

QUEM SÃO OS DONOS

Estudo inédito mostra que as seis principais redes privadas nacionais hoje abrangem um total de 667 veículos, entre emissoras de tevê, rádios e jornais.

DO INSTITUTO DE ESTUDOS E PESQUISAS EM COMUNICAÇÃO*

O PROJETO DE INTEGRAÇÃO NACIONAL, perseguido a partir da década de 60 pelo regime militar, adquiriu materialidade nas redes de televisão e encontrou sua melhor tradução no modelo constituído pela Rede Globo. Ao longo de quase quatro décadas, enquanto expandiam-se País adentro, com a patriótica missão que lhes foi atribuída, as redes de tevê aberta também forjaram um mapa do Brasil baseado nos interesses políticos e comerciais privados dos seus proprietários. Células desses interesses foram disseminadas em cada recanto do País sob a forma de grupos afiliados às redes. O resultado foi a criação de um Brasil refém de grandes empre-

sas de mídia, imunes a qualquer forma de controle público, comandadas de forma vertical e sustentadas em alianças regionais que reproduzem e amplificam idéias, concepções e valores para 170 milhões de habitantes.

Revelar a dimensão dessas vinculações é a proposta do relatório *Donos da Mídia*, que durante um ano esquadrinhou as ramificações das seis principais redes nacionais de tevê aberta (Globo, Record, SBT, Bandeirantes, RedeTV! e CNT) em todos os Estados brasileiros.

A pesquisa partiu da constatação de que a televisão aberta é o principal veículo de comunicação no País, absorvendo cerca de 56% das verbas publicitárias e exercendo um papel estrutu-

rador do conjunto do mercado de mídia. A política de redes imposta “de fato” pela Rede Globo, desde a década de 60, à margem das políticas públicas e graças à omissão do Estado, conferiu uma lógica própria a este mercado.

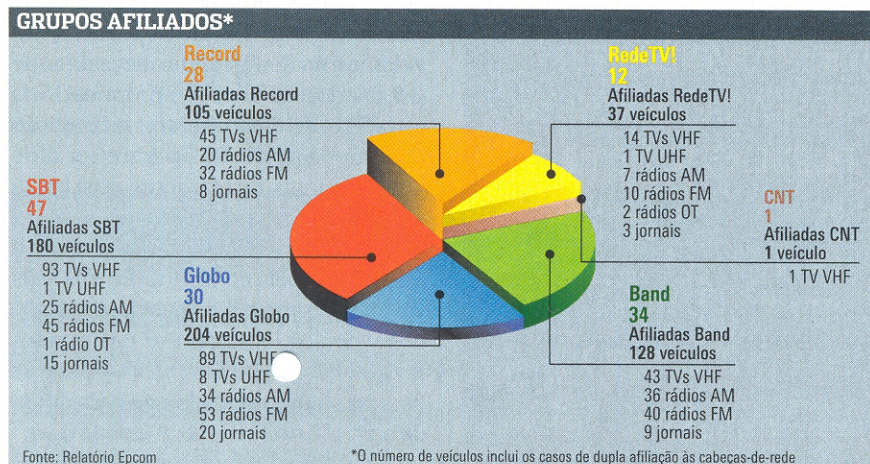
As seis redes privadas nacionais aglutinam 140 grupos afiliados, os principais de cada região, e abrangem um total de 667 veículos, entre emissoras de tevê, rádio e jornais. Os grupos cabeças-de-rede, que geram a programação de televisão, buscam nos afiliados sustentação nas regiões e amplitude de presença no mercado. Em troca, dão fôlego econômico e uma face institucional a projetos empresariais e políticos regionais.

Por meio dos grupos afiliados, as redes geram um vasto campo de influência, em escala de massas, que se capilariza por 294 emissoras de tevê em VHF (90% do total de emissoras do País), 15 em UHF, 122 emissoras de rádio AM, 184 de FM e 2 de rádio em onda tropical (OT), além de 50 jornais.

Os 667 veículos ligados às seis redes privadas nacionais são a base de um sistema de poder econômico e político que se ramifica por todo o Brasil e se enraíza fortemente nas regiões. Como a televisão, de um modo geral, é o veículo que assegura a maior parcela de faturamento dos grupos afiliados e é ela que, geralmente, alavanca a audiência e a publicidade dos demais veículos do grupo – como jornais e emissoras de rádio AM e FM –, estabelece-se uma dependência orgânica dos afiliados em relação aos grupos cabeças-de-rede.

A ascendência econômica dos grupos geradores de programação proporciona as bases para a influência política. Por isso, é perceptível o alinhamento não só econômico, mas também político, entre os grupos cabeças-de-rede e seus afiliados, dando origem ao fenômeno batizado de “coronelismo eletrônico” (veja tabela).

Os veículos ligados às redes privadas nacionais distribuem-se por todos



* Epcom - Produção editorial: Daniel Herz, James Görden, Pedro Luiz Osório. Assistente de pesquisa: Michele Fatturi. info@acessocom.com.br

VEÍCULOS DOS PRINCIPAIS "CORONÉIS ELETRÔNICOS"

Grupo	Estados	Rede	TV VHF	TV UHF	Rádio AM	Rádio FM	Rádio OT	Jornal	Total
Família Sarney Sistema Mirante de Comunicação	MA	Globo	3	0	2	4	0	1	10
Jader Barbalho RBA – Rede Brasil Amazônica	PA	Bandeirantes	1	0	2	3	0	0	6
Família Antônio Carlos Magalhães Rede Bahia de Comunicação	BA	Globo	6	1	0	2	0	1	10
Albano Franco Rádio Televisão Sergipe e Sistema Atalaia de Comunicação	SE	Globo e SBT	2		2	2	0	0	6
Família Alves Sistema Cabugi de Comunicações	RN	Globo	1	1	4	1	0	1	8
Família Collor Organização Arnon de Mello	AL	Globo	1	0	2	2	0	1	6

os Estados. A comparação do número de veículos encontrados em cada região e do porcentual destes com os porcentuais da população, do número de domicílios, do Produto Interno Bruto (PIB) e do Índice de Potencial de Consumo (IPC) mostra diversas incongruências.

Na Região Sudeste, uma pequena parcela dos veículos (21,9%) ligados às redes atua no maior mercado do País (58,7% do PIB e 51,4% do potencial de consumo), onde vive o maior contingente de população (42,4%). Nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste estabelece-se uma relação inversamente proporcional.

Um grande número de veículos atua sobre uma menor parcela da população e em mercados menores. No somatório destas três regiões, a pesquisa constatou que 60% de todos os veículos ligados às redes privadas nacionais encontram-se em uma área que corresponde a 42,6% da população, 24,9% do PIB e 31,3% do potencial de consumo. A exceção a esse quadro distorcido se dá na Região Sul, onde há uma certa proporcionalidade entre os índices.

Chamam a atenção os dados do Maranhão, do Amapá e do Mato Grosso. No Estado da governadora e candidata à Presidência da República pelo PFL, Roseana Sarney, concentram-se 54 veículos (8,1% do total e quase a mesma quantidade de veículos ligados às redes existentes em São Paulo), atuando em um mercado que cor-

responde a apenas 3,3% da população, 1% do PIB e 1,9% do IPC.

No Amapá, por onde se elegeu senador o pai de Roseana, o ex-presidente José Sarney (PMDB), são 44 os veículos ligados às redes (6,6% do total), operando em um mercado que possui 3,7% da população, 2,1% do PIB e 2,3% do IPC. Finalmente, no Mato Grosso, em um mercado que envolve 1,5% da população, 1,1% do PIB e 1,2% do IPC, aparecem 36 veículos ligados às redes (5,4% do total).

Estes são exemplos de como a motivação política para manter veículos de comunicação se superpõe à viabilidade econômica. Em muitos casos, o faturamento desses veículos é sustentado por verbas públicas destinadas por governos comprometidos com os "donos da mídia" local.

Os números da Globo não deixam dúvida de que sua liderança ainda deve

NO MARANHÃO DE ROSEANA, COM 3% DA POPULAÇÃO DO PAÍS, HÁ 54 VEÍCULOS, OU 8% DO TOTAL. É QUASE A MESMA QUANTIDADE QUE EXISTE EM SÃO PAULO

permanecer inexpugnável por muito tempo. Seu grupo cabeça-de-rede é o único que opera todas as modalidades de mídia (rádio, tevê e jornal). A Globo é a rede que hegemoniza o maior número de veículos: são 223, quase o dobro do encontrado nas redes SBT e Record, que figuram, respectivamente, em segundo e terceiro. Vinculam-se à Globo 33,4% do total dos veículos ligados às redes privadas nacionais de tevê. A Globo é a rede que tem o maior número de veículos em todas as modalidades: 61,5% das emissoras de tevê em UHF, 40,7% dos jornais, 31,8% das tevês VHF, 30,1% das emissoras de rádio AM e 28% das FM.

A Globo é a rede que apresenta o maior número de grupos afiliados completos, com tevê, rádio e jornal, em que dos seus 29 afiliados 13 estão nessa privilegiada situação. Outra medida do porte e da diversificação da rede são seus 24 jornais desta modalidade, que representam 10,6% do seu total de veículos.

A importância de uma rede controlar jornais ou ter ligação com esse tipo de veículo se dá pelo poder de divulgação do meio, que promove o conteúdo da cabeça-de-rede e também afe-re credibilidade editorial e empresarial. Globo e SBT são as únicas redes presentes com veículos em todos os Estados e no Distrito Federal.

Entre as demais redes, destaca-se a Record, comandada pelo bispo Edir Macedo, da Igreja Universal do Reino de Deus, que registrou uma grande expansão na segunda metade da década de 90. Conseguiu isso por uma característica singular. É a que mais concentra veículos no seu grupo cabeça-de-rede (28,5% dos veículos são próprios). Sua estratégia de crescimento, na condição de "empresa-religião", parece ser a de operar o mais diretamente possível a presença da rede no País.

A hegemonia das cabeças-de-rede é assegurada pela concentração dos seus veículos nos grandes mercados: 74,7% dos veículos localizam-se nas regiões Sudeste (60,6%) e Sul (14,1%), onde se dedicam a um mercado que corresponde a 75,1% do PIB e 68,7% do IPC.

A situação das emissoras de tevê dos

grupos afiliados revela uma concentração ainda mais intensa. Nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste encontram-se 167 das suas emissoras de tevê (67,1%) que atuam em regiões que, em 2000, receberam apenas 21,7% dos investimentos publicitários em televisão.

O porte dos grupos afiliados indica suas limitações e também significativos índices de concentração: 83 grupos (60,1%) são proprietários de um a três veículos, detendo 149 (26,1%) veículos. No outro extremo verifica-se uma situação inversa: 35 grupos (25,3% do total) controlam 336 veículos, ou seja, 58,8% de todos os veículos dos afiliados das redes. No topo da pirâmide, a concentração é ainda maior: apenas cinco grupos (0,7%) controlam 103 (18%) dos veículos dos afiliados.

Entre os grupos afiliados, 12 mantêm relações com mais de uma rede. Outra evidência de que a lógica do mercado nem sempre coincide com a lógica do poder. Em sete cidades do Brasil, grupos afiliados controlam, simultaneamente, emissoras com a programação de duas redes concorrentes. São eles:

Santarém (PA) – Grupo Rios transmite SBT e Globo

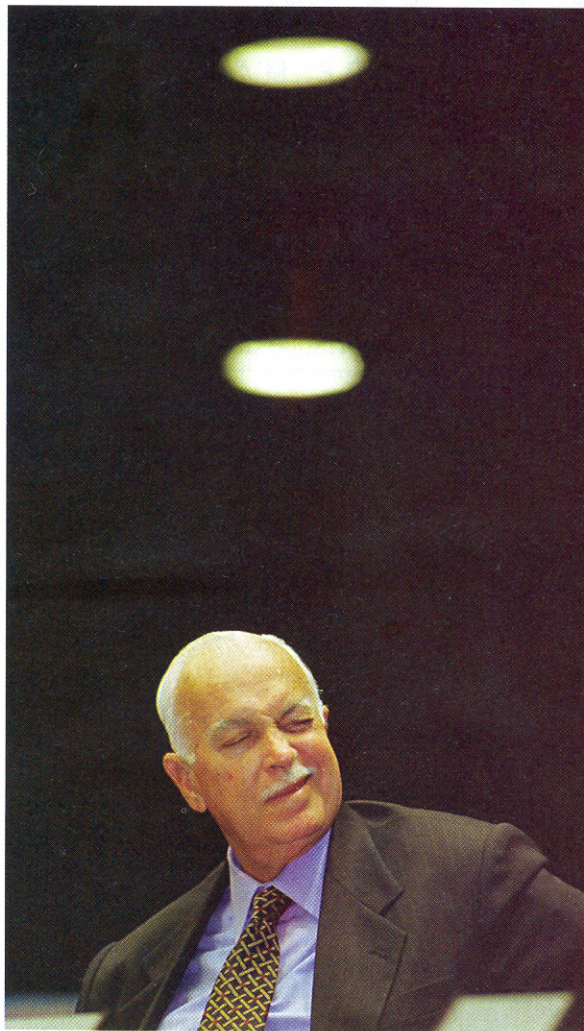
Tucuruí (PA) – Rede de Televisão Paraense transmite SBT e Bandeirantes

Porto Velho (RO) – Rondon Visão transmite SBT e Bandeirantes

Campo Grande (MS) – Correio do Estado transmite SBT e Bandeirantes

Manaus (AM) – Rede Calderaro de Comunicações transmite SBT e RedeTV!

Primavera do Leste (MT) – Siste-



FERNANDO BIZERRA JR/ABR



OTAVIO MASALHAES/AE

OBRA CONJUNTA. ACM, na Globo Bahia, e Roberto Marinho, proprietário do maior grupo do País, formado por 223 veículos

Cinco grupos cabeças-de-rede (Globo, Bandeirantes, SBT, Record e CNT) violam esses limites. Entre os grupos afiliados, 13 ultrapassam o limite por Estado, um exorbita o limite nacional e nove excedem, simultaneamente, os limites por Estado e o nacional.

Concessões em nome de parentes e amigos disfarçam a prática que não resiste à menor análise, pois os próprios grupos se apresentam publicamente como “entidades” empresariais. Entretanto, nem o Executivo, nem o Legislativo, nem o Judiciário, nem a Procuradoria-Geral da República tomam qualquer providência. Não se pode alegar que as empresas que desrespeitam esses limites estão na mão de proprietários que desconhecem a lei. Entre os violadores estão os grupos do ex-secretário-geral do Ministério das Comunicações Rômulo Villar Furtado (Rondon Visão), da família do ex-ministro das Comunicações Antônio Carlos Magalhães (Rede Bahia) e da família do ex-presidente José Sarney (Sistema Mirante). ■

ma de Rádio e TV Primavera transmite SBT e Record

Pontes de Lacerda (MT) – Sistema Cidade de Comunicação transmite SBT e Record

Outra flagrante distorção é a exorbitância das restrições à propriedade de emissoras de tevê estabelecidas pelo Decreto-Lei nº 236, que limita, por “entidade”, a propriedade a um máximo de cinco emissoras VHF no Brasil, sendo duas por Estado.

VEÍCULOS INTEGRANTES DAS REDES PRIVADAS DE TV ABERTA

Grupo	TV VHF	TV UHF	Rádio AM	Rádio FM	Rádio OT	Jornal	Total
Bandeirantes	45	1	31	34	0	4	115
CNT	4	3	0	0	0	0	7
Globo	94	8	39	58	0	24	223
Record	56	0	21	41	0	5	123
RedeTV!	16	1	4	4	1	0	26
SBT	79	2	14	20	0	8	123
Total de Veículos	294	15	109	157	1	41	617
Dupla Afiliação	0	0	13	27	1	9	50
Total Geral	294	15	122	184	2	50	667