

Infotelecomunicações, concentração midiática e regulamentação¹

Monica Simioni²

Resumo: O trabalho consiste em parte do primeiro capítulo da tese de doutorado em andamento no Instituto de Estudos Sociais e Políticos da Universidade Estadual do Rio de Janeiro sobre a concentração multimidiática na América do Sul, pondo em questionamento as relações entre as infotelecomunicações, concentração midiática e regulamentação em meio ao atual cenário de disputa na América do Sul.

Palavras-Chave: Infotelecomunicações. Concentração midiática. Regulamentação.

1. Introdução

A reflexão-pesquisa pretende analisar política e economicamente o atual cenário de intensificação da concentração midiática no Brasil, incrementado pelo surgimento das infotelecomunicações, resultantes da integração entre as empresas de mídia, disseminadoras de informação e entretenimento, e de telecomunicações. As novas infotelecomunicações geraram um diferente cenário de disputa de poder. Os maiores conglomerados midiáticos do país, cuja hegemonia se expressava através de um tipo de rede de comunicação específica, como a brasileira Rede Globo, agora concorrem com o que estamos chamando de capital multimidiático transnacional, ou seja, empresas internacionais que – graças às novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) ampliaram sua oferta de serviços e também atuam na veiculação de informações, sejam elas noticiosas ou de entretenimento.

O conceito de grande imprensa, ou simplesmente mídia, já não dá conta desta nova realidade. O ator político privilegiado e com atuação local de antes integra agora um complexo sistema de inovação tecnológica onde o capital transnacional determina, por meio

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho (Políticas de Comunicação) do IV Encontro da Compolítica, na Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 13 a 15 de abril de 2011.

² Doutoranda em Ciência Política no Instituto de Estudos Sociais e Políticos (IESP) da Universidade Estadual do Rio de Janeiro - UERJ, mestra em Ciências Sociais pela PUC-SP, bacharel em Comunicação Social/Jornalismo pela PUC-SP, mosimioni@gmail.com.

de estratégias globais de hegemonia, toda a rede de informação distribuída no mundo. A ausência de regulamentação do setor das comunicações, no Brasil e na América do Sul de forma geral, permitiu que grupos da classe dominante tivessem liberdade para partilhar e, conseqüentemente, se apropriar dos canais de comunicação disponíveis à época sustentando nos Parlamentos, através dos seus representantes, o vácuo legal que perpetua as concessões de uso sem fiscalização e ilimitadas. Da mesma forma, esta mesma “liberdade” possibilitou ao capital transnacional multimidiático ingressar nos mercados locais por fusões e aquisições de empresas com especializações únicas mas com potencial para multiplicar sua abrangência.

No recente mercado global de infotelecomunicações, os veículos tradicionais perdem espaço de forma acelerada. Já há o caso do secular Jornal do Brasil, que em setembro de 2010 deixou de circular em versão impressa passando se sustentar apenas na internet. Os meios de comunicação de massa tiveram de deixar de ser apenas veículos informativos, cujas redações eram compostas por reconhecidos repórteres, famosos articulistas (escritores, economistas e cientistas políticos) e presididos por notáveis jornalistas. Agora integram a realidade da globalização do capitalismo, onde a indústria global de comunicação e entretenimento espalha funcionários por variados continentes e seus proprietários não tem rosto, mas também são donos de bancos, empreiteiras, petrolíferas e mineradoras.

Esta é uma pesquisa empírica que reúne olhares e reflexões advindos das áreas das ciências da Comunicação, Política e Econômicas, e que pretende contribuir com o aprofundamento do entendimento não só sobre o papel das novas infotelecomunicações na sociedade contemporânea, os novos atores e seus instrumentos na disputa hegemônica, mas também sobre os desafios para que avancemos na direção de uma sociedade mais democrática.

2. Infotelecomunicações

Com a expansão territorial do capitalismo, decorrente, principalmente, do fim da bipolaridade mundial, teve início o processo chamado de globalização que permitiu a liberalização dos mercados e também profundas transformações estruturais, como os processos de reprodução cultural e de transformação ideológica. Instrumento fundamental

dessas mudanças, as novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), em um primeiro momento, a partir da década de 1970, possibilitaram a digitalização de diversos equipamentos que compõem a infraestrutura da rede de telecomunicações e, em um segundo momento – nos anos 1980 e mais intensamente nos 1990, a união entre as tecnologias da informação e da computação, passando a compor as tecnologias de telecomunicações.

Até então, a estrutura existente exigia que houvesse uma rede específica para cada tipo de oferta de serviços: um para telefonia fixa, outro para telefonia móvel, outra para transmissão de sinais via satélite e assim por diante. Não havia uma grande intersecção entre as tecnologias de telecomunicações, as de informação e de computação em rede, típicas de ambientes corporativos, o que fazia, portanto, que pertencessem a setores econômicos distintos.

Hoje, esta infraestrutura de telecomunicações representa um setor muito maior, que inclui as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) e os conteúdos de informação, permitindo a exploração de novos serviços e suas aplicações multimídia, tanto por parte das empresas historicamente pertencentes ao setor (operadoras de telefonia) quanto por competidores tradicionalmente não vinculados às telecomunicações. Enfrentamos uma explosão de demanda de serviços e suas aplicações na internet, suportada pelo crescimento da capacidade da rede, por meio da fibra óptica, e pela mobilidade dos indivíduos proporcionada pelas redes sem fio.

A crescente liberalização comercial e regulatória do mercado, intensificada nas duas últimas décadas do século 20, trouxe reflexos tanto para a dimensão econômica como na política e na cultura. Transitamos de um regime de monopólio da prestação de serviços para um de competição regulada, estimulado, em todo o mundo, à competição e à entrada de novas empresas no setor, por meio de privatizações e da abertura de mercado para novos concorrentes. Nesta nova configuração dos meios de comunicação de massa prevalecem, obviamente, os interesses tático-corporativos do grupo econômico. Isso significa que o ambiente no qual atuam os veículos de comunicação, muitos inclusive jornalísticos, está cada vez mais mercantilizado, no qual é praticamente irrelevante a preocupação com o compromisso público com a distribuição da informação veraz e de qualidade.

A revolução das comunicações se viabiliza em um ritmo acelerado estabelecendo a linguagem digital única e habilitada a integrar processos, redes, plataformas e sistemas, multiplicando a capacidade de transmissão de conteúdos. A convergência dos três setores que compõem as comunicações – a informática, a telecomunicação e a comunicação – fez surgir o termo “infotelecomunicações”, usado pelo professor Dênis de Moraes para designar a conjunção de poderes relacionados ao macrocampo multimídia, cujo paradigma constitui vetor decisivo para a expansão dos “impérios midiáticos” que comercializam de forma ilimitada uma diversidade de produtos e serviços com tecnologias avançadas (MORAES, 2000)³. Este é o conceito adotado nesta pesquisa.

Estes conglomerados transcontinentais conferem escala mundial aos seus produtos, por intermédio de alianças e parcerias entre si e com grupos regionais, absorvendo firmas menores ou concorrentes e diversificando investimentos em áreas conexas, o que resulta em uma aglomeração sem precedentes de patrimônios e ativos.

O modelo de conglomerado “infotelecomunicativo” torna a empresa de comunicação um player diferenciado do anterior, com maior peso no sistema político, não apenas por sua produção simbólica – cujo conteúdo é inquestionavelmente decisivo na direção moral, cultural e política da sociedade –, mas por seu gigantesco capital midiático. Os conglomerados aprofundam a gigantesca concentração de atividades nas mãos de poucas companhias de informação e entretenimento (quase todas baseadas nos Estados Unidos) e uma aglomeração de patrimônios e ativos sem precedentes. [MORAES, 2000: 14].

Isso implica em uma grande mudança na ação das empresas de comunicação de massa tradicionais, locais e familiares. Anteriormente, o foco destes grupos estava no desenvolvimento e aperfeiçoamento de um jornalismo que correspondesse aos interesses das elites locais. Hoje, a estratégia de mercado está relacionada com a ação do grande capital. E os que não seguirem esta orientação, tem menores chances de resistir.

“A mundialização das informações e do entretenimento desenrola-se sob o signo da oligopolização e de aguda concentração (...). Só os grandes players dispõem de meios de pressão para orientar as regulamentações a seu favor, como também os

³ Publicado em <http://bocc.ubi.pt/pag/moraes-denis-hegemonia.html> (disponível em 29/06/2010)

aportes de capitais necessários para suportar o custo de fusões e aquisições ou os investimentos em novas infra-estruturas tecnológicas”. (MORAES, 2010: 18)

Recentemente assistimos a um exemplo bastante ilustrativo: no dia 14 de julho de 2010, a Docas Investimento, do investidor Nelson Tanure, anunciou o fim da versão impressa do Jornal do Brasil (JB), fundado em 1891. Segundo o empresário, o jornal acumulava dívidas em torno de R\$ 100 milhões e estava com uma tiragem diária de 14 mil exemplares e por isso passou a ter apenas uma versão online, com quadro de funcionários bem reduzido.

O empresário também foi responsável pelo fechamento da Gazeta Mercantil, considerado o mais tradicional jornal de economia do Brasil, fundado em 1920 por Herbert Levy. Em 2003, o empresário arrendou o jornal mas em maio de 2009 cancelou o contrato, quando a dívida era estimada em R\$ 1 bilhão. Ele foi dono ainda da empresa de telecomunicações *Intelig*, que em 2010 foi vendida ao grupo TIM (Telecom Itália). Sem dúvida, o principal fator que acarretou no fim do JB foi o fato de seu concorrente direto ser O Globo, jornal impresso da família Marinho, cuja tiragem está em torno de 260 mil exemplares segundo dados da própria companhia.

Esse novo quadro aprofunda as desigualdades entre os países industrializados, emergentes e subdesenvolvidos nas cadeias de produção, circulação e consumo de bens simbólicos. Enquanto recebemos uma ofensiva oferta de filmes, vídeos, desenhos e séries importados pelos estúdios e produtoras norte-americanas, os filmes brasileiros representam pouco mais de 14% das telas do mercado cinematográfico nacional – vale registrar que os campeões de bilheteria são, em sua maioria, co-produções com as *majors* norte-americanas⁴. E o quadro repete-se na maioria dos países da América do Sul: 85% dos filmes que chegam às telas originam-se dos Estados Unidos⁵.

Com a inserção das telecomunicações no sistema de comunicações, e o surgimento das infotelecomunicações, foram gerados novos moldes para a oligopolização no país. Agora, o consumidor final demanda novas aplicações e serviços de valor adicionado⁶, como o

⁴ “Cresce participação do cinema nacional” no sítio <http://www.culturaemercado.com.br/relatos/cresce-participacao-do-cinema-nacional/> acessado em 17 de julho de 2010.

⁵ The Economist/Gazeta Mercantil, 25, 26 e 27 de setembro de 1998 (Moraes, 2010: 19).

⁶ A expressão “serviço de valor adicionado” é definida na Lei Geral das Telecomunicações como “a atividade que acrescenta, a um serviço de telecomunicações que lhe dá suporte e com o qual não se confunde, novas

comércio eletrônico, interação em redes sociais e compartilhamento de música e vídeo, fazendo a empresa se desdobrar na oferta de um conjunto de novas funcionalidades: conteúdos, aplicações, serviços, plataformas, navegação, busca e conectividade. Por isso, afirma-se que este novo formato das telecomunicações no Brasil seguiu um modelo de cadeia de valor – as empresas desempenham o conjunto de atividades de uma ponta da cadeia produtiva à outra, desde as relações com os fornecedores, ciclos de produção e venda, até a fase da distribuição final.

No mundo, percebe-se que os novos provedores de conteúdo e aplicações atuam no novo paradigma da computação, mais próximo da realidade da internet, enquanto os tradicionais operadores de rede ainda têm grande parte de sua forma de agir baseada no paradigma anterior. Por isso, são os novos atores que tem dominado este mercado. No Brasil, empresas como os portais e os provedores de acesso Terra, do grupo espanhol *Telefónica*, e IG, da brasileira OI, são escassos exemplos de empresas de destaque como provedores de serviços que também pertencem a uma tradicional empresa operadora de rede. A nova rede convergente é explorada tanto por atores tradicionais do setor de telecomunicações (operadores de rede de telefonia fixa e móvel), mas também por operadores de TV por assinatura (cabo, serviço de distribuição multiponto multicanal - MMDS, frequência ultra alta - UHF, codificada e satélite) e outros operadores de redes de acesso fixo ou sem fio. Todos passam a ser dependentes de equipamentos compatíveis com os protocolos da família IP, como tele-equipamentos, *hardware* e *software* de computadores e eletrônicos de consumo. (IPEA, 2010: 11)

As telecomunicações passaram a ter a dupla função de manter uma infraestrutura que os torne capazes de oferecer não somente telefonia, mas também novos serviços de valor adicionado e suas aplicações ao consumidor final.

3. O problema da não regulação

utilidades relacionadas ao acesso, armazenamento, apresentação, movimentação ou recuperação de informações”. (IPEA, 2010: 10)

Em 1997, o governo privatizou a Telecomunicações Brasileiras S/A (Telebrás), antiga holding estatal monopolista com a Lei Geral de Telecomunicações (Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997), permitindo a entrada de novas empresas prestadoras de serviços de telecomunicações por meio de um regime de competição regulada. A partir de então, surgiram diversas novas empresas operadoras de rede para prestação de serviços de telecomunicações no país. Mas na última década, houve um processo de consolidação do setor com fusões e aquisições entre os atores que resultaram em alta concentração do mercado em alguns poucos grupos econômicos. Atualmente, a Telefónica/Vivo (capital espanhol) detém 29% do mercado; seguida pela OI/Brasil Telecom (capital nacional e português), com 27%; e depois pela Claro/Embratel/Net (capital mexicano), que possui 23%; e pela TIM (capital italiano), com 19% (IPEA, 2010: 8)⁷. Estes números significam que há um predomínio de empresas de capital estrangeiro no setor de telecomunicações brasileiro.

A TV por assinatura no Brasil vem crescendo desde a privatização, tendo saltado de 1,5 milhões de acessos em 1998 para 3,5 milhões de acessos em 2008 (IPEA, 2010: 12). A necessidade de diversificação dos serviços fez com que os tradicionais atores de telecomunicações investissem em um processo de integração horizontal através da incorporação de empresas que prestavam serviços de TV por assinatura na segunda metade da atual década. A NET, empresa de TV a cabo, se integrou ao grupo mexicano composto por Embratel e Claro, de Slim. A OI adquiriu a *Way TV*, enquanto a espanhola *Telefónica* adquiriu a operação de TV sem fio da TVA e uma participação na sua operação de TV a cabo, bem como lançou serviço de TV por assinatura via satélite.

No caso brasileiro, o mercado pode ser considerado especialmente atrativo pela sua grande dimensão (um dos maiores do mundo):

Sua liberalização junto com o processo de internacionalização das empresas estrangeiras, fez que a exploração das telecomunicações no Brasil fosse feita em grande parte por capital estrangeiro, uma vez que este é um setor intensivo em capital e as empresas possuíam alto grau de capacidade de investimento,

⁷ No dia 28 de julho de 2010, a Portugal Telecom anunciou que passou a participar com 22,4% da OI após vender a fatia que detinha na VIVO por 7,5 bilhões de euros à *Telefónica*. A OI (Telemar Norte Leste) pertence aos grupos Andrade Gutierrez e Jereissati, por meio das subsidiárias AG Telecom e LF Tel. S.A., e da Atlântico Sul. O acordo prevê ainda a concessão de 10% das ações da Portugal Telecom ao grupo brasileiro. A *Telefónica* adquiriu 50% da Brasilcel, empresa ibérica controladora da VIVO com 60% das ações.

principalmente na época da ‘bolha da internet’, durante a virada do século. (IPEA, 2010: 9)

Da mesma forma, vem crescendo de forma acelerada a oferta de serviços não atrelados à telefonia, os serviços de valor adicionado, como acesso à internet, caixa postal, Serviço de Mensagens Curtas (SMS), Serviço de Mensagens Multimídia (MMS), entre outros. Segundo estudo do IPEA [2010: 12], em 2006, esse tipo de serviço já correspondia a aproximadamente 10% dos rendimentos das operadoras de telefonia fixa e móvel no país.

O período entre os anos de 2001 e 2009 foi especial para a formação do atual cenário do mercado brasileiro. Em 2001 deu-se um grande volume de investimentos necessários à universalização da telefonia fixa por parte das concessionárias – até então apenas a Empresa Brasileira de Telecomunicações S/A (“Embratel”) podia operar em todo o território nacional (telefonia interurbana), herdeira da antiga estatal, enquanto as empresas “Telefônica”, “Telemar” e “Brasil Telecom” prestavam serviços somente de telefonia fixa local e em suas respectivas áreas de concessão; em 2008, houve outro pico de aplicações em recursos, a maioria relacionada à implantação das redes de terceira geração (3G) de telefonia móvel, permitindo a oferta de outros serviços como acesso à internet e a conteúdos audiovisuais.

Graças a esta nova realidade do setor de infotelecomunicações, os tradicionais conglomerados de mídia no Brasil perderam espaço para concorrentes internacionais. No serviço de TV por assinatura, temos a NET, considerada a maior empresa de telecomunicações da América Latina com 50% do mercado de TV por assinatura e 25% do mercado de banda larga. De acordo com dados do 1º trimestre de 2010, a empresa possui 3,8 milhões de clientes de TV por assinatura (NET), 3 milhões de assinantes de internet em banda larga (NET Virtua) e 2,7 milhões de assinantes de serviços de voz (NET Fone via Embratel). Sua estrutura societária divide-se em: GB Empreendimentos e Participações (controlada pela Globo, com 51% das ações, e pela *Telmex*, conglomerado do mexicano Carlos Slim, com 49%), Globo (com 2%), *Distel Holding* (controlada pela Globo Comunicação e Participações, da Família Marinho), Embratel Participações (com 35,8%), e Empresa Brasileira de Telecomunicações S.A. (Embratel) com 2,1%⁸.

⁸ “Relação com investidores” no sítio Net Serviços de Comunicação. Disponível no endereço <http://ri.netservicos.com.br/>. Página visitada em 15 de julho de 2010.

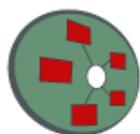
Há ainda a SKY, primeira empresa de TV por assinatura do país, via satélite pelo sistema digital DTH (Direct To Home) em banda Ku⁹, e resultado da fusão entre as empresas SKY e Directv. Possui aproximadamente 1,8 milhão de clientes que correspondem a cerca de um terço de todos assinantes da TV paga no Brasil. Desde junho de 2010, as Organizações Globo são proprietárias de apenas 7% das ações, o restante é pertencente à DirecTV norte-americana. Até então a Globo detinha 26% de participação na Sky. A DirecTV é hoje uma empresa controlada pelo grupo norte-americano *Liberty Media*, do empresário John Malone, que adquiriu a participação de Rupert Murdoch, da *News Corp*, no final de 2006.

A seguir apresentamos o quadro com as ofertas de canais disponíveis no sistema pago¹⁰, retransmitidos pelos serviços de TV paga (NET, SKY e empresas locais), seu país de origem e a empresa que o programa.

	Lista de Canais	País de Origem	Programadora
1	Cinemax	Estados Unidos	Time Warner
2	Cinemax 2	Estados Unidos	Time Warner
3	<i>CNN En Español</i>	Estados Unidos	Time Warner
4	CNN Internacional	Estados Unidos	Time Warner
5	HBO	Estados Unidos	Time Warner
6	HBO 2	Estados Unidos	Time Warner
7	HBO Family	Estados Unidos	Time Warner
8	HBO Family 2	Estados Unidos	Time Warner
9	HBO Plus	Estados Unidos	Time Warner
10	Max Prime	Estados Unidos	Time Warner
11	Max Prime 2	Estados Unidos	Time Warner
12	TCM	Estados Unidos	Time Warner
13	Warner Channel	Estados Unidos	Time Warner
14	Animal Planet	Estados Unidos	Discovery Networks
15	Discovery Kids	Estados Unidos	Discovery Networks
16	Discovery Channel	Estados Unidos	Discovery Networks
17	Discovery Home & Health	Estados Unidos	Discovery Networks
18	People + Arts	Estados Unidos	Discovery Networks
19	Boomerang	Estados Unidos	Turner LA

⁹ Faixa de alta frequência utilizada especificamente por empresas de comunicações cuja transmissão, via MPEG 2, possui qualidade superior de som e imagem.

¹⁰ Dados obtidos por pesquisa realizada pela autora em 20 de julho de 2010.



20	Cartoon Network	Estados Unidos	Turner LA
21	TNT	Estados Unidos	Turner LA
22	ESPN	Estados Unidos	ESPN
23	ESPN Brasil	Estados Unidos	ESPN
24	A&E	Estados Unidos	AETN
25	The History Channel	Estados Unidos	AETN
26	Disney Channel	Estados Unidos	Walt Disney Company
27	Jetix	Estados Unidos	Walt Disney Company
28	Fox Brasil	Estados Unidos	FOX
29	Speed Channel	Estados Unidos	FOX
30	MTV Latino / VH1 Brasil	Estados Unidos	Viacom Networks Brasil
31	Hallmark Channel	Estados Unidos	<i>Sparrowhawk</i>
32	MGM	Estados Unidos	MGM
33	Film & Arts Brasil	Estados Unidos	Primer S.C.A.
34	Universal Channel	Brasil / Estados Unidos	Globosat / NBC Universal
35	MTV Brasil	Brasil	Grupo Abril e Viacom
36	Nick	Brasil	Viacom
37	Futura	Brasil	Fundação Roberto Marinho
38	Canal Brasil	Brasil	Globosat
39	Telecine Premium	Brasil	Globosat
40	Telecine Action	Brasil	Globosat
41	Telecine Light	Brasil	Globosat
42	Telecine Pipoca	Brasil	Globosat
43	Telecine Cult	Brasil	Globosat
44	SporTV	Brasil	Globosat
45	SporTV2	Brasil	Globosat
46	SporTV3	Brasil	Globosat
47	SporTV4	Brasil	Globosat
48	Eurochannel	Brasil	Grupo Abril
49	Bandsports	Brasil	Rede Bandeirantes
50	Bandnews	Brasil	Rede Bandeirantes
51	Sony	Japão	SPE
52	Animax	Japão	SPE
53	AXN	Japão	SPE
54	BBC World News	Inglaterra	BBC
55	Bloomberg	Portugal	Bloomberg
56	TVE Internacional	Espanha	RTVE
57	RAI	Itália	EBU

58	Deutsche Welle	Alemanha	ARD
----	----------------	----------	-----

Cerca de 70% dos canais mais presentes nas televisões com serviço de assinatura no Brasil são estrangeiros, dentre eles 62% são exclusivamente de origem norte-americana e 5% japoneses. O restante divide-se entre países europeus. Atualmente não temos opções de programações oriundas de outros países da Ásia, da África ou da América do Sul. No entanto, como já registramos anteriormente, alguns conglomerados possuem participação de empresários locais, como é o caso da *Time Warner* (Abril e Grupo Cisneros) e da Viacom (Viacom Networks Brasil, filial da MTV Networks no Brasil).

4. Atores em disputa

Na atual fase do capitalismo global, uma das formas dos conglomerados aumentarem sua competitividade no mercado de alta concorrência é a aliança em torno de organizações que lhes permitam uma atuação política conjunta e coordenada, para fazer frente a supostas ameaças jurídicas ou concorrenciais, permitindo uma participação mais esclarecida na disputa política e ideológica na sociedade.

O melhor objeto para esta verificação é a ação destes grupos em torno de sua bandeira máxima: a liberdade de expressão, conceito difuso e muitas vezes confundido com o de liberdade de imprensa. Sendo assim, faz-se necessário esclarecer o significado com o qual iremos trabalhar. Liberdade de expressão se refere à liberdade individual e ao direito humano fundamental à palavra, à expressão. Liberdade de imprensa diz respeito à liberdade da sociedade e/ou de empresas comerciais – imprensa ou mídia – de tornar público o conteúdo que considera informação jornalística e entretenimento [LIMA, 2010].

Na prática, a defesa da liberdade de expressão significa liberdade para que seus interesses econômicos ditem as regras destes grandes debates na sociedade, marginalizando temas associados a populações marginais ao sistema político sem que lhe haja qualquer restrição ou punição por isso. É uma falácia a existência de critérios democráticos no sistema capitalista, no qual os detentores dos meios de produção possuem poder suficiente para sufocar ideias alternativas e inovadoras, principalmente se fizer menção a fim do monopólio

e cerceamento de sua influência junto aos órgãos do Estado (executivo, legislativo e judiciário). O poder de censura, na verdade, está nas mãos das grandes corporações multimidiáticas.

Um dos principais atores no cenário regional a levantar a bandeira da liberdade de imprensa e de expressão é a *Sociedad Interamericana de Prensa* (SIP), criada formalmente em 1946 com o objetivo de “defender a liberdade de expressão e de imprensa em todas as Américas”. Para a instituição, é preciso “alentar um conhecimento amplo e um maior intercâmbio de informação entre os povos das Américas no apoio aos princípios básicos de uma sociedade livre e da liberdade individual”¹¹.

Segundo sua página na internet, são cerca de 1.300 filiados (jornais e mídia on-line) e uma “circulação combinada” de mais de 43 milhões de exemplares. Anualmente, a entidade realiza reuniões – uma nos Estados Unidos e outra na América Latina ou Caribe, onde “além de estabelecer redes e assistir seminários sobre temas de interesse atual, debatem as ameaças à liberdade de imprensa e de expressão no continente, enquanto desfrutam de lugares de interesse turístico”¹².

Mais de 60 veículos brasileiros estão cadastrados como membros da SIP entre revistas, canais de televisão, portais na internet e jornais impressos¹³, a grande maioria empresas dos Grupos Abril e Globo. Na lista de membros, muitos veículos estão relacionados a um estado que não é a sua sede, apesar da editora ser reconhecida e publicamente em São Paulo. Por exemplo, a revista *Bons Fluídos*, da editora Abril, segundo seu próprio expediente¹⁴, está localizada na Av. das Nações Unidas, 7221, 16º andar, em São Paulo (mesmo endereço da editora). Entretanto, segundo a SIP, sua sede é em Salvador, assim como as revistas *Cláudia*, *Capricho* e *Bravo!*, cujas redações também estão no mesmo prédio da editora. Além disso, observamos a repetição de muitas empresas, como o jornal *Diário*

¹¹ Artigo “Quem somos” na página http://www.sipiapa.com/v4/index.php?page=sip_que&idioma=sp acessado em 03 de agosto de 2010.

¹² Artigo “Por qué usted debe hacerse sócio” disponível em http://www.sipiapa.com/v4/index.php?page=miem_como&idioma=sp acessado em 1 de novembro de 2010.

¹³ Disponível em http://www.sipiapa.com/v4/index.php?page=miem_indice&idioma=sp&pais=br acessado em 13 de agosto de 2010.

¹⁴ Disponível em <http://bonsfluidos.abril.com.br/livre/canal/expediente.shtml> acessado em 13 de agosto de 2010.

Popular-Curitiba e a página diariopopularpr.com.br, que estão listadas sem diferenciação ou categorização, como se fossem empresas diferentes.

Na página na internet, a SIP faz um chamamento que permite compreender a dimensão da sua estratégia político-midiática:

Una-se a nossa organização e nos ajude a defender a liberdade de imprensa e de expressão nas Américas! (...) A força da SIP deriva de seus sócios. Qualquer influência que a organização possa exercer na defesa das tradições democráticas provém de uma unidade de propósito que vai mais além das barreiras geográficas e culturais; quantos mais sócios tiver a organização, maior será sua influência. Essa é a razão porque é vital que o(a) senhor(a) se una a nossa distinta lista (...). A próxima ameaça à liberdade de imprensa pode surgir a qualquer momento, em qualquer parte do hemisfério¹⁵.

Na página consta uma seção de notícias onde a entidade denuncia supostos casos de censura à imprensa. Atualmente, os países que mais aparecem são Venezuela, Cuba e Argentina.

Outro ator regional que vem atuando na defesa das liberdades liberais é o *Grupo de Diarios America*, fundado em 1991 como um consórcio por três jornais esclarecidamente conservadores da região – *El Comercio* (Peru), *El Mercurio* (Chile) e *La Nación* (Argentina) – com o objetivo de articular a venda de espaços publicitários nos jornais membros. Atualmente, o grupo total é formado por, além dos fundadores: *O Globo* (Brasil), *El Tiempo* (Colômbia), *La Nación* (Costa Rica), *El Comercio* (Equador), *El Universal* (México), *El Nuevo Día* (Porto Rico), *El País* (Uruguai) e *El Nacional* (Venezuela).

A chancela “Onze jornais. Onze países. Uma só fonte” elucida a estratégia das empresas: atuar conjuntamente. E não apenas com relação a anúncios disponibilizados em todos membros, mas, como diz a marca institucional – e principalmente –, sobre a origem única de suas matérias e ideias. Praticamente todos jornais têm origem em famílias seculares do continente que cumpriram importantes papéis no decorrer da história da região, tendo ficado, inclusive, ora ao lado de segmentos fascistas, ora do capital internacional.

¹⁵ Artigo “Por qué usted debe hacerse sócio” disponível em http://www.sipiapa.com/v4/index.php?page=miem_como&idioma=sp acessado em 1 de novembro de 2010.

O peruano *El Comercio* foi fundado em 1839 e desde 1875 está sob o controle da família Miró Quesada; o chileno *El Mercurio* foi fundado em 1827 por Augustín Edwards Mac-Clure e permanece sob propriedade da família até hoje. O argentino *La Nación* foi fundado em 1870 pelo então presidente da República Bartolomé Mitré e também permanece sob o controle de seus herdeiros. O brasileiro O Globo, um dos sócios mais recentes, foi fundado em 1925 pelo jornalista Irineu Marinho e permanece com a família. O colombiano *El Tiempo* foi fundado em 1911 por Alfonso Villegas Restrepo e em 1913 foi comprado por Eduardo Santos Montejó, seu proprietário até 2007 (quando a maioria das ações foram adquiridas pelo Grupo Planeta, da família Santos, também controladora do conglomerado multimidiático Casa Editorial *El Tiempo*). O costarricense *La Nación* foi fundado em 1946 por Sergio Carballo Romero e desde 1996 integra o conglomerado do Grupo *Nación*. O equatoriano *El Comercio* foi fundado por Carlos Mantilla Jácome em 1903 e também continua sob o controle da família Mantilla.

O mexicano *El Universal* foi criado em 1916 por Félix Fulgencio Palavicini, membro do Congresso Constituinte de Querétaro, e em 1969, o então presidente Juan Francisco Ealy Ortiz criou a empresa *Los Universales*, que posteriormente se tornou o conglomerado multimidiático *El Universal*. O porto-riquenho *El Nuevo Día* surgiu em 1909 com o nome *El Diario de Puerto Rico*, passando para *El Día* em 1911. Em 1948 foi adquirido por Luis A. Ferré, futuro governador em 1968 e permanece com a família até hoje. O uruguaio *El País* foi fundado em 1918 por Leonel Aguirre, Eduardo Rodríguez Larreta e Washington Beltrán Barbat, ligados ao Partido Nacional, de direita e conservador. Atualmente é presidido por seus respectivos herdeiros: Martín Aguirre Gomensoro, Julia Rodríguez Larreta e Washington Beltrán Storace. E o venezuelano *El Nacional* foi fundado em 1943 por Miguel Otero Vizcarrondo e permanece até hoje sob o controle da família.

Segundo o site,

Cada um de nossos jornais joga um papel chave ao informar e influir na opinião pública em seus respectivos mercados. Seus leitores são indivíduos altamente educados, com recursos financeiros e alto poder de decisão. Os jornais contam com mais de 2.900 experientes jornalistas na região, assim como correspondentes em mais de 25 países. Com uma audiência que excede os 5 milhões de leitores diários e

10 milhões de durante os domingos, o alcance do GDA não tem paralelo na América Latina¹⁶

Desde a reviravolta política nos principais países do continente, o grupo passou a publicar reportagens voltadas, ao que parece, a uma estratégia conjunta de questionamento dos governos de esquerda. Essas matérias, também chamadas de “campanhas”, foram publicadas em todos jornais membros com exatamente o mesmo conteúdo, ficando a critério do jornal apenas a diagramação e editoração das páginas. Ao final, o texto recebia a assinatura do GDA.

Alguns exemplos são a matéria sobre a influência da Revolução Bolivariana do presidente Hugo Chávez na região (em novembro de 2007), outra sobre o movimento cocaleiro indígena da Bolívia do qual participava o presidente Evo Morales (em dezembro de 2007) e a atuação das Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia (Farc) nas áreas fronteiriças (em janeiro de 2008) – esta última um dos exemplos mais ilustrativos pelo contexto em que estava inserida: no mesmo período foi assassinado pelo exército colombiano um dos principais dirigentes do grupo, Raúl Reyes, o responsável pelas negociações de paz com o governo do presidente Álvaro Uribe.

Por fim, o mais novo ator de atuação no Brasil é o Instituto Millenium, fundado em 2005 por Patrícia Carlos de Andrade, ex-analista dos bancos Icatu e JPMorgan e filha do jornalista Evandro Carlos de Andrade, um dos idealizadores da Central Globo de Jornalismo¹⁷. O objetivo da entidade, segundo seu site, é “promover os valores e princípios de uma sociedade livre – liberdade individual, propriedade privada, meritocracia, estado de direito, economia de mercado, democracia representativa, responsabilidade individual, eficiência e transparência”¹⁸.

A entidade reúne jornalistas, intelectuais e empresários ligados a grandes empresas do país. Entre seus dirigentes estão alguns dos principais pensadores neoliberais brasileiros como Gustavo Franco e Armínio Fraga, ambos ex-presidentes do Banco Central no governo

¹⁶ Disponível em http://www.gda.com/Quienes_Somos/index.php, acessado em 6/11/2010.

¹⁷ Borges, Altamiro. “Direita midiática conspira em São Paulo” disponível na página <http://altamiroborges.blogspot.com/2010/02/direita-midiatica-conspira-em-sao-paulo.html> acessado em 10/08/2010.

¹⁸ Disponível em <http://www.imil.org.br/institucional/quem-somos/>, acessado em 4/08/2010.

Fernando Henrique Cardoso; os proprietários dos maiores conglomerados multimidiático brasileiro, João Roberto Marinho (Globo), e Roberto Civita (Abril); além de diversos empresários dos mais variados setores econômicos como Jorge Gerdau, do Grupo Gerdau (minério); Pedro Henrique Mariani, Banco BBM (financeiro); Marcos Amaro, da TAM (aviação); Salim Mattar, da Localiza (locação de automóveis); Sergio Foguel, da Odebrecht (construtora), e William Ling, da Petropar (petróleo e gás).

Destacam-se ainda diversos diretores que cumprem papel relevante na disseminação do ideário liberal. São jornalistas que, apesar de não serem proprietários de mídias, possuem cargos de confiança e/ou são articuladores de estratégias de propaganda e marketing dos conglomerados, os conhecidos intelectuais orgânicos gramscianos. Dos 27 cargos de direção, onze são destes chamados intelectuais orgânicos de direita, entre eles: Luiz Carlos Vasconcelos, membro do Conselho de Administração da Infoglobo e do Conselho Editorial das Organizações Globo; Antonio Carlos Pereira, editor de Editoriais e Opinião do jornal O Estado de S. Paulo; Eurípedes Alcântara, diretor de redação da revista Veja; Jorge Maranhão, apresentador nas rádios Globo e CBN; e Pedro Bial, apresentador do Big Brother Brasil.

Dessa forma, este ator político tem se mantido com grande evidência na grande mídia desde sua criação, divulgando uma engajada agenda de atividades em torno do tema “liberdade de expressão”. Sua atuação militante é favorecida pelo fato de serem jornalistas de grande prestígio por amplas camadas da sociedade, já estando inseridos na agenda política de variadas formas. Além disso, as grandes corporações que pagam seus salários apóiam e estimulam sua militância, favorecendo os espaços para repercussão das ideias.

Dentre suas atividades recentes está o Fórum Democracia e Liberdade de Expressão, realizado em março de 2010 em São Paulo e que reuniu centenas de empresários, jornalistas, economistas e políticos e discutiu as supostas ameaças ao regime. O evento foi dividido em quatro painéis: “Liberdade de expressão: cenários, tendências e práticas na América Latina”;; “Ameaças à Democracia no Brasil”; “Restrições à Liberdade de Expressão”; e “Liberdade de Expressão e o Estado de Direito”. Entre os palestrantes estiveram o então ministro das Telecomunicações Hélio Costa, senador eleito pelo PMDB e ex-repórter da Rede Globo; Marcel Granier, presidente do canal RCTV, que perdeu a concessão para transmissão em

sinal aberto na Venezuela; Demétrio Magnoli, sociólogo; Arnaldo Jabor, cineasta e comentarista da Rede Globo; Sidnei Basile, jornalista e diretor secretário editorial de Relações Institucionais da Editora Abril; Reinaldo Azevedo, jornalista e articulista da revista veja; William Wack, jornalista e apresentador do Jornal da Globo; Marcelo Madureira, humorista da Rede Globo; Miro Teixeira, deputado federal (PDT) e ex-ministro das Telecomunicações; e Otávio Frias Filho, proprietário do jornal Folha de S. Paulo.

O evento contou com a ampla cobertura da grande mídia e teve como “colaboradores institucionais” a Associação Brasileira de Rádio e Televisão (ABERT), Associação Nacional dos Jornais (ANJ), Associação Brasileira de Agências de Publicidade (ABAP), o Centro Brasileiro de Relações Internacionais (Cebri), a Confederação Nacional de Jovens Empresários (Conaje), a Rede Liberal da América Latina (Relial) e o Movimento Endireita Brasil (MEB), entre outros.

A entidade reflete uma nova configuração de ator político para a disputa por poder no país. Uma espécie de extra-movimento bastante ativo e esclarecidamente defensor das ideias liberais, principalmente em 2010 em meio aos debates eleitorais. Entre os colunistas da sua página na internet, consta ninguém menos que o governador do estado de São Paulo Geraldo Alckmin, ex-candidato à presidência da República e um dos maiores quadros do PSDB, o principal partido da oposição ao governo Lula.

5. Conclusão

Como esclarecido anteriormente, esta reflexão resulta de pesquisa que vem sendo realizada pela autora há pouco mais de um ano em seu doutoramento. Portanto, ainda não é possível fazer afirmações conclusivas. Mas, sim, podemos indicar alguns apontamentos. Ao que parece, a grande mídia, historicamente antidemocrática e antipluralista, teve seu caráter de classe intensificado com as novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs). No entanto, o aparecimento das infotelecomunicações gerou um cenário de disputa diferenciado no qual o capital nacional precisa criar mecanismos para defender o seu mercado contra a ação ofensiva do grande capital transnacional. Por exemplo, há um questionamento

oportunista da liberalização de participação estrangeira em empresas de comunicação no país. O principal alvo dessa ação é o espanhol Portal Terra, que concorre no jornalismo online.

Estes novos provedores de conteúdo e aplicações atuam no novo paradigma da computação, mais próximo da realidade da internet, enquanto os tradicionais operadores, empresas jornalísticas, ainda têm grande parte de sua forma de agir baseada no paradigma anterior. Por isso, são os novos entrantes que tem dominado o mercado.

Além de leis favoráveis ao mercado interno, há ainda uma forte demanda do segmento empresarial por maior disponibilidade de recursos para realizar os investimentos em qualificação e equipamentos necessários para uma concorrência menos desigual. Por outro lado, ganha maior relevância a capacidade de articulação junto ao sistema político por parte destas entidades empresariais. O surgimento do Instituto Millenium é um notável exemplo da capacidade de aliança neste campo.

Por fim, faz-se necessário registrar que a tese se encontra ainda em fase de elaboração e que toda discussão está em constante análise, atualização e questionamento. Mas sempre com a certeza de que a compreensão da dimensão deste objeto empírico é fundamental para a criação de políticas públicas que fortaleçam a democracia.

Referências

BORGES, Altamiro. **A ditadura da mídia**. São Paulo: Anita Garibaldi, 2009.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DOWBOR, Ladislau. **Economia da comunicação** In Desafios da Comunicação / Orgs. Ladislau Dowbor, Octavio Ianni, Paulo-Edgar A. Resende, Hélio Silva – 2ª ed. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do Cárcere. Os intelectuais. O princípio educativo. Jornalismo**. V. 2 – 3ª edição. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

IANNI, Octavio. **O príncipe eletrônico** in Desafios da Comunicação / Orgs. Ladislau Dowbor, Octavio Ianni, Paulo-Edgar A. Resende, Hélio Silva – 2ª ed. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA). **Desafios e Oportunidades do Setor de Telecomunicações no Brasil** in Série Eixos do Desenvolvimento Brasileiro, nº 57, 27 de maio de 2010.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da Esfera Pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa** – Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

LIMA, Venício. **Ley de Medios – Cristina fez o que Lula não fez** in Observatório da Imprensa, 20/10/2009.

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

_____ **Existe concentração na mídia brasileira? Sim**. In Observatório da Imprensa, 01/07/2003.
<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/plq010720031.htm>

_____ **Liberdade de Expressão x Liberdade de Imprensa**. Prefácio de Fábio Konder Comparato – São Paulo: Publisher Brasil, 2010.

MARINGONI, Gilberto. **A teia que nos informa** in Reflexão sobre as Políticas Nacionais de Comunicação. Org. Daniel Castro. IPEA: Brasília, 2009.

MATTELARD, Armand. **Sociedade do conhecimento e controle da informação e da comunicação**. Conferência de abertura do V Encontro Latino de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, realizado em Salvador, Bahia, Brasil de 9 a 11 de novembro de 2005. Disponível no site do evento <http://www.gepicc.ufba.br/enlepicc/>

MELO, José Marques de. **O debate público sobre as políticas nacionais de comunicação** in Reflexão sobre as Políticas Nacionais de Comunicação/ Org. Daniel Castro. IPEA: Brasília, 2009.

MORAES, Dênis. **A batalha da mídia. Governos progressistas e políticas de comunicação na América Latina e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2009.

_____ **A comunicação sob domínio dos impérios multimídias** In Desafios da Comunicação / Orgs. Ladislau Dowbor, Octavio Ianni, Paulo-Edgar A. Resende, Hélio Silva – 2ª ed. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.



IV Encontro da Compolítica, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 13 a 15 de abril de 2011

SADER, Emir. **A nova toupeira: os caminhos da esquerda latino-americana**. São Paulo: Boitempo, 2009.

SODRÉ, Nelson W. **História da imprensa no Brasil** – 4ª Ed. – Rio de Janeiro: Mauad, 1999.