas, obras, captações e motores (1989)	07	
8	Tratores adquiridos em 1989	08	
9	Trator com implementos adqs em 1990	09	
10	Captação, culturas e cercas em 1991	10	
11	Trator com implementos adq em 1991	11	
12	Trator MF com implementos adq em 1991	12	
13	Investimentos em 1991 (broca)	13	
14	Eletrificação rural - 1992	14	
15	Captação - 1992	15	
16	Caminhão MB/85, placa VD-4201-PE, adq. em julho/93	16	16 21.374,25
17	Cercas	17	12 16.491,11
18	Pastagens artificiais	18	14 5.325,08
		19	
		20	
		21	
		22	
		23	
		24	
		25	
		26	

9. DÍVIDAS VINCULADAS À ATIVIDADE RURAL

ITEM	DISCRIMINAÇÃO	CONTRÁIDAS (Cr\$ ou CR\$)		EFETIVAMENTE PAGAS EM 1993 - EM UFIR
		ATÉ 1992	EM 1993	
		.00	.00	8
		.00	.00	6
		.00	.00	4
		.00	.00	2
		.00	.00	9
		.00	.00	7
		.00	.00	5
		.00	.00	3
		.00	.00	1
		.00	.00	8
		.00	.00	6

10. TERMO DE RESPONSABILIDADE

As informações contidas neste anexo são a expressão da verdade.

LOCAL BRASÍLIA	DATA 31/05/94	ASSINATURA DO DECLARANTE OU DE SEU REPRESENTANTE LEGAL <i>[Assinatura]</i>
-------------------	------------------	---

1. IDENTIFICAÇÃO DO DECLARANTE

0503

NÚMERO DO CPF: 001.776.014-34
NOME COMPLETO: INOCÊNCIO GOMES DE OLIVEIRA

2. DECLARAÇÃO DE BENS E DIREITOS

(utilize duas casas decimais)

ITEM	DISCRIMINAÇÃO, DATA E VALOR DE AQUISIÇÃO E VENDA, QUANDO FOR O CASO.	CÓDIGO DO BEM OU DIREITO	VALORES EM UFR	
			SITUAÇÃO EM 31 DE DEZEMBRO	
			ANO DE 1991	ANO DE 1992
01	Casa à R. João Pessoa, 1145 - Serra Talhada/PE, adquirida em 30.01.68 e reformada em 1989	01 12	33.497,47	33.497,47
02	Casa à R. 15 de Novembro, 756 - Serra Talhada/PE, adquirida em 30.01.68 e reformada em 1990	04 12	10.049,24	10.049,24
03	Prédio tipo hospitalar à R. Inocêncio Gomes, 603 - Serra Talhada/PE, ampliado em 1988 e reformado em 1990	07 15	334.974,71	334.974,71
04	Prédio comercial à R. Ruy Barbosa, 102, Serra Talhada/PE, adquirido em 09.09.71	11 15	5.024,62	5.024,62
05	Ap. 203, Conj. Res. México, Bl. B.R. da Amizade, 94 (Graças), Recife/PE, adq. 14.04.72	13 11	33.497,47	33.497,47
06	Ap. 303, Ed. Sta. Alice, R. Dr. Sebastião Lins, (Boa Vista), Recife/PE	16 11	50.246,21	50.246,21
07	Ap. 904, Bl. B. R. Barão de Souza Leão, 225, (Boa Viagem), Recife/PE, adquirido 1979	18 11	52.926,00	52.926,00
08	Casa à R. 15 de Novembro, 750, Serra Talhada PE, adquirida em 1981	19 12	1.674,87	1.674,87
09	Prédio com 1 andar à R. Inocêncio Gomes de Andrade, 602, Serra Talhada/PE	21 15	16.748,74	16.748,74
10	Prédio à R. Cruzeiro, 462 - Clínica Psiquiátrica, B. Borborema, Serra Talhada/PE	23 15	167.487,35	167.487,35
11	Casa à R. Cornélio Soares, 127, S. Talhada/PE	25 12	1.674,87	1.674,87
12	Ap. 501, Ed. El Greco, Bl. A, Av. Boa Viagem, 6500, Recife/PE, adquirido em junho/1991	26 11	59.792,99	59.792,99
13	Prédio c/ 450m ² à BR232, KM412, Serra Talhada/PE (construção própria) em 1991	28 15	75.369,31	75.369,31
14	Prédio à Av. Borborema, 1555, à margem da BR 232, Serra Talhada/PE, adq. 20.06.90	30 15	6.699,49	6.699,49
15	Lote de terreno no loteamento Lions Clube de Serra Talhada/PE, c/ 300m ² , adquirido em julho de 1989	32 13	502,46	502,46
16	Terreno c/ 2500m ² na Fazenda Cachichola-1º Distrito de Serra Talhada/PE, adquirido em agosto de 1989	35 13	1.172,41	1.172,41
17	Fazenda Carnaúba do Ajudante, c/ 578,7ha, Serra Talhada/PE	38 14	5.862,06	5.862,06
18	Fazenda Papagaio, c/ 482,3ha, S. Talhada/PE	40 14	4.522,16	4.522,16
19	Fazenda Laginha, c/ 900ha, S. Talhada/PE, adquirida em 1974	41 14	8.374,37	8.374,37
20	Fazenda Poco da Cruz, c/ 93ha, S. Talhada/PE, adquirida em 22.12.83	44 14	150,74	150,74
21	Fazenda S. João, c/ 673,5ha, S. Talhada/PE, adquirida em 22.12.83	45 14	6.364,52	6.364,52
22	Fazenda Estrelinha, c/ 178,7ha, S. Talhada/PE, adquirida em 20.08.84	47 14	1.674,87	1.674,87
23	Fazenda Cacimba de Baixo, c/ 498,83ha, Serra Talhada/PE, adquirida em 15.04.89	49 14	5.024,62	5.024,62
24	Fazenda Padre Cícero, c/ 2659ha, 2º Distrito de Exu/PE, adquirida em 21.10.90	51 14	7.034,47	7.034,47

DECLARAÇÃO DE BENS E DIREITOS (Continuação)

0504

(utilize duas casas decimais)

ITEM	DISCRIMINAÇÃO, DATA E VALOR DE AQUISIÇÃO E VENDA, QUANDO FOR O CASO.	CÓDIGO DO BEM OU DIREITO	VALORES EM UFIR SITUAÇÃO EM 31 DE DEZEMBRO	
			ANO DE 1991	ANO DE 1992
			5	Fazenda Serra da Ingã e Sítio Prata da Serra do Araripe, 2º Distrito de Exu/PE, totalizando 2536,8ha, parte adquirida em 21.12.90 e o restante em 24.10.91
6	Sítio Lagoa Seca, c/ 9,6ha, 2º Distrito de Exu/PE, adquirido em 25.10.91	57 14	50,25	50,25
27	Fazenda São João II, c/ 581,7ha, em Serra Talhada/PE, adquirida em 07.07.92 a José de Melo Lima, CPF nº 010.658.784-34, por Cr\$ 30.000.000,00	59 14	-	14.256,65
28	Fazenda Munduri, c/ 1.170ha, em Exu/PE, adquirida em setembro/92, a Hugo Esmeraldo Barreto, CPF nº 002.054.193-72 por Cr\$ 40.000.000,00	63 14	-	12.756,64
29	33% da Granja Rio Claro, em Paulista/PE, adquirida em 29.12.92 a Jacyval Machado Pontes, CPF nº 157.366.444-87, por Cr\$ 16.500.000,00	67 14	-	2.748,83
TOTAL OU SUBTOTAL (transporte o TOTAL para as linhas 27 e 28, respectivamente, de pág. 4 do Modelo Completo)			A 894,0809	B 890,3460

II. DÍVIDAS E ÔNUS REAIS

(utilize duas casas decimais)

ITEM	DISCRIMINAÇÃO	CÓDIGO DA DÍVIDA	VALORES EM UFIR SITUAÇÃO EM 31 DE DEZEMBRO	
			ANO DE 1991	ANO DE 1992
		01		
		02		
		03		
		04		
		05		
		06		
		07		
		08		
		09		
		10		
		11		
		12		
		13		
		14		
		15		
		16		
		17		
		18		
		19		
		20		
		21		
		22		
TOTAL OU SUBTOTAL (transporte o TOTAL para as linhas 29 e 30, respectivamente, de pág. 4 do Modelo Completo)			C	D

III. INFORMAÇÕES DO CÔNJUGE

VALOR EM UFIR (utilize duas casas decimais)

CPF DO CÔNJUGE	CALCULE: linhas 14 + 27 + 30 + 32 + 33 - 22 - 28 - 29 de pág. 4 do Modelo Completo da declaração do cônjuge (consulte o manual). Se positivo, transporte para a linha 31 de pág. 4 do Modelo Completo.	E	3
----------------	--	---	---

IV. DECLARAÇÃO DE ESPÓLIO, INFORME:

CPF DO INVENTARIANTE	NOME COMPLETO DO INVENTARIANTE
----------------------	--------------------------------

V. A PRESENTE DECLARAÇÃO É A EXPRESSÃO DA VERDADE

LOCAL	DATA	ASSINATURA DO DECLARANTE OU DE SEU REPRESENTANTE LEGAL
Brasília	21.06.93	<i>[Assinatura]</i>



MINISTÉRIO DA FAZENDA
SECRETARIA DA RECEITA FEDERAL

ANEXO
DECLARAÇÃO
DE BENS E DIREITOS

1993
Ano-Calendário
1992

IRPF
IMPOSTO DE RENDA
PESSOA FÍSICA

ARQUIVAMENTO

1. IDENTIFICAÇÃO DO DECLARANTE

0505

NÚMERO DO CPF
001.776.014-34

NOME COMPLETO
INOCÊNCIO GOMES DE OLIVEIRA

2. DECLARAÇÃO DE BENS E DIREITOS

(utilize duas casas decimais)

ITEM	DISCRIMINAÇÃO, DATA E VALOR DE AQUISIÇÃO E VENDA, QUANDO FOR O CASO.	CÓDIGO DO BEM OU DIREITO	VALORES EM UFR SITUADO EM 31 DE DEZEMBRO	
			ANO DE 1991	ANO DE 1992
30	33% da Mineradora SERRAMBI, Paulista/PE, constituída em 07.07.92	01 32		7.841,76
31	2218 cabeças de gado bovino e 33 eqüinos e muares	02 29	78.622,43	191.397,92
32	Quotas de capital da Casa de Saúde e Maternidade S.Vicente, Serra Talhada/PE	03 32	16.413,76	16.413,76
33	Quotas da Rádio "A Voz do Sertão" S.Talhada	04 32	18.423,61	18.423,61
34	Quotas da Gráfica e Editora "O Sertanejo", Serra Talhada/PE	05 32	16.581,25	16.581,25
35	Quotas da Rádio "Líder do Vale FM-Stereo", Serra Talhada/PE	06 32	25.123,10	25.123,10
36	Quotas da Cooperativa Agropecuária de Serra Talhada/PE	07 32	167,49	167,49
37	Quotas da Cooperativa Agropecuária de Custódia/PE	08 32	167,49	167,49
38	Ações da FAGUSA	09 31	167,49	167,49
39	Móveis e utensílios cirúrgicos	10 24	83.743,68	83.743,68
40	Carro Veraneio/75, c/ serviço de som, placa IE 5835/PE	11 21	16.748,74	16.748,74
41	Carro Buggy vermelho, placa AH 0897/DF, vendido em maio/92, à Brasília Intermediação de Veículos Ltda, CGC 26462192/0001-49, por Cr\$ 8.000.000,00	12 21	16.748,74	-
42	Carro Toyota c/carroceria de madeira, placa SG 5099/PE	13 21	33.497,47	33.497,47
43	Carro Toyota c/ carroceria de ferro, placa SB 9646/PE	14 21	33.497,47	33.497,47
44	Caminhão Mercedes Benz-608, ano 76, placa PX 0434/PE, adaptado p/ trio elétrico	15 21	41.871,84	41.871,84
45	Carro F-4000/90, placa SE 6685/PE	16 21	41.871,84	41.871,84
46	Verona/90, IQ3583, adq. em 31.01.90	17 21	33.497,47	33.497,47
47	Carro Ford Verona/90, placa SE 6975/PE, vendido em maio/92 a Auto Gomes S.A. CGC nº 11714979/0001-86, por Cr\$ 19.000.000,00	18 21	33.497,47	-
48	Carro D-20/90, placa IT 2679/PE, adq. em maio/92 por Cr\$ 40.000.000,00	19 21	66.994,94	66.994,94
49	Carro F-4000/91, placa IX 9748/PE, adquirido em agosto de 1991	20 21	16.146,27	16.146,27
50	Carro Ford Versailles/92, placa SG 2065/PE, adquirido em maio/92 por Cr\$ 40.000.000,00	21 21	-	28.927,02
51	Carro Kadet SL/92, placa BX 3125/DF, adquirido em 26/05/92 a Almir Seabra, CPF nº 077.263.841-04, por Cr\$ 15.000.000,00	22 21	-	10.847,63
52	Carro Fiat Uno Mille/92, placa JDP 2380/DF, adquirido em maio/92, por Cr\$ 38 milhões	23 21	-	27.480,67
53	Quotas de participação da Firma SERTAMOL Ltda, Serra Talhada/PE	24 32	70.344,69	70.344,69
54	Quotas de participação na Rádio Transertaneja FM-Stereo, sede Afogados Ingazeira/PE	25 32	41.871,84	41.871,84
55	Três linhas telefônicas na TELPE nºs 222.3264 e 341.4557 (Recife) e 831.1896 (S.Talhada)	26 39	5.024,62	5.024,62
	- continua -	27 51		
		28 52		

Aprovado pela IN/SRF nº 13/93

DECLARAÇÃO DE BENS E DIREITOS (Continuação)

0506

(utilize duas casas decimais)

DISCRIMINAÇÃO, DATA E VALOR DE AQUISIÇÃO E VENDA, QUANDO FOR O CASO.	CÓDIGO DO BEM OU DIREITO		VALORES EM UFIR	
			SITUAÇÃO EM 31 DE DEZEMBRO	
			ANO DE 1991	ANO DE 1992
57 Uma linha telefônica em Exu/PE, adq. 1991	63	39	1.674,87 ²	1.674,87 ²
57 NCz/DER, BB-conta 267.118-2	64	41	25.545,24 ⁹	25.545,24 ⁸
58 DER-CEF - conta 43005539-1	55	41	449,41 ⁷	449,41 ⁶
59 CP-CEF - conta 686.232-1	56	41	272,51 ⁵	
60 Saldo c/c 267.118-2 - B.Brasil	57	61	64,13 ³	
61 Commodities B.Brasil - Ag. SUESP/DF	58	44	-	21.047,65 ⁹
62 RDB-B.Brasil - Ag. SUESP/DF	59	45	33.497,47 ⁸	16.659,58 ⁷
63 CP-CEF conta 43270-0	60	41	1.065,16 ⁶	
64 CEF-conta PAB/DNOCS nº 511-3	61	61	-	243,69 ³
65 CEF-conta PAB/DNOCS nº 467-2	62	61	-	182,33 ¹
66 CC/BB - conta nº 267.118-1	63	61	-	244,77 ⁸
67 CC/BB - conta nº 16.855-6	64	61	-	144,33 ⁶
	65			
	66			
	67			
	68			
	69			
	70			
TOTAL OU SUBTOTAL (transporte o TOTAL para as linhas 27 e 28, respectivamente, da pág. 4 do Modelo Completo)			A 1.647.67348 ²	B 1.820.09162 ¹

3. DÍVIDAS E ÔNUS REAIS

(utilize duas casas decimais)

ITEM	DISCRIMINAÇÃO	CÓDIGO DA DÍVIDA	VALORES EM UFIR	
			SITUAÇÃO EM 31 DE DEZEMBRO	
			ANO DE 1991	ANO DE 1992
		01		
		02		
		03		
		04		
		05		
		06		
		07		
		08		
		09		
		10		
		11		
		12		
		13		
		14		
		15		
		16		
		17		
		18		
		19		
		20		
		21		
		22		
TOTAL OU SUBTOTAL (transporte o TOTAL para as linhas 29 e 30, respectivamente, da pág. 4 do Modelo Completo)			C	D

4. INFORMAÇÕES DO CÔNJUGE

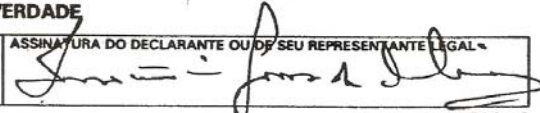
VALOR EM UFIR (utilize duas casas decimais)

CPF DO CÔNJUGE 145.008.681-00	CALCULE: linhas 14 + 27 + 30 + 32 + 33 - 22 - 28 - 29 da pág. 4 do Modelo Completo de declaração do cônjuge (consulte o manual). Se positivo, transporte para a linha 31 da pág. 4 do Modelo Completo.	E 60.036,51 ³
----------------------------------	--	--------------------------

5. DECLARAÇÃO DE ESPÓLIO, INFORME:

CPF DO INVENTARIANTE	NOME COMPLETO DO INVENTARIANTE
----------------------	--------------------------------

6. A PRESENTE DECLARAÇÃO É A EXPRESSÃO DA VERDADE

LOCAL Brasília	DATA 21.06.93	ASSINATURA DO DECLARANTE OU DE SEU REPRESENTANTE LEGAL 
-------------------	------------------	--

DECLARAÇÃO DE BENS (continuação)

2112

discriminação, data de aquisição e venda, quando for o caso

SITUAÇÃO EM 31 DE DEZEMBRO
ANO DE 1988 - NCZ\$ ANO DE 1989 - NCZ\$

	ANO DE 1988 - NCZ\$	ANO DE 1989 - NCZ\$
Transporte	41.319,40	177.319,40
15) Fazenda Barro-Papagaio, c/478,2 ha, em Serra Talhada-PE		
- investimentos em 1985	9,63	9,63
- investimentos em 1986	16,00	16,00
- investimentos em 1987	52,50	52,50
- investimentos em 1988	185,00	185,00
- investimentos em 1989	306,00	306,00
16) Fazenda Laginha, c/900 ha, em Serra Talhada-PE, adquirida em 1974	-	5.000,00
- investimentos em 1985	6,95	6,95
- investimentos em 1986	75,00	75,00
- investimentos em 1987	154,00	154,00
- investimentos em 1988	425,00	425,00
- investimentos em 1989	428,00	428,00
17) Propriedade Rural "Lagoa da Pedra" c/74,5 ha, em Serra Talhada-PE, adquirida em 1975	-	6.000,00
18) Fazenda Pogo da Cruz, c/93 ha, em Serra Talhada-PE, adq. em 22.12.83	0,05	0,05
- investimentos em 1985	8,88	8,88
- investimentos em 1986	9,00	9,00
- investimentos em 1987	45,50	45,50
- investimentos em 1988	105,00	105,00
- investimentos em 1989	191,00	191,00
19) Fazenda São João, c/702,52 ha, em Serra Talhada-PE, adq. em 22.12.83	-	16.648,00
- investimentos em 1985	21,25	21,25
- investimentos em 1986	17,00	17,00
- investimentos em 1987	25,00	25,00
- investimentos em 1988	280,00	280,00
- investimentos em 1989	240,00	240,00
1) Fazenda Estrelinha, c/275,3 ha, em Serra Talhada-PE, adq. em 20.08.84	-	6.000,00
- investimentos em 1985	18,40	18,40
- investimentos em 1986	20,00	20,00
- investimentos em 1988	26,80	26,80
- investimentos em 1989	25,50	25,50
2) Fazenda Cacimba de Baixo, c/498,83 ha, localizada no 4º Distrito do Município de Serra Talhada-PE, adq. a Agenor Luiz de Lacerda, em 15.04.89	-	31.000,00
- investimentos em 1989	-	50.000,00
3) 1.153 cabeças de gado bovino e 57 eqüinos e muaras, conforme Anexo da Atividade Rural	-	5.000,00
Quotas de capital da Casa de Saúde e Maternidade S. Vicente Ltda.	721,44	142.306,00
Quotas da Rádio "A Voz do Sertão" em Serra Talhada-PE	9,99	9,99
	110,00	110,00
A TRANSPORTAR	44.852,29	447.084,85

CPF: 001.776.014-34

NOME COMPLETO: INOCÊNCIO GOMES DE OLIVEIRA

AL: BRASÍLIA-DF

DATA: 17.05.90

Inocencio Gomes de Oliveira
 INATURA DO DECLARANTE OU DO RESPONSÁVEL LEGAL

DECLARAÇÃO DE BENS (continuação)

2113

Discriminação, data de aquisição e venda, quando for o caso

SITUAÇÃO EM 31 DE DEZEMBRO
ANO DE 1988-NCZ\$ ANO DE 1989-NCZ\$

	ANO DE 1988-NCZ\$	ANO DE 1989-NCZ\$
Transporte	44.852,29	447.084,85
25) Quotas da Gráfica e Editora "O Sertanejo", em Serra Talhada-PE		
26) Quotas da Rádio Líder do Vale-FM Stéreo, em Serra Talhada-PE	0,99	0,99
27) Quotas da Coop. Agropecuária de Serra Talhada-PE	15.000,00	15.000,00
28) Quotas da Coop. Agropecuária de Custódia-PE	1,00	1,00
29) Ações da Fagusa	1,00	1,00
30) Fundo Bradesco de Ações-DL 157 (resgatado)	0,01	0,01
31) Móveis e utensílios cirúrgicos	0,06	-
32) Trator Valmet 85-ID, mod. 1976	5.001,35	5.001,35
33) Trator Valmet, mod. 1980	0,18	0,18
34) Trator Valmet 65 ID, c/ implementos, adquirido a José Inácio de Oliveira	50,00	50,00
35) Trator Valmet 65 ID, c/ implementos, adquirido a Luiz Leite de Souza (doação)	-	10.000,00
36) Carro Ford Del Rey-82, placa 8286-DF	-	10.000,00
37) Carro Ford Escort-84, placa IJ-6089-DF, vendido por 6.000,00	2,00	2,00
38) Carro Ford Escort-84, placa BC-5966-DF	4,70	-
39) Carro Veraneio 75, c/ serviço de Som, placa IE-5835-PE	127,46	127,46
40) Carro Veraneio 75, c/ serviço de Som, placa SL-3382-PE, vendido a Vinícius Cansação por NCZ\$ 27.000,00	1,00	1,00
41) Carro Monza 85, placa BE-8069-DF, vendido a Paulo Roberto Dutra por NCZ\$ 25.000,00	108,00	
42) Carro D-20/86, placa FP-0322-PE	39,78	
43) Carro D-40/86, placa VA-6907-PE	150,00	150,00
44) Carro Bugy amarelo, placa AE-6159-DF	550,00	550,00
45) Carro Bugy vermelho, placa AH-0897-DF		4.500,00
46) Carro Toyota c/ carroceria de madeira, pl. SG-5099-PE, adquirido através do Consórcio RODOBENS		4.500,00
47) Carro Toyota c/ carroceria de madeira, adquirido através do Consórcio RODOBENS	-	161.433,00
48) Caminhão Mercedes Benz-608, ano 1976, pl. PX-0434-PE, adaptado para Trio Elétrico	-	124.951,00
9) Saldo Conta Corrente/Banco do Brasil - Ag. Central-DF		20.000,00
0) Conta-Ouro - Banco do Brasil - Ag. Central-DF	265,91	17.019,10
1) Saldo em Cademetas de Poupança-CEF-Ag. Serra Talhada-PE	8.973,81	52.945,73
2) CDB Banco do Brasil	44.776,93	525.619,19
	-	1.050.000,00
TOTAL	119.906,47	2.448.937,86

º CPF: 001.776.014-34

NOME: INOCÊNCIO GOMES DE OLIVEIRA

LOCAL: BRASÍLIA-DF

DATA: 17.05.90

Inocência Gomes de Oliveira
SIGNATURA DO DECLARANTE OU DO RESPONSÁVEL LEGAL

ANEXO 5 DECLARAÇÃO DE BENS

1986

[Handwritten Signature]
7
8

CPF DO DECLARANTE: 001.776.014-31
NOME COMPLETO DO DECLARANTE: INOCÊNCIO GOMES DE OLIVEIRA

É OBRIGATÓRIA A ENTREGA DESTA ANEXO MESMO QUE NADA HAJA A DECLARAR

Declaração de Bens

- Se você é o cabeça-de-casal, deve relacionar seus bens, os de seus dependentes e do cônjuge, quando o regime de casamento for o da comunhão universal ou parcial de bens, mesmo que este declare em separado.
- Na declaração em separado do cônjuge não-cabeça-de-casal, deve ser informado que os bens foram relacionados na declaração do cabeça-de-casal, indicando o nome e CPF deste.
- No regime de separação de bens, cada cônjuge relacionará seus bens e os dos respectivos dependentes.
- Se você não possui bens a declarar escreva a expressão: "Nada a declarar"
- Demais instruções, no verso deste formulário.

Discriminação	SITUAÇÃO EM 31 DE DEZEMBRO	
	ANO ANTERIOR (1985)	ANO BASE (1986)
01) Casa na Rua João Pessoa, 1145, S.Talhada-PE, c/ área de 245,65m², adquirida em 30.01.68, com forme Reg. nº 12451, Liv. 3-E, fls.78, Cartório de Serra Talhada-PE	50.000	50.000
02) Casa na Rua 15 de Novembro, 756, Serra Talhada-PE, adquirida em 30.01.68, conforme escritura registrada sob nº 12487, Liv. 3-E, fls.89	10.000	10.000
03) Prédio tipo hospitalar na Rua Inocêncio Gomes, 605, Serra Talhada-PE	200.000	200.000
04) Prédio Comercial na Rua Ruy Barbosa, 102, Serra Talhada-PE, adquirido em 09.09.71, conforme escritura registrada sob nº 14252, Liv. 3-V, fls. 26/27	50.000	50.000
05) Clínica Psiquiátrica na Rua Inocêncio F. de Andrade, 615, Serra Talhada-PE, com 605m², adquirida em 29.08.81, conforme escritura registrada sob nº 09-1, Liv. 2-N, fls. 225	1.365.000	1.365.000
06) Aptº no Ed. México, Bl.B, Rua de Andrade, 94, Recife-PE, reg. Liv. 752, fls. 41/46, Cartório Arnaldo Maciel	761.367	761.367
07) Aptº na Rua Aurora, 305, Ed. Santa Alice, Recife-PE	120.000	120.000
08) Aptº na Rua Barão de Souza Leão, 225, Boa Viagem, Ed. El Greco, Recife-PE, adquirido em 1979, conforme escritura registrada sob nº 32475-71, Liv. 21-5, Cartório Ivo Salgado	1.400.000	1.400.000
09) Casa na Rua 15 de Novembro, 750, Serra Talhada-PE, com 58m², adquirida em 1981, conforme escritura registrada sob nº 0-2, Liv. 2V, fls.100	150.000	150.000
10) Fazenda Camalhão do Ajudante, em Serra Talhada-PE, com 645,0ha. Obs: Beneficências/Investimentos em 1985	8.120.000	8.120.000
11) Fazenda Barro-Papagaio, em Serra Talhada-PE, com 478,2ha Obs: Beneficências/Investimentos em 1985	9.653.800	9.653.800
12) Fazenda Laginha, em Serra Talhada-PE, com 900ha, adquirida em 1974 Obs: Beneficências/Investimentos em 1985	6.938.000	6.938.000
13) Propriedade Lagoa da Pedra, com 74,5ha, em Serra Talhada-PE, adquirida em 1975	52.841	52.841
14) Fazenda Poco da Cruz, em Serra Talhada-PE, com 95ha, adquirida em 22.12.85, conforme escritura registrada sob nº 12070, Liv.B, fls. 209 Obs: Beneficências/Investimentos em 1985	8.880.000	8.880.000
TOTAL OU A TRANSPORTAR	A 37.750.008	B 149.750.000

ANEXO 5 DECLARAÇÃO DE BENS **1986**

CPF DO DECLARANTE: 001.776.014 - 34
NOME COMPLETO DO DECLARANTE: INOCÊNCIO GOMES DE OLIVEIRA

É OBRIGATÓRIA A ENTREGA DESTE ANEXO MESMO QUE NADA HAJA A DECLARAR

Declaração de Bens

- Se você é o cabeça-de-casal, deve relacionar seus bens, os de seus dependentes e do cônjuge, quando o regime de casamento for o de comunhão universal ou parcial de bens, mesmo que este declare em separado.
- Na declaração em separado do cônjuge não-cabeça-de-casal, deve ser informado que os bens foram relacionados na declaração do cabeça-de-casal, indicando o nome e CPF deste.
- No regime de separação de bens, cada cônjuge relacionará seus bens e os dos respectivos dependentes.
- Se você não possui bens a declarar escreva a expressão: "Nada a declarar".
- Demais instruções, no verso deste formulário.

DESCRIÇÃO	SITUAÇÃO EM 31 DE DEZEMBRO	
	ANO ANTERIOR (1985)	ANO BASE (1986)
TRANSPORTE	37.750.008	10.250.000
5) Fazenda São João, em Serra Talhada-PE, com 702,52ha, adquirida em 22.12.83, conforme escritura registrada sob nº 12069, Liv.B, fls. 228	21.250.000	21.250.000
Obs: Benfeitorias/Investimentos em 1985	-	17.600.000
6) Fazenda Estrelinha, em Serra Talhada-PE, com 275,5ha, adquirida em 20.08.84, conforme escritura do Cartório 1º Ofício, Liv. 151, fls. 180/185	18.400.000	18.400.000
Obs: Benfeitorias/Investimentos	-	20.000.000
17) Gado Bovino existente nas Fazendas acima, conforme Anexo 4 (1.622 cabeças)	35.688.200	35.000.000
18) 49 eqüinos e muares, conforme Anexo 4	11.179.944	5.000.000
19) Móveis e utensílios cirúrgicos	1.555.292	1.555.292
20) Quotas de capital da Casa de Saúde e Maternidade São Vicente Ltda, Serra Talhada-PE	2.000.000	9.900.000
21) Quotas da Rádio "A Voz do Sertão", com sede na Rua Inocêncio Gomes, 619, Serra Talhada-PE	950.000	1.000.000
22) Quotas da Gráfica e Editora "O Sertanejo" com sede em Serra Talhada-PE	950.000	1.000.000
23) Ações da FAGUSA, Serra Talhada-PE	2.275	2.275
24) Fundo Bradesco, Dec. Lei 157	65.814	65.814
25) Um Trator Valmet 85-110, modelo 1976	185.600	185.600
Uma Caminhonete F-1.000, placa RS-9990-PE, vendida por Cr\$ 30.000.000	1.000.000	-
27) Carro Ford Del Rey, 82, Placa 8286-DF	2.000.000	2.000.000
28) Carro Ford Escorte, 81, Placa IJ-6089-PE	4.700.000	4.700.000
29) Carro Chevrolet Monza, 84, Placa BD-4140-DF	5.400.000	5.400.000
30) Caminhão Ford F-4000, 81, Placa ME-0889-DF, vendido em 1985, por Cr\$ 35.000.000	4.400.000	-
31) Caminhonete Veraneio, 75, com serviço de Sem, Placa DE-5855-PE	1.000.000	1.000.000
32) Carro VW, Sedan, 1981, Placa II-2449-PE, vendido em 1985 por Cr\$ 55.000.000	7.000.000	-
33) Carro VW, Gol, 1981, Placa ID-7962-PE	5.000.000	5.000.000
34) Carro Ford Scott, 1981, Placa BC-5909-DF, adquirido através de Consórcio	4.055.024	15.177.000
35) Um Barco com 20 HP, vendido em 1985 por Cr\$ 8.000.000	1.500.000	-
36) Imprestimo Compulsório (DI-2047/85) - cob. resp. estud. em 1985	161.519	-
37) Saldo cc. Banco do Brasil	6.151.585	10.250.000
TOTAL DA TRANSPORTAÇÃO	172.071.400	101.270.000

1069

1982

1069

Exmº Sr. Presidente do PARTIDO DEMOCRÁTICO SOCIAL - PDS - em Pernambuco

O abaixo assinado, eleitor inscrito na 71ª Zona Eleitoral, sob o nº 1271, com domicílio eleitoral no município de Sure Talhada, filiado ao Partido Democrático Social desde setembro/80, sob o nº 3194, pela presente, nos termos do art. 94, parag. 1º, item II, do Código Eleitoral (Lei nº 4.737 de 15/07/65) e do art. 24, item II da Resolução nº 11.270 de 20/05/82, auto riza o referido Partido a proceder o registro de sua candidatura a Deputado federal, para concorrer às eleições proporcionais a serem realizadas no dia 15 de novembro de 1982, adotando também as seguintes variações do seu nome para o citado registro:

Juscênio Gomes de Oliveira
 Juscênio Gomes
 Juscênio Oliveira
 Juscênio

Recife, 02 de agosto de 1982.

Jur L

EXMO. SR. DR. JUIZ DIRETOR DO FORO DA COMARCA DO RECIFE :

Corregedoria Geral da Justiça
 Pernambuco
 Folha de Antecedentes Criminais
 Protocolo nº 9342
 Data Entrada 02-08-82 Responsável R. Rafaelo Data Entrega 05 Agosto 82



NOME- Inocencio Soares de Oliveira
 de nacionalidade Brasileira, naturalidade Per-
nambuco, nascido em 21 de outubro de 1938
 estado civil Casado profissão medico
 número 1271 cédula de identidade nº 418169 título
 de eleitor 1271 da 71ª zona Eleitoral
 circunscrição Dem. Talhada CPF 551376014734 filiação:
Francisco Soares de Oliveira e Maria do
Soares de Oliveira residentes à rua João Pessoa,
nº 1145, bairro Centro
 Cidade Serra Talhada - PE, requer
 V. Exa. que se digne autorizar aos Escrivães das varas
 criminaes, certificarem sua folha corrida, com ou sem cul
 pa.

NESTES TERMOS

PEDE DEFERIMENTO.

Recife, 02 de agosto de 19 82

Inocencio Soares de Oliveira

AUDITORIA DA JUSTIÇA MILITAR DO ESTADO

1071

CERTIFICO que dei busca no Cartório desta Auditoria, onde nada se encontra contra a pessoa de Inocencio Gomes de Oliveira

o referido é verdade, dou fé.

Recife, 03 de agosto de 1982

[Signature]
Escrivão

Certifico que do arquivo do 6.º Cartório Crime não consta contra o requerente Inocencio Gomes de Oliveira
Recife, 03 de agosto de 1982
a Escrivão [Signature]
Maria José Simões de Melo

6.º Cartório Crime - 1.ª Vara Criminal
Foro Paulo da Costa, Sala 602
Escrivão
Mestre José Simões de Melo

7.º CARTÓRIO CRIME
CERTIFICO e dou fé que do arquivo deste Cartório não consta qualquer processo ou inquérito policial instaurado contra Inocencio Gomes de Oliveira
Recife, 03 de agosto de 1982
[Signature]
Escrivão

1.ª Vara Criminal
Por Distribuição
José Carlos Celestino dos Santos
Praça do Imperador, 207 - 6.º andar - sala 601

4.º OFÍCIO DE CRIMES CONTRA O PATRIMÔNIO
CERTIFICO que, de Livro a meu cargo não consta qualquer processo ou inquérito instaurado contra Inocencio Gomes de Oliveira
Recife, 03 de agosto de 1982
[Signature]
ESCRIVÃO

4.º OFÍCIO PRIVATIVO DE DELITOS CONTRA O PATRIMÔNIO DO CAPITAL
Recife - Pernambuco

5.º CARTÓRIO CRIME
CERTIFICO e dou fé que do arquivo deste Cartório não consta qualquer processo ou inquérito policial instaurado contra Inocencio Gomes de Oliveira
Recife, 03 de agosto de 1982
[Signature]
Escrivão

5.ª VARA-CRIME
RECIFE - PERNAMBUCO

3.º CARTÓRIO CRIME
CERTIFICO e dou fé que do arquivo deste Cartório não consta qualquer processo ou inquérito policial instaurado contra Inocencio Gomes de Oliveira
Recife, 03 de agosto de 1982
[Signature]

3.º CARTÓRIO DO CRIME
FORUM 5.º ANDAR
RECIFE

1072 CERTIFICADO e dou fé que, deste Cartório não consta qualquer processo ou inquérito policial instaurado contra Inocencio Gomes de Oliveira
 Recife, 03 de agosto de 1982
 Escrivão

Antônio
 Fórum Paula Batista
 Recife

5.º OFÍCIO DE CRIMES CONTRA O PATRIMÔNIO
 CERTIFICO que do Ofício a meu cargo não consta qualquer processo ou inquérito instaurado contra Inocencio Gomes de Oliveira
 Recife, 03 de agosto de 1982
Rosa Maria Araújo
 ESCRIVÃO

6.º Ofício Privativo de L.
 Contra o Patrimônio da Cap.
 Recife - Pernambuco.
 ROSA MARIA ARAÚJO DE OLIVEIRA
 ESCRIVÃ

2.º OFÍCIO PRIVATIVO DE TRANSITO E CONTRA VENCÕES PENAS
 Certifico que, do Ofício a meu cargo não consta qualquer processo ou inquérito instaurado contra Inocencio Gomes de Oliveira
 Recife, 03 de agosto de 1982
José Pereira dos Santos
 ESCRIVÃO

3.ª Vara Privativa dos Delitos de Transito e Contravenções Penais
 José Pereira dos Santos
 Escrivão
 Fórum Paula Batista - 4.ª andar Sala No. 411
 CÓDIGO JUDICIÁRIO No. 001043

1.º CARTÓRIO CRIME
 CERTIFICADO e dou fé que do arquivo deste Cartório não consta qualquer processo ou inquérito policial instaurado contra Inocencio Gomes de Oliveira
 Recife, 03 de agosto de 1982
 Escrivão
Abraão Joaquim dos Santos

CARTÓRIO DA 1.ª VARA CRIMINAL DA CAP.
 Rua do Imperador, 207 - 3.ª andar
 do Fórum Paula Batista - Recife - PE
 Escrivão Substituto
 ADEILDO C. CIPRIANO
 ADEILDO C. CIPRIANO

CERTIDÃO
 Certifico que, do Ofício a meu cargo não consta qualquer processo ou inquérito instaurado contra Inocencio Gomes de Oliveira
 Recife, 03 de agosto de 1982
J. I. Sampaio de Alencar
 ESCRIVÃO

Segundo Ofício Privativo dos Delitos de Transito e Contravenções Penais
 Recife - Pernambuco
 José I. Sampaio de Alencar
 Escrivão

OFÍCIO DA 2ª VARA DO JURI

CERTIFICO que, do Ofício a meu cargo, não consta qualquer processo ou inquerito instaurado contra

Inocencio Gomes de Oliveira

Recife, 02 de Janeiro de 1982

Escrivão

1073

1ª Vara Privativa dos Delitos
Contra o Patrimônio
Escritório de Ezaara
Recife - PE

1º OFÍCIO DE CRIMES CONTRA O PATRIMÔNIO

CERTIFICO que, do Ofício a meu cargo não consta qualquer processo ou inquerito instaurado contra

Inocencio Gomes de Oliveira

Recife, 03 de Janeiro de 1982

Maria da Penha Alves da Costa

ESCRIVÃO

1ª Vara Privativa dos Delitos
Contra o Patrimônio
Escritório de Ezaara
Recife - PE

Certifico, que do arquivo do Cartório do Juri, não consta contra o(s) requerente (s)

Inocencio Gomes de Oliveira

Dou fé!

Recife, 04 de Janeiro de 1982

Waldemir B. de Oliveira

Escrivão

Palácio da Justiça = 1ª andar
Sala 39 Recife - Pernambuco
MARCENARIA CARVALHO DE OLIVEIRA
ESCRIVÃO
CARTÓRIO DO JURI

3º OFÍCIO DE CRIMES CONTRA O PATRIMÔNIO

CERTIFICO que, do Ofício a meu cargo não consta qualquer processo ou inquerito instaurado contra

Inocencio Gomes de Oliveira

Recife, 04 de Janeiro de 1982

Alaís J. Vercoz

3ª Vara Privativa dos Delitos
Contra o Patrimônio
Maria José Verçosa de S. Silva
1ª Substituta
Carmem Nascimento Silva
2ª Substituta

2º CARTÓRIO DO CRIME

CERTIFICO e dou fé que, do arquivo deste Cartório não consta qualquer processo ou inquerito policial instaurado contra

Inocencio Gomes de Oliveira

Recife, 04 de Agosto de 1982

Almeida Freire

Escrivão

2º CARTÓRIO CRIMINAL
FORUM PAULA BATISTE S.º ANDAR
CALLE MARIA TOMAZ FREIRE

1074

1º OFÍCIO DE DELITOS DE TRANSITO
CONTRAVENÇÕES PENAIS.

CERTIFICO que, do Ofício a meu cargo
não consta qualquer processo ou inquérito
instaurado contra Inocência

Gomes de Oliveira
Recife, 04 de Agosto de 1982
Maria Ester Tenório S. Mo

1074
[Signature]
VARA PRIVATIVA DOS DELITOS
DE TRANSITO E CONTRAÇÕES I
Recife - Pernambuco.
Maria Ester Tenório S. Mo

Escrivão

OFÍCIO DE CRIMES CONTRA O PATRIMÔNIO.

CERTIFICO que, do Ofício a meu cargo não
consta qualquer processo ou inquérito instaurado

contra Inocência
Gomes
de Oliveira
de 05 de 08 de 1982
Joa de Jesus Santos

2ª Vara Privativa dos Delitos
Criminais
Rua de Lima Santos

OFÍCIO DA 1ª VARA DO JÚRI

CERTIFICO que, do Ofício a meu cargo
não consta qualquer processo ou inquérito
instaurado contra Inocência

Gomes de Oliveira
Recife, 4 de 08 de 1982
Cláudia Fre de Saiz

1ª VARA DO JÚRI

CERTIDÃO

CERTIFICO que, do arquivo do meu cartório,
não consta contra a pessoa de Inocência

Gomes de Oliveira, Dou 16.
Recife, 05 de agosto de 1982.
[Signature]

ENCERRAMENTO

DECLARO encerrada a presente

fólia corrida.

Recife, 05 de agosto de 1982
[Signature]
Secretário de Correspondência Geral da Justiça

20

1075

MINISTÉRIO DA FAZENDA - SECRETARIA DA RECEITA FEDERAL
IMPOSTO DE RENDA - PESSOA FÍSICA - DECLARAÇÃO DE RENDIMENTOS

APR 23 5
DECLARAÇÃO
DE BENS

CPF do declarante: 00177601434

Nome completo do declarante: INOCÊNCIO GOMES DE OLIVEIRA

Para uso da repartição: Côrge Arquivamento

Este anexo deverá ser utilizado para relacionar os bens que compõem o patrimônio do declarante, dos dependentes e do cônjuge.

Declaração de bens Descrição	Situação em 31 de dezembro	
	Do ano anterior (1990)	Do ano base (1991)
1. CASA à R. João Pessoa, 1145-Serra Talhada-Pe, c/área de 245,65m ² , reg. 30.01.68, Lv.3-5 nº 12451, fls. 78	50 000	50 000
2. Casa à R. 15 de Novembro, 756-Serra Talhada-Pe reg. 12497, Lv.3-R, fls.89, adquir. em 30.01.68	10 000	10 000
3. Prédio tipo hospitalar à R. Inocêncio Gomes, 603-Serra Talhada/PE	200 000	200 000
4. Prédio Coml à R. Ruy Barbosa, 102-Serra Talhada/Pe, reg. 14252, Lv.3-V, fls.26/27 em 09.9.71	50 000	50 000
5. Clínica Psiquiátrica à R. Inocêncio G. de Andrade, 619-S. Talhada/Pe, reg. QV-4, Lv. 2N, fls: 223, em 29.08.81, c/área constr. de 605,62m ²	1 365 000	1 365 000
6. Aptº no Ed. México, Bl. B, R. da Amizade, 94-Recife/Pe, reg. fls. 41/46, Lv. 752, Cartº Arnaldo Maciel (financiado)	440 487	761 367
7. Aptº no Ed. Stª Alice-R. Aurora, 303-Recife/PE	120 000	120 000
8. Prédio à R. Inocêncio G. de Andrade, 619-S. Talhada/PE, transf. p/ incorpor. à Rádio "A Voz do Sertão", conf. escrit. reg. AV-5, Lv. 2N, fls. 223 em 31.07.81	500 000	-0-
9. Aptº 904, Ed. El Greco, R. Barão de Souza Leão, 225, Boa Viagem-Recife/PE, adquirido em 1979	1 100 000	1 400 000
10. 14 casas à R. Um, Alto do B. Jesus-Serra Talhada-Pe, constr. em 1980	1 400 000	1 400 000
11. Fazenda Carnaúba do Ajudante-S. Talhada/Pe, c/643,8ha, proveniente da aquisição das seguintes áreas incorporadas:		
a) 364ha já possuídos pelo declarante	613 000	613 000
b) 246,8ha adquiridos a Bartolomeu Inácio A. Oliveira em 19.08.81	-0-	300 000
c) 17 ha adquiridos a Antª Fcª Rosa, em 19.02.82	-0-	40 000
d) 7,2ha adquiridos a José Inácio O. Neto, em 24.07.74	-0-	3 000
e) 8,8ha adquiridos a Manoel J. Nascimento, em 21.09.74	-0-	4 000
Obs.: Beneficências e Investimento em 1981	-0-	900 000
12) Fazenda Barro do Papaqão, Serra Talhada/Pe, c/448,2ha, adquirida em 1971, tendo sido incorporadas as seguintes áreas:	1 232 800	1 232 800
Transportar	7 081 287	8 449 167

1987

1978

1978
1978
1978

AUTORIZAÇÃO

INOCÊNCIO GOMES DE OLIVEIRA, que se assina INOCÊNCIO GOMES, INOCÊNCIO OLIVEIRA e INOCÊNCIO, autoriza a Comissão Executiva' do Diretório Regional da Aliança Renovadora Nacional em Pernambuco, a registrar o seu nome como candidato a Deputado Federal às eleições de 15 de novembro de 1978, sob o nº 136, perante o Tribunal Regional Eleitoral.

Recife, 11 de agosto de 1978.

Inocência Oliveira
a) Dep. Inocêncio Oliveira.



Inocência Oliveira

§ 1º - INOCÊNCIO - BEL ARNALDO MACIEL
rua M. Costa Campos, 94 - 108 - Fones 24-2915 - 24-2171

RECONHEÇO a(s) firma(s) *Inocência*

Inocência Oliveira

Recife, de 15 AGO 1978 de 19

Em test.º *Adalberto Veras* da verdade

Adalberto Veras

Marta Araújo Veras

Declaração de Bens 1979

1

	Valor Cr\$
01- Uma casa residencial na Rua João Pessoa, 1145, Serra Talhada-PE., construção própria.....	50.000,00
02- Uma casa na Rua 15 de novembro, 756, Serra Talhada-PE, Registro nº 12.497, fls. 89, livro B-R, 1ª Cartório.....	10.000,00
03- Um prédio tipo hospitalar na Rua Inocêncio Gomes, 603-Serra Talhada-PE.....	10.000,00
04- Um prédio tipo comercial na Rua Rui Barbosa, 102, Serra Talhada-PE., Registro 14.263, 1ª Cartório.....	1.000,00
05- 04 casas residenciais na Rua Joaquim Godoy, 635, 636 e S/N, Serra Talhada-PE. Registro nº 14.268.....	4.000,00
06- Uma casa residencial na Rua Inocêncio Gomes, 619, Serra Talhada-PE., Registro 14.269, 1ª Cartório.....	4.000,00
07- Um apartamento no Ed. México-Bloco B, na Rua da Amizade, 94-Recife-PE., Registro fls. 41 a 46, livro 752, Cartório Arnaldo Maciel, cujo valor é atualizado pelo pagamento de parte de seu custo no ano-base.....	124.957,00
08- Um apartamento no Ed. Sta. Alice comprado a José do Rêgo Barreto, Registro Cartório Costa Lima-Recife-PE. (Rua da Aurora, apto. 303, 3ª and.).	120.000,00
09- Uma propriedade Carnaúba do Ajudante, Serra Talhada-PE., Registro 14.264, 1ª Cartório, em 1971.....	3.000,00
Benfeitorias e investimentos realizados ano-base.....	10.000,00
10- Uma propriedade Barra Papagaio, Serra Talhada-PE., Registro 14.018, 19 e 20, 14.030, 15.460, 61, 15.191 e 15.323, 1ª Cartório, 1971.....	12.800,00
Benfeitorias e investimentos realizado ano-base.....	170.000,00
11- Fazenda Lajinha com 400 hectares, localizada no município de Serra Talhada-PE., conforme Registro nº 16.681, 1974.....	15.000,00
Benfeitorias e investimentos realizados ano-base.....	140.000,00

	Valor / Cr\$
12- Uma fazenda denominada Catolé, comprada a Luís Conrado de Lorena e Sã, passando Escritura, Serra Talhada-PE., 1975.....	29.842,00
13- Uma fazenda denominada Lagoa de Pedra, Serra Talhada-PE., comprada a Luís Conrado de Lorena e Sã, passando Escritura, 1975.....	2.841,00
14- Gado bovino e semoventes.....	714.000,00
15- Móveis e utensílios cirúrgicos existentes no Consultório Médico, Serra Talhada-PE.....	10.000,00
16- Móveis e utensílios cirúrgicos alugados à Casa de Saúde São Vicente Ltda., conforme Diário da firma.....	45.292,00
17- Cotas de capital na firma Casa de Saúde e Maternidade São Vicente Ltda., Serra Talhada, PE.	1.950,00
18- Ações da FAGUSA, Serra Talhada-PE.....	2.273,00
19- Automóvel Chevrolet Opala/76, Placa AJ-9296DF, adquirido em 1975.....	47.000,00
20- Automóvel Chevrolet Chevette/76, Placa nº AJ 9306-DF, adquirido em 1975.....	34.000,00
21- Veículo Caminhão Chevrolet, adquirido em 1976, vendido.....	-----
22- Utilitário Pick-up Ford/76, Placa CA-5284-DF, adquirido em 1976.....	52.000,00
23- Trator VALMET 85 ID, 1976, financiado pelo Banco do Brasil S/A em DEZ/75.....	183.600,00
24- Fundo Rique 157.....	1.217,00
25- Banco Bradesco-Fundo 157, 1972.....	778,00
26- Investimento Banco Bradesco 157, ano 1974....	1.457,00
27- Investimento Banco Bradesco 157, ano 1975....	1.572,00
28- Investimento Banco Bradesco 157, ano 1977....	797,00
29- Uma duplicata de uma corretora de valores, referente ao 2º parcelamento da venda das Ações das Centrais Elétricas de São Paulo-SP.....	2.750,00
30- Saldos bancários e numerários em cofre.....	1.265.000,00
31- Banco Mercantil, Fundo 157.....	1.279,00
32. Banco Bradesco, Fundo 157. ano 1973.....	986,00
33- Caixa Econômica Federal, Caderneta de Poupança.....	161.703,00

1990

- 03 -

197
Valor

34- Carro Volkswagen tipo Brasília, ano 1978

Cr\$ 72.497,00

TOTAL... 3.307.601,00

Recife, 31 de agosto de 1978.



Inocencio Gomes de Oliveira
INOCÊNCIO GOMES DE OLIVEIRA

Tabfionato Bo. Arnaldo Maciel
Rua Siqueira Campos, 108 - Recife
a(s) firma(s)

[Signature]

31 SET 1978

Em Test.º *[Signature]* perdidos

Adalberto Veras

Marta Areija Veras

1974

DECLARAÇÃO DE BENS

INOCÊNCIO GOMES DE OLIVEIRA, brasileiro, casado, natural deste Município de Serra Talhada; Estado de Pernambuco, médico, CPF Nº 001776014- Controle 34- Código 42 e residente à Rua Afrânio Godoy, antiga João Pessoa, nº 1145, nesta cidade, postulante a uma Cadeira a Câmara Federal pela ALIANÇA RENOVADORA NACIONAL - ARENA, de cuja Apreciação Partidária é-filiado e dando cumprimento a Disposição do Código Eleitoral e Resoluções que disciplinam a espécie, em vigor, vem de fazer para efeito de Registro da sua candidatura no próximo pleito de 15 de Novembro de 1.974, a seguinte Declaração de Bens:

RELAÇÃO DE BENS

	VALOR EM CR\$
01 - Uma Casa de Residência, construção própria, sito à rua Afrânio Godoy, 1145-Serra Talhada-Pe.....	50.000,00
02 - Uma Casa sito à Rua 15 de Novembro, nº 756, Serra Talhada - Pe.....	10.000,00
03 - Móveis e Utensílios Cirúrgicos existentes no consultório médico situado na casa acima, constante do item 02	10.000,00
04 - Uma propriedade Rural denominada "Poço da Cruz" inclusive benfeitorias, localizada no 1º Distrito.....	13.480,00
05 - Uma propriedade Rural denominada "Laginha", situada no 4º distrito de Serra Talhada.....	10.000,00
06 - Ações da "SERVEL"- Serra Veículos Ltda, firma situada à Avenida João Gomes de Lucena, 345-S.Talhada-Pe.....	100.000,00
07 - Gado Bovinos e Semoventes conforme cedula "G".....	204.200,00
08 - Uma Casa de alvenaria e telha à Rua Pedro II, nº 230 na cidade de Crato-Ce.....	30.000,00
09 - Quotas de Capitais na Firma Casa de Saúde e Maternidade São Vicente Ltda - Serra Talhada-Pe.....	1.950,00
10 - Móveis e Utensílios Cirúrgicos alugados à Casa de Saúde e Maternidade S.Vicente Ltda-Serra Talhada.....	45.292,00
11 - Um Prédio tipo hospitalar, sito à Rua Inocencio Gomes de Andrada S/N, alugado a Casa de Saúde S.Vicente Ltda.	10.000,00
12 - Um prédio tipo Comercial, sito à Rua Monsenhor Afonso Pequeno, 637-S.Talhada-Pe. Digo, sito à Rua Rui Barbosa nº 102, Serra Talhada -Pe.....	1.000,00
13 - Numerário em Cofre e Bancos	85.720,00
14 - Quatro Casas tipos Residenciais sitas a Rua Joaquim Godoy, nºs 635/36 e S/ns. Serra Talhada - Pe.....	4.000,00
15 - Uma Casa Tipo Residência, à Rua Inocencio Gomes de Andrade, 619 - Serra Talhada - Pe.....	4.000,00
16 - Uma Propriedade denominada "Carnaúba do Ajudante", 4º Distrito - Serra Talhada.....	3.000,00
17 - Uma propriedade denominada "Barro do Papagaio", do 2º distrito - Serra Talhada-Pe.....	12.800,00
18 - Um Apartamento no Edifício México, à Rua da Amisade nº-94-bloco B, Recife - Pe.....	36.192,30
19 - Uma Duplicata de Pinho-Corretora de Valores Mobiliários referente 2a. parcela da venda de Ações da Centrais Elétricas de São Paulo.....	2.750,00
20 - Aplicação Investimentos - Fundo Rique de Investimentos incentivo art. 157/67.....	1.216,99
SOMA PARCIAL - Continúa.....	635.601,29

0580

Fls - 2 -

Continuação Relação de Bens: - Declarante Inocêncio Gomes de Oliveira	V LOR CR\$
Transporte fls. anterior.....	655.601,29
21-Investimento Banco Bradesco de Investimento S/A, decorrente da aplicação incentivos dec.157 ano 1.972.....	770,00
22-Ações da Fagusa - Serra Talhada - Pe.....	2.273,00
23-Uma Automovel Dogd Dart Coupê de Luxo 1974.....	42.000,00
24-Um auto-sedan Wolks-Vagem 1.300 1.974	22.000,00
25-Uma Rural Wills 1.973.....	25.000,00
26-Uma Pick-up Willys 1.973.....	20.000,00
SOMA TOTAL DO ATIVO CR\$.....	747.652,29

DECLARAÇÃO DO PASSIVO

Banco do Brasil S/A - Agência S.Talhada Cr...	69.000,00
Outros Cr\$.....	24.000,00
SOMA DO PASSIVO CR\$.....	93.000,00

Declaro ainda serem verdadeiras as declarações constante destas notas. Serra Talhada, 24 de Julho de 1.974

Inocêncio Gomes de Oliveira
INOCÊNCIO GOMES DE OLIVEIRA -

Assinhego a firma mpsa de Inocêncio Gomes de Oliveira
sr; dms de

Serra Talhada, 24 de Julho de 1974
Em Teste. M. do Socorro

1a Tabelão Publico
Maria do Socorro Vieira Leite

CARTORIO DO 1º OFÍCIO
Tabelião, Escrivão e Oficial do Registro Geral de Imóveis.
Titular
Maria do Socorro Vieira Leite
CPF - 001775204
João Alves Martins - Substituto
Ma. Ivani de Souza - Escrevente
Serra Talhada - Pernambuco

RECEBIMOS DO
R\$ 747.652,29
Rua Siqueira Campos, 205 - Recife

MANUAL DE ORIENTAÇÃO DE PROCEDIMENTOS PARA OS CÁLCULOS NA JUSTIÇA FEDERAL - CUF
TABELA DE CORREÇÃO MONETÁRIA

AÇÕES CONDENATÓRIAS EM GERAL
(Cap. IV, item 2.1)

Tabela válida para: 07/2009

	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maior	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
1964												
1965	0,0032715372	0,0032715372	0,0032715372	0,0027688336	0,0027688336	0,0027688336	0,0024321296	0,0024321296	0,0022606647	0,0036968371	0,0036968371	0,0022679882
1966	0,0022270103	0,0021682328	0,0021389000	0,0021004756	0,0020223387	0,0019365307	0,0018605118	0,0018095140	0,0017595607	0,0017107066	0,0016697435	0,0016292803
1967	0,0015914064	1,5548992871	1,5226583383	1,5003397437	1,4781435940	1,4520177259	1,4212084644	1,3797810762	1,3566574783	1,3301961795	1,3089912327	1,3221818142
1968	1,2980467446	1,2786511831	1,2574275947	1,2383017528	1,2166464979	1,1948836950	1,1520215421	1,1267408718	1,1085001743	1,0911951772	1,0749744485	1,0577502513
1969	1,0378543314	1,0162847814	1,0015814491	0,9879668791	0,9725959296	0,9580765095	0,9443896431	0,9413896431	0,9344686873	0,9269615049	0,9112245353	0,8923248558
1970	0,8728249418	0,8537730088	0,8369556807	0,8215883431	0,8200814748	0,8124816766	0,8001811966	0,7931424852	0,7857252133	0,7764833288	0,7620773301	0,7462327671
1971	0,7319029250	0,7186697372	0,7092938861	0,7022668885	0,6942917142	0,6884472710	0,6817759192	0,6503043787	0,6448874073	0,6307519414	0,6183335569	0,6083325885
1972	0,6008183082	0,5937740328	0,5859624550	0,5793507488	0,5717347863	0,5622565975	0,5523438112	0,5445333817	0,5399998005	0,5361620201	0,5310784554	0,5275918078
1973	0,5216363046	0,5165344597	0,5111777003	0,50551013975	0,4988701375	0,4931088806	0,4877093837	0,4833730555	0,4793818668	0,4747474742	0,4715355480	0,4675397911
1974	0,4585508718	0,4537686763	0,4470718501	0,4415188258	0,4344109434	0,4253638394	0,4167451132	0,3943292937	0,3763833362	0,3627906897	0,3551238434	0,3407102863
1975	0,3462754897	0,3410995669	0,3355270583	0,3285398105	0,3228680720	0,3156182988	0,3066553222	0,3047249331	0,3000079487	0,2941000102	0,2878948499	0,2823621827
1976	0,2772486222	0,2720262767	0,2660743578	0,2599013729	0,2538031974	0,2461768081	0,2391227120	0,2331653818	0,2288415738	0,2196184337	0,2119748059	0,2057498104
1977	0,2012072654	0,1978717084	0,1940498054	0,1897468115	0,1842889890	0,1786774432	0,1729109975	0,1684131583	0,1650000444	0,1627487179	0,1605228716	0,1581602282
1978	0,1581207264	0,1519144084	0,1484733173	0,144712837	0,1406336641	0,1364750859	0,1324841287	0,1285498888	0,1250748427	0,1218811645	0,1190846116	0,1160921083
1979	0,1131153885	0,1106175083	0,1081041357	0,1054702327	0,1016670044	0,0978169346	0,0947863985	0,0922871777	0,0895768175	0,0882135524	0,0824322656	0,0788728882
1980	0,0757812584	0,0727254417	0,0701300817	0,0676283683	0,0652160520	0,0630749529	0,0613581606	0,0592204586	0,0573638090	0,0557121758	0,05398848763	0,052312654
1981	0,0500587286	0,0476748724	0,0447651105	0,0421118213	0,0397282960	0,0374795829	0,0353581606	0,0333581606	0,0315281832	0,0298278700	0,0282192860	0,0267481649
1982	0,0254258892	0,0242151981	0,0230621346	0,0219639312	0,0208189238	0,0197338197	0,0187048088	0,0176460848	0,0164916629	0,0154127999	0,0144044775	0,013253272
1983	0,0126998488	0,0119809732	0,0112288689	0,0103018276	0,0094859348	0,0087608831	0,0081178931	0,0074474286	0,0068839935	0,0062884824	0,0057142106	0,0052714136
1984	0,004890815	0,0044618207	0,0039731242	0,0036119314	0,0033167418	0,0030945873	0,0027890827	0,0025283336	0,0022862871	0,0020690866	0,0018375120	0,0018719858
1985	0,0015181080	0,0013437913	0,0012194114	0,0010819978	0,0009875441	0,0008795384	0,0008053776	0,0007483948	0,0006919870	0,0006541036	0,0005817464	0,00052352919
1986	0,0004818295	0,0003979410	0,0003474070	0,0003474070	0,0003474070	0,0003474070	0,0003474070	0,0003474070	0,0003474070	0,0003474070	0,0003474070	0,0003474070
1987	0,0014471070	0,001377591688	0,00135591222	0,001377591688	0,001449564903	0,001449564903	0,001449564903	0,001449564903	0,001449564903	0,001449564903	0,001449564903	0,001449564903
1988	0,0018297956	0,0018297956	0,0018297956	0,0018297956	0,0018297956	0,0018297956	0,0018297956	0,0018297956	0,0018297956	0,0018297956	0,0018297956	0,0018297956
1989	5,8914479440	4,1980436827	3,8115522814	3,5827287458	3,3481161288	3,1454790710	2,9386195252	2,8947116464	2,8947116464	2,8947116464	2,8947116464	2,8947116464
1990	0,3805588271	0,2009653364	0,1336757458	0,0725237336	0,0008584513	0,0464313074	0,0433838672	0,0375342430	0,0335037428	0,0297124359	0,0260178948	0,0225107240
1991	0,0189285072	0,0169898911	0,0130212448	0,0116278514	0,0110922306	0,0083816354	0,0068816354	0,0063866026	0,0072387746	0,0068382379	0,00651688401	0,0040985592
1992	0,0033256504	0,0026476014	0,0020897554	0,0017208947	0,0014339466	0,0011631838	0,0009438066	0,0007197756	0,0006532440	0,0005134548	0,0004091928	0,0003307947

MANUAL DE ORIENTAÇÃO DE PROCEDIMENTOS PARA OS CÁLCULOS NA JUSTIÇA FEDERAL - CJF
TABELA DE CORREÇÃO MONETÁRIA

AÇÕES CONDENATÓRIAS EM GERAL
(Cap. IV, item 2.1)

Tabela válida para: 07/2009

	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maior	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
1993	0,0002679717	0,0002680985	0,0001632722	0,0001286222	0,0001017920	0,0000769250	0,0000506239	0,0449036665	0,0351190335	0,0261690078	0,0193549384	0,0144544871
1994	0,01005717077	0,0075063060	0,0054391412	0,0037688802	0,0026808760	0,0016508635	3,3343768129	3,3591620692	3,1989965765	3,1477693303	3,0900057459	3,0003216886
1995	2,6042087400	2,1842587460	2,3342887460	2,8120845396	2,8120845396	2,8120845396	2,8250831484	2,8250831484	2,8250831484	2,4969981035	2,4969981035	2,4686861055
1996	2,3006774520	2,3900575520	2,3900575520	2,3900575520	2,3900575520	2,3900575520	2,2443911886	2,2443911886	2,2443911886	2,2443911886	2,2443911886	2,2443911886
1997	2,1800756405	2,1800756405	2,1800756405	2,1800756405	2,1800756405	2,1800756405	2,1800756405	2,1800756405	2,1800756405	2,1800756405	2,1800756405	2,1800756405
1998	2,0659794959	2,0659794959	2,0659794959	2,0659794959	2,0659794959	2,0659794959	2,0659794959	2,0659794959	2,0659794959	2,0659794959	2,0659794959	2,0659794959
1999	2,0323571068	2,0323571068	2,0323571068	2,0323571068	2,0323571068	2,0323571068	2,0323571068	2,0323571068	2,0323571068	2,0323571068	2,0323571068	2,0323571068
2000	1,8660021554	1,8660021554	1,8660021554	1,8660021554	1,8660021554	1,8660021554	1,8660021554	1,8660021554	1,8660021554	1,8660021554	1,8660021554	1,8660021554
2001	1,7487718186	1,7487718186	1,7400714623	1,7335266765	1,7250308572	1,7167913795	1,7102822688	1,6943652556	1,6746048978	1,6682854890	1,6621186810	1,6458220230
2002	1,6267337663	1,6267337663	1,6168074933	1,6131548738	1,6006666505	1,5930749557	1,5887321397	1,5765022784	1,5609825528	1,5513840955	1,5372893582	1,5051974512
2003	1,4616190992	1,4323899482	1,4025246582	1,3857160947	1,3710687176	1,3565287150	1,3398919000	1,32535321033	1,31276504955	1,301843210	1,292442386	1,274864440
2004	1,3304222558	1,3214561887	1,3096498419	1,3044318143	1,3016863479	1,2947069303	1,2874959474	1,2756335654	1,2654836686	1,2594436686	1,254442386	1,247864440
2005	1,2371940143	1,2286379165	1,2198113128	1,2155668637	1,2066277879	1,1969952473	1,1822666342	1,16939478919	1,1587116339	1,1490138730	1,140710372	1,128432001
2006	1,1665029489	1,1625738224	1,156597119	1,1522862159	1,1503406368	1,1472430905	1,1448665303	1,1419196365	1,140710372	1,1387116339	1,1320922175	1,128432001
2007	1,1343424567	1,1290712880	1,1239013418	1,1195121620	1,1166560908	1,1139587870	1,1107326488	1,1080782009	1,1034437970	1,100530631	1,0971617780	1,0851000479
2008	1,0874876345	1,0799281375	1,0730809500	1,0705981742	1,0643166630	1,0563917004	1,0489511401	1,0423841202	1,0387485004	1,0360647580	1,0329558904	1,0278190886
2009	1,0243487413	1,02066632851	1,01844721138	1,01333574207	1,0087224200	1,00380000000	1,00000000000					

Observações:

- a) Indicadores
- ORTN de 10/1964 a 02/1966
- OTN (6.7019) de 03/1966 a 01/1969
- IPC (BGE) de 01/1966 a 02/1989
- BTN de 03/1989 a 03/1990
- IPC (BGE) de 03/1990 a 02/1991
- IPC (série especial) em 12/1991
- IUR de 01/1992 a 12/2000
- IPCA-E do ano de 2000 em 12/2000
- IPCA-E de 01/2001 a 07/2009

b) Fórmula de atualização: Valor em moeda da época X coeficiente de mês/ano = valor em REAL(R\$)

Ex: Atualizar o seguinte valor - 10/1964 Cr\$ 10.000,00

A) Valor moeda da época:

B) Coeficiente de mês/ano:

C) Valor corrigido em REAL (R\$) = A x B:

10.000,00

0,0036968371

36,96

**Correspondências solicitando entrevista com o deputado
Inocêncio Oliveira – (e-mail, fax, ofício)**



Universidade Federal de Pernambuco - UFPE
Centro de Artes de e Comunicação - CAC
Programa de Pós-graduação em Comunicação – PPGCOM

Recife, 20 de novembro de 2008

Ao Deputado Federal Inocêncio Oliveira

Prezado senhor,

Vimos por meio deste informar sobre o interesse do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (PPGCOM-UFPE) em aprofundar seus estudos sobre os sistemas midiáticos da região Nordeste. E, dada a importância das rádios FM e OM Voz do Sertão LTDA, nos municípios de Afogados da Ingazeira e de Serra Talhada, assim como da TV Asa Branca, em Caruaru, nas dinâmicas culturais, econômicas e políticas do estado de Pernambuco, temos especial intenção de estreitar o relacionamento entre nosso programa e esta rede de comunicação.

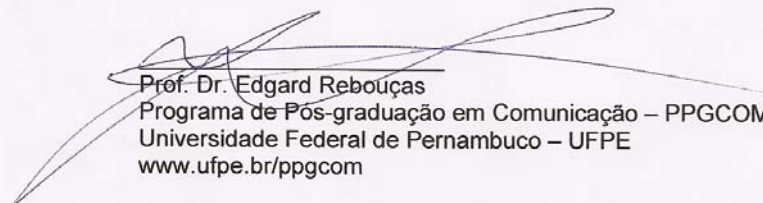
Diante do exposto, informamos que entre os projetos de pesquisa aprovados no último processo seletivo para nosso Mestrado – Turma 2008/2009 –, há um, da pesquisadora Fabíola Mendonça de Vasconcelos, que tem como objetivo observar as mudanças ocorridas e a inserção social das rádios e TVs no sertão pernambucano. Acreditamos que tal pesquisa é de grande importância não apenas para este PPGCOM, como para a sociedade pernambucana como um todo.

Desta forma, sabendo da riqueza de informações históricas contidas nos arquivos institucionais da empresa, solicitamos o acesso da mestrandia a tais informações, bem como a autorização para que a mesma possa fazer entrevistas com funcionários dos veículos citados durante o período da sua pesquisa, que se iniciou efetivamente em 2008 e se estende até o final de 2009. Certificamos que tais dados serão utilizados exclusivamente para fins acadêmicos. Também será de suma importância para esta pesquisa uma entrevista diretamente com o senhor.

Entendemos que esta parceria é de fundamental importância para o registro da história da comunicação no estado, e, antecipadamente, nos comprometemos em compartilhar os resultados desta pesquisa no momento de sua conclusão, prevista para fevereiro de 2010.

Certos de que contaremos com sua colaboração,

Atenciosamente,


Prof. Dr. Edgard Reboúças
Programa de Pós-graduação em Comunicação – PPGCOM
Universidade Federal de Pernambuco – UFPE
www.ufpe.br/ppgcom

Ao
Deputado estadual Alberto Feitosa

Prezado deputado,

Conforme acordado, segue o ofício sobre a pesquisa que estou desenvolvendo na UFPE sobre o deputado federal Inocêncio Oliveira. Se possível, gostaria da sua contribuição no sentido de agendar uma entrevista com o deputado Inocêncio.

Grata,

Fabiola Mendonça
88232176

Ao jornalista Cláudio Lessa,
Assessor de Imprensa do deputado federal Inocêncio Oliveira

Prezado,

Conforme contato telefônico, segue ofício do Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), apresentando a jornalista e pesquisadora FABÍOLA MENDONÇA, a qual está vinculada a este Programa e pesquisa as empresas de radiodifusão de propriedade do deputado federal Inocêncio Oliveira: a TV Asa Branca e as rádios A Voz do Sertão, Líder do Vale e Transertaneja. Como forma de contribuir para a finalização da pesquisa – muitas informações já foram levantadas e o trabalho já está na fase conclusão -, solicito a intermediação do senhor para que eu possa entrevistar o deputado e a filha dele, Shirley Oliveira, já que ela é a responsável pelas empresas de comunicação do pai.

Certa de poder contar com a sua ajuda, desde já agradeço.

Fabíola Mendonça – DRT 2506/PE
Jornalista e pesquisadora

[Orkut](#) [Gmail](#) [Agenda](#) [Docs](#) [Web](#) [mais](#) ▾

fabiolamendonca@gi

[Procurar e-mail](#) [Pesquisar na web](#) [Mostrar](#)

[Escrever e-mail](#)

[Entrada \(32\)](#)

[Buzz](#)

[Com estrela](#)

[Enviados](#)

[Rascunhos \(4\)](#)

[Pessoal](#)

[Viagem](#)

[Mais](#) ▾

[Contatos](#)

[Tarefas](#)

[Bate-papo](#)

[Procure ou convide](#)

Fabiola Mendonça

[Definir seu status aqui](#)

Ana Veloso

Edgard Reboucas

Francy Mendonça

George Carvalho

ktacioly

mendonca.francy

Nataly Queiroz

alexfig

Fabiola Mendonça

patricia cunha

[Opções](#) [Adicionar contato](#)

[Convide um amigo](#)

[Enviar convite do Gmail para:](#)

[Enviar convite](#) 50 restante(s)

[Visualizar convite](#)

[BlackBerry® Curve™ 8520 - www.BlackBerry.com/br/Curve8520](#) - Descubra a beleza d

[Voltar para Caixa de entrada](#) [Arquivar](#) [Denunciar spam](#) [Excluir](#) [Mover para](#)

pesquisa de mestrado [Entrada](#) ▾

Fabiola Mendonça para shir [mostrar detalhes](#) 06/12/09 [Responder](#)

Prezada Shirley,

Inicialmente, queria agradecer a sua disponibilidade em contribuir com a pesquisa que estou desenvolvendo. Como lhe falei por telefone, estou concluindo uma pesquisa de mestrado sobre as empresas de radiodifusão do deputado federal Inocêncio Oliveira. Só para explicar melhor e vc não achar que pode ser alguma conspiração contra o deputado, fique tranquila. Não é reportagem, não vai ser publicada em nenhum jornal, é apenas uma pesquisa acadêmica, com recorte limitado. Não tem nada a ver com política, é uma pesquisa isenta. Não vou falar nem mal nem bem das empresas, nem do deputado. O objetivo é mostrar o funcionamento e a história da TV Asa Branca e das rádios A Voz do Sertão, Transertaneja e Líder o Vale. Será um documento que poderá servir de memória para vcs. Seria muito rico se pudesse contar com a colaboração de suas informações. Vc, assim como os demais entrevistados, serão os primeiros a receber um exemplar da pesquisa depois que ela for defendida. A banca é em fevereiro e, só lembrando, o mestrado é no Programa de Pós-Graduação da UFPE. No meio da semana (não tenho como fazer isso agora), vou escanear, e lhe enviar, um ofício assinado pelo meu orientador e endereçado ao deputado Inocêncio, apresentando a pesquisa e solicitando a colaboração dele para obter informações. Segue em anexo o roteiro de entrevista para vc.

HISTÓRICO

Quando estava preparando meu pré-projeto do mestrado, tive duas opções, já que ideia era pesquisar sobre a Globo: ou analisava a Tv Asa Branca ou a Grande Rio, já que a Globo NE já tinha pesquisa finalizada. Optei pela Asa Branca por ser mais próximo. Seria impossível analisar a Grande Rio, já que moro no Recife. No decorrer da pesquisa, o meu orientador resolveu ampliar a pesquisa e incluiu as rádios do deputado. Foi assim que cheguei até as quatro empresas de radiodifusão do deputado Inocêncio. Muita gente foi ouvida. Só falta vc e o próprio deputado. Gostaria que vc me ajudasse a conseguir uma entrevista com o deputado. Já tem mais de um ano que tento via assessores e políticos do grupo dele, mas ainda não consegui. Tenho só esse mês para fazer isso. Estou na fase final e queria que vc me ajudasse.

Abs,

Fabiola Mendonça - 81 88232176
Jornalista (DRT 2506) e pesquisadora

2 anexos — [Baixar todos os anexos](#)

-  **ENTREVISTA COM SHIRLEY OLIVEIRA.docx**
14K [Exibir como HTML](#) [Abrir como documento do Google](#) [Baixar](#)
-  **ENTREVISTA COM SHIRLEY OLIVEIRA2.doc**
31K [Exibir como HTML](#) [Abrir como documento do Google](#) [Baixar](#)

[Responder](#) [Responder a todos](#) [Encaminhar](#)



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Dados de identificação

Título do Projeto: Pernambuco no contexto das indústrias culturais – uma análise da TV Asa Branca e das rádios A Voz do Sertão, Líder do Vale e Transertaneja

Pesquisador Responsável: Fabiola Mendonça de Vasconcelos
Orientador: Prof. Dr. Edgard Rebouças

Instituição a que pertence o Pesquisador Responsável: Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

Telefones para contato: (81) 88232176

Nome do voluntário: SHIRLEY NOGUEIRA OLIVEIRA

Idade: 35 anos

R.G. 1.415.735/SSP-DF

A Sra está sendo convidada a participar do projeto de pesquisa "Pernambuco no contexto das indústrias culturais – uma análise da TV Asa Branca e das rádios A Voz do Sertão, Líder do Vale e Transertaneja", de responsabilidade do pesquisador Fabiola Mendonça de Vasconcelos

- **Justificativas e objetivos:**
- Este estudo se propõe a analisar as atividades de radiodifusão, políticas e empresariais do deputado federal Inocêncio Oliveira (PR-PE). Inocêncio Oliveira detém 34% das ações da televisão – que é afiliada da Rede Globo –, enquanto que nas rádios, o parlamentar divide a sociedade com sua esposa, Ana Elisa Nogueira. A pesquisa utiliza como referencial teórico as teorias da economia política da comunicação e das indústrias culturais.

- **Descrição detalhada dos métodos:**
- O estudo se vale de múltiplas fontes para tentar compreender o funcionamento da radiodifusão em Pernambuco, um dos setores das indústrias culturais. Estão sendo utilizadas desde obras bibliográficas, entrevistas, análise de documentos e de programação das empresas relacionadas. A pesquisa utiliza uma metodologia qualitativa, onde estão sendo analisados os conteúdos das rádios e da TV e sua publicidade. Autor do livro *Métodos e técnicas de pesquisa social* (2008), Antônio Carlos Gil afirma que "a análise dos dados na pesquisa qualitativa passa a depender muito da capacidade e estilo do pesquisador" (p. 175). Ele indica três

etapas da pesquisa qualitativa: a redução, a apresentação e a verificação/conclusão. A primeira fase "envolve a seleção, a focalização, a simplificação, a abstração e a transformação dos dados originais em sumários organizados de acordo com os temas ou padrões definidos nos objetos originais da pesquisa". (GIL, 2008, p. 175). Na apresentação, uma pesquisa qualitativa organiza os dados selecionados, possibilitando a análise sistemática das semelhanças e diferenças e seu inter-relacionamento. A terceira etapa consiste na revisão dos dados para entrar na fase da conclusão da pesquisa. Após a análise bibliográfica, o estudo pretende levantar dados sobre as indústrias culturais em Pernambuco, as empresas do deputado Inocêncio Oliviera, bem como a biografia do parlamentar. Foram poucos os estudos desenvolvidos sobre as indústrias culturais em Pernambuco, limitando-se a algumas publicações e pesquisas acadêmicas. Sobre as empresas do parlamentar, não há nenhum registro, enquanto que sobre o deputado, há apenas reportagens jornalísticas veiculadas em jornais e revistas de grande circulação, utilizados como fontes para essa pesquisa.

- **benefícios esperados:**

O trabalho final será de grande importância para o registro da história da radiodifusão em Pernambuco, tendo o objeto de estudo como parte desse processo.

- **confidencialidade das informações geradas:**

Todas as informações coletadas nesta entrevista serão de uso exclusivamente acadêmico, para a redação da dissertação de mestrado.

Eu, Shirley Nogueira Oliveira, RG nº 1415.735 KSP-DF declaro ter sido informado e concordo em participar, como voluntário, do projeto de pesquisa acima descrito.

Recife, 15 de dezembro de 2009

Shirley Nogueira Oliveira
Nome e assinatura do voluntário

Prof. Dr. Edgard Rebouças
Nome e assinatura do responsável

Testemunha

Testemunha

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)