



A OPERAÇÃO ZELOTES E A VENDA DO GRUPO RBS

Itamar Aguiar

A OPERAÇÃO ZELOTES E A VENDA DO GRUPO RBS

Itamar Aguiar



UFSC
Florianópolis
2019

Copyright © 2019 Itamar Aguiar

Coordenação de edição e editoração eletrônica

Carmen Garcez

Projeto gráfico

5050com

Capa

Carmen Garcez

Imagem livre da internet

Catálogo na fonte pela Biblioteca Universitária
da Universidade Federal de Santa Catarina

A282o Aguiar, Itamar
A Operação Zelotes e a venda do Grupo RBS [recurso eletrônico]
/ Itamar Aguiar. – Dados eletrônicos. – Florianópolis : Editora Em
Debate/UFSC, 2019.
186 p. : il., gráfs. , tabs.

Inclui bibliografia.
E-book (PDF)
ISBN: 978-85-68267-32-5 (e-book)

1. Política. 2. Comunicação de massa. 3. Teoria dos grupos
econômicos. 4. Zelotes. I. Aguiar, Itamar. II. Título.

CDU: 659

Elaborada pela bibliotecária Maína Rymysza – CRB 14/1581

Todos os direitos reservados a

Editoria Em Debate

Campus Universitário da UFSC – Trindade

Centro de Filosofia e Ciências Humanas

Bloco anexo, sala 301 – Telefone: (48) 3721-4046

Florianópolis – SC

www.editoriaemdebate.ufsc.br / www.lastro.ufsc.br

*O projeto de extensão Editoria Em Debate conta com o apoio de recursos
do acordo entre Middlebury College (Vermont – USA) e UFSC.*

NOTA EDITORIAL

Muito do que se produz na universidade não é publicado por falta de oportunidades editoriais, tanto nas editoras comerciais como nas editoras universitárias, cuja limitação orçamentária não acompanha a demanda existente, em contradição, portanto, com essa demanda e a produção acadêmica exigida. As consequências dessa carência são várias, mas, principalmente, a dificuldade de acesso aos novos conhecimentos por parte de estudantes, pesquisadores e leitores em geral. De outro lado, há prejuízo também para os autores, frente à tendência de se valorizar a produção intelectual conforme as publicações, em uma difícil relação entre quantidade e qualidade.

Constata-se, ainda, a velocidade crescente e em escala cada vez maior da utilização de recursos informacionais, que permitem a divulgação e a democratização do acesso às publicações. Dentre outras formas, destacam-se os *e-books*, artigos *full text*, base de dados, diretórios e documentos em formato eletrônico, inovações amplamente utilizadas para consulta às referências científicas e como ferramentas formativas e facilitadoras nas atividades de ensino e extensão.

Documentos, periódicos e livros continuam sendo produzidos e impressos, e continuarão em vigência, conforme opinam estudiosos do assunto. Entretanto, as inovações técnicas podem contribuir de forma complementar e oferecer maior facilidade de acesso, barateamento de custos e outros recursos que a obra impressa não permite, como a interatividade e a elaboração de conteúdos inter e transdisciplinares.

Portanto, é necessário que os laboratórios e núcleos de pesquisa e ensino, que agregam professores, técnicos educacionais e estudantes na produção de conhecimento, possam, de forma convergente, suprir suas demandas de publicação também como forma de extensão universitária, por meio de edições eletrônicas com custos reduzidos e em divulgação aberta e gratuita em redes de computadores. Essas características,

sem dúvida, possibilitam à universidade pública cumprir de forma mais eficaz suas funções sociais.

Dessa perspectiva, a editoração na universidade pode ser descentralizada, permitindo que várias iniciativas realizem essa convergência com autonomia e responsabilidade acadêmica, editando livros e periódicos de divulgação científica, conforme as peculiaridades de cada área de conhecimento no que diz respeito à sua forma e conteúdo.

Por meio dos esforços do Laboratório de Sociologia do Trabalho (Lastro), da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) – que conta com a participação de professores, técnicos e estudantes de graduação e pós-graduação –, e por iniciativa e empenho do prof. Fernando Ponte de Sousa, a Editoria Em Debate (ED) completa oito anos de realizações, sempre com o apoio do Middlebury College/Vermont, que acreditou no projeto. Criada com o objetivo de desenvolver e aplicar recursos de publicação eletrônica para revistas, cadernos, coleções e livros que possibilitem o acesso irrestrito e gratuito dos trabalhos de autoria dos membros dos núcleos, laboratórios e grupos de pesquisa da UFSC e outras instituições, conveniadas ou não, sob orientação e acompanhamento de uma Comissão Editorial, a ED publicou 60 livros desde 2011.

Os editores

Coordenador

Jacques Mick

Conselho editorial

Adir Valdemar Garcia

Ary César Minella

Fernando Ponte de Sousa

Iraldo Alberto Alves Matias

Janice Tirelli Ponte de Sousa

José Carlos Mendonça

Laura Senna Ferreira

Maria Soledad Etcheverry Orchard

Michel Goulart da Silva

Ricardo Gaspar Müller

Valcionir Corrêa

AGRADECIMENTOS

Aos pesquisadores do Núcleo de Estudos Sociopolíticos do Sistema Financeiro (Nesfi), do Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da UFSC.

Igualmente, meus sinceros agradecimentos ao Departamento de Sociologia e Ciência Política da UFSC, por me oferecer as condições necessárias para desenvolver o estudo.

Ao meu companheiro de projeto de pesquisa, Paulo Fernando Liedtke, que me incentivou a deslindar tal tema complexo de pesquisa.

E meu carinho especial à Rose, companheira de labuta, no cuidado dos nossos filhos, Ítalo e Noah.

SUMÁRIO

Introdução	11
1 Notas introdutórias sobre Grupos Econômicos	17
Teoria dos Grupos Econômicos.....	17
Revisão da literatura	19
Mídia e o financiamento de capital	25
Formas corporativas de representação do empresariado	33
2 Definição dos Grupos Econômicos de Comunicação	39
A influência do Intercom	39
A noção de Grupos de Mídia como recurso linguístico	44
A indústria da informação.....	56
Uma definição de grupos de mídia	71
O poder político da RBS	77
3 “Mãos de tesoura” e saúde financeira do Grupo RBS	83
Quem é a RBS Participações S/A?	83
“Mãos de Tesoura” na salvação do Grupo RBS	88
A Terceira Geração Sirotsky e a “Nova RBS”	91
4 A Operação Zelotes	103
A dívida da RBS na Zelotes.....	105

Judiciário condena ex-conselheiros e lobistas do Carf	115
O lado oculto da RBS	119
Para entender a crise financeira da RBS Participações S/A	128
Cronologia dos acontecimentos da Operação Zelotes.....	133
Relatório do Ministério Público Federal da Operação Zelotes	137
5 A venda da RBS em Santa Catarina	141
Aprovação pelo Cade	142
O inconformismo com a venda	147
Os vínculos político-partidários dos novos donos da NSC-TV	149
O nascimento do Grupo NC	163
O controle da mídia regional	169
Luta pela comunicação democrática em Santa Catarina	173
Conclusão	177
Referências.....	181

INTRODUÇÃO

O trabalho tem por objetivo analisar a venda das empresas de comunicação do Grupo RBS em Santa Catarina pela família Sirotsky, maior conglomerado de comunicação do Sul do Brasil e dono de marcas como a RBS TV, afiliada da Rede Globo no Rio Grande do Sul e no estado catarinense, proprietária de diversas emissoras de rádio, jornais e portais. E a compra pelos bilionários da Forbes, respectivamente, o “rei dos genéricos” do Grupo NC, o paulista Carlos Eduardo Sanchez, dono da farmacêutica EMS, e o “rei do acrílico” e suplente de senador pelo MDB (AM), o gaúcho Lírio Albino Parisotto, dono da empresa Videolar e do ramo de petroquímica a partir da Innova, um dos controladores da Usiminas e também acionista das Centrais Elétricas de Santa Catarina (Celesc).

A questão principal da pesquisa é compreender o motivo que levou dois megaempresários e *outsiders* do setor da Comunicação na região Sul do país, a investir seu dinheiro e prestígio numa área em que jamais tiveram qualquer participação, isto é, os ramos da Indústria Cultural e da Informação. O negócio milionário da compra da RBS em SC, envolvendo uma cifra estimada entre R\$ 700 milhões a R\$ 1 bilhão, ocorre no momento em que o grupo gaúcho enfrenta uma grave crise empresarial, que ganhou novos contornos, principalmente depois da atuação na Operação Zelotes.

O Grupo RBS já vinha promovendo o “enxugamento” das suas empresas em 2014, já apresentando sinais de problemas financeiros desde 2011, principalmente, no Rio Grande do Sul. E com a perspectiva

da venda em Santa Catarina, isso também se tornou rotina com a entrada do Grupo NC. Houve o fechamento de jornais impressos e imóveis do grupo foram colocados à venda, assim como demissão de pessoal. Após a compra dos veículos da RBS pelos empresários, Carlos Sanchez e Lírio Parisotto, essas ações se intensificaram, não só com a demissão de pessoal e a retirada de circulação dos dois maiores jornais regionais do grupo, A Notícia de Joinville e Jornal de Santa Catarina de Blumenau. Essa reestruturação acabou provocando a precarização das atividades jornalísticas, a partir da transferência de profissionais para locais improvisados e falta de condições materiais para trabalhar, repercutindo na qualidade da cobertura editorial.

Para responder a essa indagação sobre os reais interesses de Carlos Sanchez e Lírio Parisotto com comunicação, defendemos a hipótese de que a transação da compra da RBS no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina tem caráter político-partidário. Sabemos que Sanchez “fletou” com o PSDB do governo de Fernando Henrique Cardoso (FHC), quando na época era ministro da Saúde, José Serra, responsável pela quebra de patentes e desenvolvimento dos remédios genéricos no Brasil. É neste período que começa a escalada de sucesso do Grupo NC, cuja consolidação se dá a partir de 2013, tornando-se numa potência mundial, com subsidiárias e laboratórios no exterior.

Com Parisotto, essa vinculação partidária é mais reveladora. Surge como empresário da comunicação vinculado a um partido político, no caso o antigo PMDB (agora MDB) do ex-governador do Amazonas, Eduardo Braga (MDB-AM). Foi eleito segundo suplente do senador Eduardo Braga em 2010, cujo mandato vai até 2019. A vaga de primeiro suplente foi ocupada pela mulher de Braga, Sandra Backsmann Braga, que exerceu o mandato até 2016, quando o titular voltou a ocupar o cargo. A justificativa de Braga para a escolha do empresário na chapa para o Senado com a sua esposa é o seguinte: Parisotto é o maior investidor privado do Amazonas, e o maior interessado no polo industrial de Manaus.

Os novos donos multimilionários da ex-RBS em Santa Catarina já nascem atrelados aos partidos políticos. O contraste com a família Sirotsky é evidente, pois os membros do clã gaúcho não são filiados a partidos políticos. Mas há muitos anos os Sirotsky elegem seus candidatos de direita, garantindo os partidos conservadores no poder, tendo apoiado o regime militar de 1964. Têm atuação destacada no Congresso Nacional, elegendo seus “testas de ferro”. O caso mais notório é o da jornalista e senadora Ana Amélia Lemos (PP-RS), com mais de três décadas de RBS e que foi diretora da sucursal do Grupo RBS em Brasília, derrotada na chapa de Geraldo Alckmin (PSDB-SP) à Presidência em 2018.

A parceria de “sucesso” com Roberto Marinho do Grupo Globo, que um ano após o golpe de 1964 fundou a TV Globo, embrião do império global que nasceu e prosperou à sombra frondosa dos generais, também impulsionou o Grupo RBS no Sul do país. A ligação do clã Sirotsky com o clã Marinho está no DNA do grupo gaúcho e explica seu poderio político e econômico.

A parceria entre os Marinho e os Sirotsky é antiga, e ela inicia quando Roberto Marinho resolveu começar a Globo. A ideia era montar uma rede nacional de TVs e distribuir conteúdo, buscando parceria com os principais proprietários de jornais e emissoras de rádio e televisão das capitais brasileiras, propondo-lhes que entrassem no negócio. No caso do Rio Grande do Sul, inicialmente Roberto Marinho pensou em Breno Caldas, mas o dono do jornal *Correio do Povo* respondeu que aquele negócio de televisão, a seu ver, não teria futuro.¹

O dono da rádio gaúcha, Maurício Sirotsky Sobrinho, ao saber da história, não perdeu tempo, e procurou a Globo, era plenamente apto a entrar no projeto, já que ele tinha uma rádio e estava começando uma operação de televisão. Foi assim que Maurício Sirotsky tornou-se um dos primeiros afiliados da Rede Globo no país, “construindo uma

¹ Cf. Wierzchowski, Leticia; Sirotsky, Nelson P. *O oitavo dia*. Rio de Janeiro: Primeira Pessoa, 2018. p. 258-259. A obra de memórias é valiosa fonte à pesquisa.

profícua, rentável e também complexa relação”, denominada, certa vez, por Roberto Civita, dono da Editora Abril, como “as algemas de ouro”.² (Também conhecida no mundo empresarial como a parceria “ganha-ganha” com a Globo e suas afiliadas).

A TV Gaúcha – a primeira das 18 emissoras da RBS que hoje compõem a maior afiliada da Rede Globo no Brasil – foi inaugurada em solenidade festiva em Porto Alegre em dezembro de 1962, com a presença do presidente João Goulart e o governador Leonel Brizola, ambos depostos pelo golpe civil-militar. No início, a parceria da TV Gaúcha era com a pequena TV Excelsior, até que Maurício Sirotsky deu em 1967 o pulo do gato, fazendo então o realinhamento empresarial com a Rede Globo, transformando a RBS num dos maiores conglomerados de comunicação da região Sul.

Portanto, para compreender nosso objeto de estudo, utilizamos como referencial a Teoria dos Grupos Econômicos, conforme Granovetter (1985; 1994), Anaya (1990), Gonçalves (1991), Portugal Jr. (1994), Motter (1994), Lima (1999; 2001), Locatelli (2001), Liedtke (2006), Camargo (2015) e Silva (2018), dentre outros³, lembrando que utilizamos o conceito de Grupo Econômico de Comunicação, pela primeira vez, em nossa tese (Aguiar, 2006), quando debatemos sobre a teoria dos grupos econômicos e financeiros.

O livro está dividido em cinco capítulos, sendo que o primeiro, intitulado “Notas introdutórias sobre Grupos Econômicos”, bem como o segundo, “Definição dos Grupos Econômicos de Comunicação”, tratam da mesma temática que é a Teoria dos Grupos Econômicos, que embasam a nossa definição sobre os chamados “Grupos Econômicos

² Cf. Wierzchowski, Leticia; Sirotsky, Nelson P. *O oitavo dia*. Rio de Janeiro: Primeira Pessoa, 2018. p. 259.

³ Vide a pesquisa que aparece no trabalho intitulado “Dicionário de Políticas de Comunicação”, coordenado pelos pesquisadores do Intercom, Fernando Paulino, Paulo Fernando Liedtke, Juliano Domingues, Carlo Napolitano e Maria Mello, ainda inédito, que apresenta uma retrospectiva sobre o conceito de mídia pública e corporações no ramo da indústria de comunicação.

de Comunicação”. O terceiro, “Mãos de tesoura e a saúde financeira do Grupo RBS”, discute sobre a situação financeira da RBS e o seu projeto de reestruturação econômica. O quarto, “A Operação Zelotes”, discorre sobre a parte mais polêmica do trabalho e de grande repercussão social. E o último capítulo debate sobre a “A venda da RBS em Santa Catarina” e os vínculos políticos dos novos donos da NSC-TV, investigando os interesses político-partidários por trás da compra, considerando tratar-se de dois *outsiders* da mídia e bilionários da Forbes, que compõem a nova elite regional na comunicação brasileira.

1

NOTAS INTRODUTÓRIAS SOBRE GRUPOS ECONÔMICOS

Teoria dos Grupos Econômicos

Portanto, para compreender nosso objeto de estudo, utilizamos como referencial a Teoria dos Grupos Econômicos, conforme Granovetter (1985; 1994), Anaya (1990), Gonçalves (1991), Portugal Jr. (1994), Motter (1994), Lima (1999; 2001), Locatelli (2001), Liedtke (2006), Carmargo (2015) e Silva (2018), dentre outros¹, lembrando que utilizamos o conceito de Grupo Econômico de Comunicação, pela primeira vez, em nossa tese (Aguiar, 2006), quando debatemos sobre a teoria dos grupos econômicos e financeiros.

O autor seminal sobre Grupo Econômico é Mark Granovetter, cuja pesquisa influenciou uma vasta gama de estudiosos preocupados em analisar o poder dos conglomerados.² Neste sentido, a sua contribuição é fundamental para a compreensão deste importante agente político. Ele denomina por grupo econômico a uma coleção de firmas unidas de algum(uns) modo(s) formal(is) e/ou informal(is).

¹ Vide a pesquisa que aparece no trabalho intitulado *Dicionário de Políticas de Comunicação*, coordenado pelos pesquisadores do Intercom, Fernando Paulino, Paulo Fernando Liedtke, Juliano Domingues, Carlo Napolitano e Maria Mello, ainda inédito, que apresenta uma retrospectiva sobre o conceito de mídia pública e corporações no ramo da indústria de comunicação.

² Cf. M. Granovetter. *Business Groups*, 1994. p. 453-475.

Eu pretendo definir o conceito me referindo a um nível ‘intermediário’ de comprometimento – excluindo, de um lado, um conjunto de firmas unidas meramente por alianças estratégicas de curta duração, e por outro lado, um conjunto de firmas legalmente consolidadas em uma só.³

Contudo, o autor afirma que a “definição é necessariamente um tanto arbitrária”, argumentando que “firmas conglomeradas, nas quais uma única firma se diversificou em muitas indústrias adquirindo ações controladoras, são um caso marginal”. Os grupos econômicos têm como característica: a) “dependência de recursos”; b) a necessidade de “alianças estratégicas” entre firmas; c) a necessidade “coalizações” de capitalistas para lutar contra outros interesses societários ou de um setor de firmas capitalistas (tradicionalmente finanças).⁴

Mas na maioria dos países, o tamanho das firmas é um assunto que tem significado emocional e simbólico tanto quanto racional e comercial. Na questão dos media não é diferente. Como os grupos econômicos são mais poderosos do que as firmas únicas, eles podem transformar seu poder oligopólico em capital político. Granovetter reforça a tese de que a natureza da relação entre tais grupos e o Estado deve ser considerada. Esta relação diz respeito não só ao entendimento dos problemas de política pública e de poder, entretanto, mas é frequentemente central na resolução de por que os grupos econômicos exibem a forma, características e comportamentos que eles exibem.⁵

³ Cf. M. Granovetter, op. cit., p. 454-456.

⁴ Cf. Idem, sendo que o autor concorda com a tese de que entre os grupos econômicos geralmente existem laços pessoais e operacionais entre todas as firmas. Deste modo, de acordo com o autor, “companhias de *holding* e trustes também são casos marginais e aqui eu desejo concluí-los na definição de grupos econômicos onde suas firmas constituintes mantêm seu próprio gerenciamento e identidade”.

⁵ Cf. M. Granovetter, op. cit., p. 468-470, ressaltando que, de certo modo, não se pode afirmar de maneira mecânica que os grupos econômicos não se desenvolvam sem o apoio do Estado e vice-versa, assim como a interferência dos grupos na definição de políticas públicas.

Revisão da literatura

Grosso modo, compreendemos, por hora, a noção de Grupo Econômico como *locus* de poder, com particular ênfase na sua dimensão financeira, com base nos estudos de Reinaldo Gonçalves (1991), José Geraldo Portugal Jr. (1994), Alexandre Comin, Francisco de Oliveira et al. (1994), Ludovico Alcorta (1992), Ary César Minella (1996; 2002), entre outros.

Um grupo econômico é um conjunto de empresas de natureza e especialidades diversas, dirigidas por uma estratégia comum a serviço de um interesse financeiro predominante (Anaya, 2010)⁶. O autor destaca ainda, geralmente, a existência em todo grupo econômico de um banco comercial conectado a uma série de empresas.⁷ Assim, as empresas dentro do grupo conservam sua autonomia jurídica e estão unidas entre si por relações funcionais, financeiras ou pessoais, com o objetivo de alcançarem rentabilidade maior.

Portugal Jr. (1994)⁸ reforça a ideia de pensar os grupos econômicos enquanto *locus* de poder (Granovetter: 1985)⁹, deixando claro que

⁶ Cf. Também do autor, vide: Anaya, E. *Los Grupos de Poder Económico: un análisis de la oligarquía financiera*. Lima (Peru): Editorial Horizonte, 1990.

⁷ Cf. Cees Hamelink, *Finanzas e Información: un estudio de intereses convergentes*, 1980, que fornece elementos para a compreensão dos grupos de comunicação e a sua associação com o capital financeiro a partir de uma mútua interdependência. (Cf. C. Hamelink, *The Corporate Village*, 1977, sobre o papel das empresas transnacionais). Em relação a literatura, vide Antonio Rosa Neto, *Atração Global*, Makron Books:1998; Daniel Herz, *a História Secreta da Rede Globo*, Tchê:1987, sobre o rumoroso acordo financeiro Globo-Time Life na década de 1960.

⁸ Cf. Portugal Jr., José Geraldo (Org.). *Grupos Econômicos: expressão institucional da unidade empresarial contemporânea*. São Paulo: Fundap/IESP/Estudos de Economia do Setor Público, 2, 1994.

⁹ Granovetter, M. *Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness*. *American Journal of Sociology*, Chicago (USA), p. 481-510, nov., 1985. Na tese, utilizamos o texto de Mark Granovetter (cf. *Business Groups*, 1994, p. 453-475), quando o autor enfatiza que como os grupos econômicos são mais poderosos do que as firmas únicas e podem transformar seu poder oligopólico em capital político, a natureza da relação entre tais grupos e o Estado deve ser considerada. Granovetter debate este aspecto no item "Grupos Econômicos e o Estado" (p. 468-470), ressaltando que,

essa é uma característica fundamental dos grupos. Assim, define grupo econômico como um conjunto relativamente poderoso de empresas interligadas pelo capital e/ou pelo poder de decisão dos dirigentes comuns, sempre que os vínculos existentes entre as mesmas sejam mais fortes que aqueles porventura mantidos com outros grupos ou empresas isoladas.

No que tange aos tipos de controle, Portugal Jr aponta que ele pode ser detido por um coletivo de pessoas. Mas para Portugal, a exemplo de Granovetter, a preponderância é de coletivos unidos por laços familiares na posição de controle dos grupos, como é o caso dos grupos econômicos de comunicação.¹⁰ Outra forma de controle é a intermediação através de instituições jurídicas privadas. Porém, de acordo com autor, em último caso, essas instituições são intermediárias de pessoas, que acabam sendo sempre o último ela na cadeia de controle.

A identidade do grupo, segundo Portugal Jr., é dada pela capacidade do centro de controle de estabelecer para um conjunto de en-

de certo modo, não se pode afirmar de maneira mecânica que os grupos econômicos não se desenvolvam sem o apoio do Estado. Mas ao mesmo tempo destaca a importância do Estado no que diz respeito ao pleno desenvolvimento dos grupos econômicos, assim como a interferência dos grupos na definição de políticas públicas que afetam diretamente ao público. Ele cita como exemplo no caso da elaboração das leis trabalhistas e de leis de proteção comerciais. Como de resto na sua participação direta na formulação de leis que interferem mais diretamente nos seus negócios.

¹⁰ Camargo, Bruna Faccin, “Práticas de governança relevantes para o processo de sucessão em empresas familiares: o caso do Grupo RBS”, de 2016, cujo foco de estudo foi uma empresa familiar que já passou por três processos de sucessão. Segundo a autora, “os resultados da pesquisa permitem a compreensão de como a governança auxilia na estruturação e na orientação quanto à forma de trabalho da empresa, tendo em vista a processualidade que ela exprime sobre a organização, tão necessária nos chamados ‘eventos críticos’, presentes nos processos de transição”. Camargo identificou em seu trabalho que o Grupo RBS apresenta práticas de governança corporativa, como por exemplo, os conselhos de administração, de família e acionistas, que conduzem seu desenvolvimento e contribuem para a perpetuidade do empreendimento, bem como demonstrou “adequar-se às exigências das boas práticas de governança, frente a cada um dos processos sucessórios que passou.” E acrescenta: “Ressalta-se a preocupação da direção do grupo para com a individualidade de cada dimensão (família, empresa e propriedade) e como elas se relacionam no ambiente organizacional, para que todas as dimensões tenham a mesma relevância e prerrogativas próprias”, conclui a autora.

tidades juridicamente independentes ou não, os fluxos de autoridade, informação, ativos reais e financeiros, recursos humanos e capacitação tecnológica de modo a direcioná-los para a consecução de seus objetivos estratégicos.¹¹ O controle estratégico possui quatro componentes, são eles: a) o poder sobre a escolha dos executivos; b) a administração dos fundos estratégicos e de recursos líquidos essenciais; c) o controle sobre a pesquisa e o desenvolvimento tecnológico do grupo; por último, c) o controle sobre a informação contábil, elaboração e execução da informação que permite controlar o aparato do grupo.

Portanto, com base em Portugal Jr., podemos definir grupo econômico como sendo uma empresa ou conjunto de empresas que estão subordinadas a um centro único de poder e de decisão estratégica, embora atuem em diversos mercados com uma organização institucional descentralizada e com diferentes graus de autonomia nas decisões de gestão. Por controle estratégico o autor entende o poder de definir e vetar grandes linhas de desenvolvimento, no que diz respeito a investimentos, expansão de mercado, diversificação, progresso tecnológico e opções gerais de longo prazo.

Este controle faz do grupo um centro de poder no sentido amplo, poder interno diante dos recursos materiais e financeiros que movimenta e frente à massa de pessoas que emprega, e poder para fora, na capacidade de interferência no mercado, nos círculos financeiros, nas relações políticas (partidárias ou não), na legislação e no Estado. O grupo econômico pode ser constituído por várias unidades de negócios, como é o caso da mídia, atuando em um mesmo mercado em diferentes países (grupos transnacionais), ou em vários mercados dentro de um mesmo país, como é caso da comunicação. O controle pode ser vertical, quando existe um *holding*¹² no topo, a exemplo da RBS, ou horizontal,

¹¹ Cf. Portugal Jr., José Geraldo (Org.). *Grupos Econômicos: expressão institucional da unidade empresarial contemporânea*. São Paulo: Fundap/IESP/Estudos de Economia do Setor Público, 2, 1994. p. 25-30.

¹² Cf. *Novíssimo Dicionário de Economia*, organizado por Paulo Sandroni, Editora Best Seller, 2002, p. 285, que define *holding* da seguinte forma: Designação de empresa

quando o controle é constituído através de participações cruzadas em diversas empresas.

O controle do capital

Reinaldo Gonçalves reforça a ideia do controle de capital, definindo o grupo econômico como o conjunto de empresas que, ainda quando juridicamente independentes entre si, estão interligadas, seja por relações contratuais, seja pelo capital, e cuja propriedade (de ativos específicos e, principalmente, do capital) pertence a indivíduos ou instituições, que exercem o controle efetivo sobre este conjunto de empresas.¹³

Neste sentido, Gonçalves quer enfatizar que existe por trás do grupo econômico um poder e que, sem ele, o grupo não existiria, que é a propriedade do capital e tida, então, como um mecanismo ou instrumento de controle e como *locus* de controle (isto é, quem controla).

Através da propriedade de capital se exerce o poder e nela reside o poder de determinar ou limitar as decisões administrativas, operacionais e estratégicas do grupo econômico. Numa palavra: o grupo econômico é, então, um *locus* de acumulação de capital e um *locus* de poder. Para Gonçalves, as fontes e o exercício do poder pelos grupos econômicos dependem não somente do agente controlador (estrangeiro ou nacional) e do tipo de controle (familiar, societário, estatal, gerencial), mas também das formas de governo.¹⁴

que mantém o controle sobre outras empresas mediante a posse majoritária de ações destas. Em geral, a *holding* não produz nenhuma mercadoria ou serviço específicos, destinando-se apenas a centralizar e realizar o trabalho de controle sobre um conjunto de empresas geralmente denominadas subsidiárias. Ela é chamada *pure holding company* (ou *holding* pura), para diferenciá-la da empresa *holding* operadora (ou *holding operating company*), que, além de operar, isto é, produzir bens e serviços, também controla subsidiárias. Portanto, essa forma de organização empresarial, um dos estágios mais avançados da concentração de capital, permite a uma *holding* controlar um capital muito maior que o seu, obtendo lucros desproporcionalmente elevados.

¹³ Cf. Gonçalves, R. *Grupos econômicos: uma análise conceitual e teórica*, 1991. p. 494.

¹⁴ Cf. Gonçalves, Reinaldo *Grupos econômicos: uma análise conceitual e teórica*, 1991. p. 494.

Em resumo, na definição de grupo econômico devemos levar em conta três características fundamentais:

1. Os grupos econômicos são um *locus* institucional particular de acumulação e poder capaz de submeter um conjunto de empresas de grande porte a um núcleo de coordenação estratégica, que se articulam através relações financeiras, propriedade e controle;
2. Os grupos comandam um conjunto de alocação de recursos oriundos de diversos ativos produtivos, sendo capaz de transcender a lógica do mercado;
3. São uma instituição que agrupa unidades produtivas independentes juridicamente, de atuação produtiva diversificada que, embora possuam certa autonomia, subordinam-se a um comando unificado.¹⁵

Vínculo financeiro e bancário dos grupos econômicos

Ao falarmos em grupo econômico a discussão remete para o que François Chesnais qualifica por “regime de acumulação com dominância financeira”, que designa, em uma relação estreita com a mundialização do capital, “uma etapa particular do estágio do imperialismo, compreendido como a dominação interna e internacional do capital financeiro.”¹⁶ Este regime de acumulação com dominância financeira tem uma relação com a globalização ou, mais exatamente, com a mundialização do capital¹⁷, destacando que o regime financeirizado é uma “produção” dos países capitalistas avançados, com os Estados Unidos e o Reino Unido à frente e é indissociável das derrotas sofridas pela classe operária ocidental, bem como da restauração capitalista na ex-União

¹⁵ Cf. Portugal Jr., José Geraldo (Org.). *Grupos Econômicos: expressão institucional da unidade empresarial contemporânea*. São Paulo: Fundap/IESP/Estudos de Economia do Setor Público, 2, 1994.

¹⁶ Cf. Chesnais, F. et al. *Uma nova fase do capitalismo?* São Paulo: Xamã, 2003, capítulo intitulado “A ‘Nova economia’: uma conjuntura própria à potência econômica estadunidense”, p. 46.

¹⁷ Cf. F. Chesnais, op. cit, p. 52.

Soviética e nas pretensas democracias populares.¹⁸

Neste sentido, Minella (2000) enumera algumas das principais características que devem ser levadas em conta na avaliação do poderio do sistema financeiro¹⁹, a saber: o elevado grau de concentração no setor, a participação marcante no processo de privatização; a participação de empresários financeiros nos órgãos de decisão do Estado, nas instituições financeiras estatais e nas atividades políticas; além da ampliação e diversificação da estrutura de representação do setor, através da criação de novos órgãos associativos e de importantes alterações nos já existentes.²⁰

Outro fator importante refere-se à questão da dívida, neste sentido, na América Latina, o serviço da dívida interna e externa transfere anualmente uma massa crescente de recursos para a órbita financeira local e internacional. Assim, governos, empresas, assalariados e população em geral estão penalizados por altas taxas de juros reais, além de sustentarem vultosas e especulativas operações cambiais, onerados cada vez mais por tarifas bancárias, e serviços que incluem desde o desconto de um simples título de mensalidade escolar até comissões por operações de fusões e incorporações bilionários.²¹

¹⁸ Chesnais, F. et al. *Uma nova fase do capitalismo?* São Paulo: Xamã, 2003, p. 46-48, acrescentando que isso tudo permite à finança desfrutar daquilo que se designa com o termo "autonomia da finança", com o imenso poder social que essa autonomia lhe confere. Para Chesnais, esta dominação financeira, cujo início remonta aos anos 1990, já assumiu várias configurações sob o efeito conjunto de mudanças nas relações entre os Estados e as frações do capital e nas relações políticas entre o capital e o trabalho. Um processo de construção institucional, tanto de fato quanto de direito, conduzido pelos Estados Unidos, o G-7, o Fundo Monetário Internacional (FMI) e o Banco Mundial (os elaboradores do suposto "Consenso de Washington"), formalizado na Europa pelo Tratado de Maastricht e apoiado em seguida pela Organização Mundial do Comércio (OMC), tornou a "adesão" dos países obrigatória e reduziu sua margem de escolha quanto às formas de sua inserção internacional a sua mais simples expressão.

¹⁹ Cf. Minella, A. C. *O discurso empresarial no Brasil: com a palavra os senhores banqueiros*, 2000.

²⁰ Cf. Minella, A. C. op. cit., 2000, p. 3.

²¹ Cf. Minella, A. C., op. cit., 2002, p. 3.

Grupo financeiro

Por isso, Minella faz uma distinção importante entre o Grupo Econômico e o que ele denomina de “Grupo Financeiro”.²² Segundo o autor, os dados recentes apontam para uma forte e crescente presença dos grupos financeiros, “entendemos, pois, que a análise sobre os agentes que atuam dentro do sistema financeiro brasileiro, seja do ponto de vista da atuação econômica, seja na perspectiva da atuação no âmbito da representação de interesses corporativos e políticos, deve levar em consideração a existência desses grupos financeiros.”²³

Preocupado em mostrar esse vínculo estreito entre os grupos econômicos com o sistema financeiro, e de nossa parte relacionar com a mídia, que Minella dá importante contribuição para a sua definição. Minella define Grupo Financeiro como um conjunto de empresas interligadas atuando em diferentes setores e que inclui uma ou mais instituições financeiras, e que normalmente participam no *ranking* dos maiores grupos nacionais ou estrangeiros. “Quando nos referirmos a ‘conglomerados financeiros’ estaremos indicando o conjunto de empresas que atuam basicamente dentro do sistema financeiro”, reforça o autor. (O grupo financeiro se diferencia do grupo econômico somente pela característica peculiar de possuir uma empresa do setor financeiro como negócio nuclear, que é o componente agregador).²⁴

Mídia e o financiamento de capital

Portanto, o debate a respeito do sistema financeiro está relacionado ao nosso objeto de estudo propriamente dito, pois outro dado

²² Cf. Minella, A. C. “Empresariado financeiro no Brasil, grupos financeiros e o novo contexto socioeconômico”, mimeo, p. 1-2, sd. Uma versão ampliada foi posteriormente publicada na revista gaúcha *Ensaio*: 1996. (Cf. “Globalização financeira e as associações de bancos na América Latina”, de junho de 2002).

²³ Uma característica do sistema que se aprofundou na década de 1980 refere-se aos investimentos dos bancos no setor não-financeiro, criando uma complexa rede de participações através do controle das empresas estatais privatizadas.

²⁴ Cf. Silva, Rodrigo Orlando, op. cit., 2018, p. 50-51.

importante sobre as empresas de comunicação é o seu vínculo estreito com o sistema financeiro e o papel desempenhado pelo Estado no financiamento das firmas do setor, que pode ocorrer de maneira “indireta” através do gasto com publicidade e propaganda oficial.²⁵ Sabemos que os media dependem de grande aporte de recursos financeiros para os seus investimentos e operações costumeiras. Isso ocorre no mundo todo. Grandes bancos, inclusive estatais, e investidores de capital são acionistas, senão o principal controlador da mídia.²⁶ Muitas vezes, são os detentores de suas dívidas no mercado de capitais. Também devemos lembrar que a própria mídia é dona de banco, vide o caso emblemático do Grupo Silvio Santos (Senor Abravanel/SBT), que era dono do banco PanAmericano, depois vendido (atual Banco PAN S.A).²⁷

²⁵ Cf. Cees Hamelink, *Finanzas e Información: un estudio de intereses convergentes*, 1980, que fornece elementos e pistas fundamentais para a compreensão dos grupos de comunicação e a sua associação com o capital financeiro a partir de uma mútua interdependência. (Cf. Cees Hamelink, *The Corporate Village*, 1977, sobre o papel das empresas transnacionais nas comunicações internacionais). Em relação à literatura brasileira, vide Antonio Rosa Neto, *Atração Global* (1998), sobre a presença do capital estrangeiro na mídia brasileira, e também a obra bastante conhecida de Daniel Herz, *a História Secreta da Rede Globo* (1987), sobre o rumoroso acordo financeiro Globo-Time Life na década de 1960.

²⁶ Cf. Aguiar, I. *Eleições presidenciais de 2002: partidos, elites e perspectiva de mudança*. Tese (Doutorado em Sociologia Política) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006. Vide particularmente o Cap. II, intitulado “As Entidades Corporativas dos Grupos de Comunicação e a Ação Política”, p. 52-109, quando podemos citar também a participação estatal na condição de sócio e ao mesmo tempo funcionando como órgão de fomento, numa simbiose política e partidária às vezes condenável, que pode assumir contornos de escândalo, vide o caso da Globo/Globo Cabo/BNDES, no final do ano 2001 no Brasil e que prosseguiu durante o governo de Luiz Inácio Lula da Silva, como trabalhamos na tese.

²⁷ Cf. Revista *Exame*, “Banco Pan registra prejuízo de R\$ 78,6 mi no 1º trimestre”, de 6 de maio de 2014, acrescentando que o Grupo Silvio Santos assumiu o controle acionário da Real Sul S/A, em 21 de fevereiro de 1969, uma empresa que atuava no mercado desde 1963 em São Caetano do Sul, e transformou-se na Baú Financeira S/A. Em 1990, autorizado para atuar como banco múltiplo passou a ser denominado Banco PanAmericano S/A. De acordo com o portal do próprio banco, em maio de 2011, o Banco BTG Pactual S.A. adquiriu a totalidade das ações do PAN de titularidade do Grupo Silvio Santos, passando a compartilhar o controle do PAN com a Caixa Participações S.A. – Caixaapar, subsidiária integral da Caixa Econômica Federal, por meio do Acordo de Acionistas da Companhia. Fonte: www.bancopan.com.br/sobre-o-pan. Acesso em: 21 ago. 2018.

Se, por um lado, o governo financia os grupos de comunicação, por outro lado, recebe destes em contrapartida o apoio para muitas de suas políticas, sobretudo, na esfera econômica, e tem sido assim no Brasil contemporâneo.²⁸ É possível verificar ao longo da década de 1990 que os grupos de comunicação apostaram na política econômica do governo de Fernando Henrique Cardoso (FHC) e investiram nos seus respectivos grupos e promoveram parcerias, fizeram inúmeras aquisições e fusões também foram a regra. Grande parte dos grupos econômicos do setor fizeram fortes investimentos no período, sobretudo, na área da inovação tecnológica, e construção de centros de produção.²⁹

Vale registrar também que os conglomerados de comunicação brasileiros apoiaram à política de privatização de FHC e a área de telecomunicações foi o seu grande filão. Aliás, a privatização das teles foi saldada como a grande obra do governo tucano, na ocasião, louvada por toda a mídia brasileira, inclusive no ano eleitoral de 2002, considerada o seu grande feito e êxito. Além do mais a mídia apoiou desde o início o projeto de “desregulamentação” das telecomunicações, que envolveu o mercado de telefonia fixa e móvel (celular) e empresas estatais na área energética, acesso às novas tecnologias digitais e à Internet,

²⁸ Cf. Morais, Fernando. *Chatô: o rei do Brasil, 1994*, que mostra a vida de Assis Chateaubriand, um dos maiores “barões” da mídia brasileira e dono dos Diários e Emisoras Associados, com destaque para as suas relações “incestuosas” com o poder político em mais de quatro décadas. Vide também a obra de Mário Sérgio Conti, *Notícias do Planalto: a imprensa e Fernando Collor (1999)*, que desvenda os bastidores das relações, não raramente “promíscuas”, entre os empresários da comunicação, os jornalistas e o poder político. Em uma obra mais recente, intitulada *O consenso forjado* (2005), Francisco César Pinto da Fonseca relata o papel da grande imprensa brasileira na formação da agenda ultraliberal em respaldo à política econômica governamental de corte neoliberal do governo de Fernando Henrique Cardoso.

²⁹ Cf. Aguiar, I, op. cit, 2006, p. 52-109, oportunidade em que a família Marinho construiu o Projac/TV Globo, o SBT a Cidade Cenográfica e centro de produção, além da construção de novos parques gráficos no caso da mídia impressa: vide o exemplo de O Globo (Marinho) que gastou a soma aproximada de US\$ 150 milhões na renovação do seu parque gráfico; o mesmo o fez o Grupo Frias, da família Frias, controlador de várias empresas, a exemplo do jornal *Folha de S.Paulo*, com a construção de um dos maiores parques gráficos da América Latina para impressão a cores; e vários outros projetos, a exemplo do Grupo Correio Braziliense e outras empresas de comunicação de médio porte.

devido ao seu interesse financeiro nestes novos mercados que se abriram no país como parte do processo de “modernização” e projeto de “inclusão social” de seu governo.

Foram operações de crédito realizadas no bojo do “otimismo” instalado no país em razão do Plano Real, feitas através da captação de recursos financeiros estatais (para certos tipos de financiamentos), mas na sua maioria empréstimos contraídos no exterior, que, somados aos “desastres” de alguns “pacotes econômicos” do governo (alteração no câmbio), os colocaram na berlinda em termos financeiros nos primeiros anos do novo século. O que quase custou à falência da RBS (família Sirotsky), que apostou no programa de privatização do governo FHC, investindo pesado em telefonia com a aquisição da Companhia Rio-grandense de Telecomunicações (CRT) no Rio Grande do Sul, na criação de empresa de TV a cabo e da novidade da Internet.³⁰

Definição jurídica dos grupos societários

Segundo Waldirio Bulgarelli (1975; 1996a; 1996b)³¹, historicamente os grupos societários, conhecidos na Alemanha como *Konzerns*, aí regulados desde a lei das sociedades por ações (1937), e depois pela lei de 1965, inserem-se no fenômeno econômico de concentração de empresas, sob a forma de integração – participações societárias, resultando no controle de uma ou mais sobre as outras -, obedecendo todas a uma única direção econômica.³² Mantendo as integrantes as suas respectivas personalidades jurídicas, atuam no mundo jurídico co-

³⁰ Cf. Aguiar, I, op. cit, 2006, p. 52-109, vide o caso da decretação clamorosa da moratória do Grupo Marinho em outubro de 2002, além da venda de ativos e demissão de trabalhadores por parte de outros grupos, o que explica a aprovação, em tempo recorde, da entrada de capital externo no país também durante o processo eleitoral de 2002.

³¹ Cf. Bulgarelli, Waldirio. *Manual das Sociedades Anônimas*. 8. ed. São Paulo: Atlas, 1996. Vide respectivamente, o Cap. 11, intitulado “Grupos, consórcios, sociedades coligadas e subsidiária integral”, p. 285-317, e o Item 11.1, “A disciplina da Lei 6.404/76”, p. 285-297.

³² Bulgarelli, Waldirio. *Manual das Sociedades Anônimas*. 8. ed. São Paulo: Atlas, 1996, 285-287.

mo entidades autônomas, porém subordinadas economicamente a uma direção única. Portanto, são formas mais convenientes e flexíveis do que as clássicas de incorporação e fusão de empresas. Trata-se, assim, de participações financeiras, gerando laços e vínculos que mantêm as sociedades integradas.³³

Portanto, a doutrina mais recente utiliza do termo grupo no sentido de que as sociedades por ações, tendo atividades idênticas, próximas ou complementares, estão submetidas a uma direção econômica única, resultante do controle de seu patrimônio por uma dentre elas que exerce seu domínio pelo jogo de múltiplas participações financeiras. O autor esclarece que as fórmulas tradicionais econômicas de concentração, como horizontal e a vertical, podem também variar para a diagonal ou o conglomerado, cuja característica básica é a diversificação de produtos e atividades e de localização geográfica.³⁴

Para uma definição precisa de grupo, Bulgarelli afirma que podemos contentar-nos com a noção de que deve haver vínculos estreitos entre os participantes, com a sua autonomia jurídico-formal própria, mas subordinação à política grupal, cuja direção é da sociedade de comando, chamada sociedade-mãe, na Itália (também *cappo-grupo*), e na França, e conhecida em inglês como *holding*.³⁵ A *holding* pode ser pura – quando seu objeto único é o controle de outras sociedades –, ou mista – quando se dedica também a uma atividade empresarial. (No caso das RBS, nós podemos observar, ao longo do tempo, a existência dos dois modelos: quando era dona da telefônica CRT, TV a cabo e empresa de Internet, a controladora era a RBS Participações S.A; a RBS Comunica-

³³ Cf. Bulgarelli, Waldirio, op. cit., p. 287, citando Waldemar Ferreira, com o trabalho “Tratado de Direito Comercial” (Cf. *Revista Sociedade de Economia Mista*, 4. v. Ed. 1961), que, de acordo com Bulgarelli, era denominado de constelação planetária financeira. O autor utiliza igualmente a contribuição teórica de Champaud (Cf. Champaud, Claude. *Le Pouvoir de Concentration de la Société par Actions*. Sirey, 1962).

³⁴ Cf. Bulgarelli, Waldirio. *O Direito dos Grupos e a Concentração de Empresas*. São Paulo: Ed. Univ. de Direito, 1975.

³⁵ Bulgarelli, Waldirio. *Manual das Sociedades Anônimas*. 8. ed. São Paulo: Atlas, 1996, p. 287.

ções passou depois a controlar todas as empresas do grupo, incluindo as empresas de radiodifusão).

Lei 6.404/76 sobre os grupos econômicos

A Lei 6.404/76, de 1976, disciplina os grupos econômicos no Brasil, trata, na área de concentração de empresas, dos grupos de sociedades (art. 265) e ainda das sociedades coligadas (art. 243) das participações recíprocas (art. 244), dos consórcios (art. 278) e da subsidiária integral (art. 251), Bulgarelli lembra que a Lei 6.404/76 disciplinou os grupos, com a definição do controle e outras normas de responsabilidade dos diretores e da própria sociedade controladora, e ainda o grupo de direito, constituído entre controladora e controladas, através de convenção expressa.

Sendo assim, trata-se, portanto, do chamado grupo de direito, e não do grupo de fato, que se efetiva apenas pela participação de capital e outras formas, gerando o controle. A lei regula assim os grupos de direito e de subordinação, caracterizando-se este último pela direção unitária e por unir empresas de ramos afins ou conexos, e de coordenação, que se efetivam através de acordo, sobretudo, para a limitação recíproca da concorrência, estando as sociedades no mesmo pé de igualdade, sem controle de uma sobre outras.³⁶

A lei brasileira exige, preliminarmente, que o grupo seja formado entre a sociedade controladora e suas controladas, através de uma convenção pela qual se obriguem a combinar esforços e recursos para a realização dos respectivos objetos, ou a participar de atividades ou empreendimentos comuns (art. 265). Lembrando que essa conceituação ajusta-se àquela de sociedade do Código Civil (art. 1.363).³⁷

³⁶ Bulgarelli, Waldirio, *op. cit.*, p. 293-297.

³⁷ Cf. Bulgarelli, W., *Manual das Sociedades Anônimas*, Atlas, 1996, ressaltando que o Artigo 1.363 afirma: "Celebram contrato de sociedade as pessoas que mutuamente se obrigam a combinar seus esforços ou recursos para lograr fins comuns (arts. 18/20)", nota de rodapé nº 15, p. 293.

Segundo o autor, em verdade, o art. 16 do Código Civil atribui personalidade jurídica às sociedades comerciais, cuja existência começa com a inscrição dos seus atos constitutivos no registro (art. 18). O autor esclarece que o art. 271, da Lei n. 6.404, torna obrigatório o registro e a publicidade, declarando constituído o grupo somente a partir da data do arquivamento, no registro do comércio da sede da sociedade de comando, quando se pode falar em sociedade com personalidade jurídica.³⁸

Em resumo, com base na Lei n° 6.404, o grupo econômico foi concebido como uma verdadeira administração superior, emergente das sociedades participantes, com as seguintes características:

1. Deve ser formado [constituído] por convenção, aprovada pelas sociedades componentes.³⁹
2. Deverá ter designação. O autor explica que, neste caso, “tenha-se presente, a propósito, que a lei empregou a palavra designação para significar a identificação do grupo, só podendo ser usada também a expressão ‘grupo’ ou ‘grupos de sociedades’ por aqueles grupos de fato que se tenham tornado

³⁸ Cf. Bulgarelli, W., *Manual das Sociedades Anônimas*, Atlas, 1996, nota de rodapé n° 16, p. 294, que apresenta os termos do artigo 271, destacando que, considera-se constituído o grupo a partir da data do arquivamento, no registro do comércio da sede da sociedade de comando, sendo que as alterações da convenção do grupo serão arquivadas e publicadas os termos deste artigo [art. 271], observando-se o disposto no parágrafo 1°, do art. 135.

³⁹ Cf. Bulgarelli, W., *Manual das Sociedades Anônimas*, Atlas, 1996, ressaltando na nota de rodapé n° 18, p. 296, que o Artigo 269 estabelece a necessidade da designação do grupo, a indicação da sociedade de comando e das filiadas, as condições de participação das diversas sociedades, o prazo de duração, se houver, e as condições de extinção, as condições para admissão de outras sociedades e para a retirada das que o componham, os órgãos e cargos da administração do grupo, suas atribuições e as relações entre a estrutura administrativa do grupo e as das sociedades que o componham, a declaração da nacionalidade do controle do grupo e as condições para a alteração da convenção. No que tange a declaração da nacionalidade, a legislação estabelece que o grupo de sociedades considera-se sob o controle brasileiro se a sua sociedade de comando está sob o controle de: a) pessoas naturais residentes ou domiciliadas no Brasil; b) pessoas jurídicas de direito público interno; ou c) sociedades brasileiras que, direta ou indiretamente, estejam sob o controle das pessoas referidas, respectivamente, em “a” e “b”.

de direito, isto é, que tenham acrescido às suas vinculações societárias a convenção e cumprido as demais formalidades previstas no artigo 265 e seguintes da lei”.⁴⁰

3. Deverá ter uma administração própria.
4. Deverão ser fixadas as relações entre a estrutura administrativa do grupo e as das sociedades componentes, e os administradores das filiadas deverão obedecer às determinações da administração do grupo.
5. Cada sociedade componente manterá sua personalidade jurídica e seu patrimônio, e só por expressa disposição da convenção grupal poderá a administração do grupo representar perante terceiro a administração das filiadas.
6. Deverá haver uma sociedade de comando.
7. A convenção poderá ser aberta ou fechada, permitindo ou não o ingresso de novas sociedades.
8. A convenção será aprovada pelas sociedades componentes, seguindo as regras da alteração do contrato social ou do estatuto social, concedido o direito de recesso aos minoritários dissidentes.
9. A convenção deverá ser arquivada e publicada no registro de comércio.
10. O grupo só será considerado constituído após o arquivamento da convenção no registro de comércio.

⁴⁰ Cf. Bulgarelli, W., *Manual das Sociedades Anônimas*, Atlas, 1996, p. 296, que promove em seu estudo um debate interessante sobre o termo designação tanto interno como externamente ao grupo em questão, destacando que o parágrafo 3º do artigo 271, da Lei nº 6.404, determina que, a partir da data do arquivamento, a sociedade de comando e as filiadas passarão a usar as respectivas denominações acrescidas da designação do grupo. Portanto, no caso dos grupos de direito trata-se da identificação que será acrescida à denominação das sociedades componentes, quando ter-se-á, na prática, o emprego da expressão grupal da seguinte forma: Sociedade X, do Grupo Y, ou equivalente, p. 296.

11. Após a constituição do grupo, as sociedades filiadas deverão acrescer às respectivas denominações a expressão da designação do grupo.
12. Só os grupos assim constituídos poderão usar a expressão “grupo” ou “grupos” de sociedades.
13. Os grupos só poderão ser constituídos por sociedades, e não por outros tipos de pessoas jurídicas, nem por empresas individuais.

Formas corporativas de representação do empresariado

Redemocratização e a participação política

Antes da discussão mais diretamente ligada aos chamados “Grupos de Mídia”, é fundamental debater, por último, as formas de organização corporativas, de maneira geral, dos grupos econômicos. Neste sentido, as obras de René Armand Dreifuss (1986), Maria Antonieta Parahyba Leopoldi (2000), juntamente com os estudos de Renato Boschi (1979) e Eli Diniz (2002), entre outros, ajudam a entender o contexto político e econômico em que se estrutura o Estado brasileiro na sua relação com as diferentes classes sociais em conflito. Elas nos fornecem elementos importantes para se pensar o papel do empresariado numa perspectiva democrática, incluindo nesse debate os grupos de comunicação.

Em sua obra famosa *O Jogo da Direita*, René Armand Dreifuss (1986) explica que certos quadros dirigentes do empresariado no bojo do processo de transição do autoritarismo à democracia no Brasil começaram um esforço persistente para reativar ou criar organizações empresariais, tendo em vista a necessidade de continuar a influir nas decisões do governo, só que numa situação pluralista e de jogo aberto, isto é, participando de eleições democráticas e se preparando para enfrentar novos desafios.⁴¹

⁴¹ Cf. Dreifuss, René Armand, *O jogo da direita*, À guisa de prefácio, p. 16-17, Introdução, p. 25-45, e o item Pivôs político-ideológicos, p. 49-50.

Neste sentido, a intenção dos empresários com maior visão política era criar órgãos fora dos formatos tradicionais de associação patronal, não somente envolvidos com análise, consultoria e *lobby*, mas também com o planejamento e a coordenação da ação política classista. Pretendia-se, que funcionassem como instâncias das quais uma formação política mais ampla – uma classe, um bloco, uma coligação de forças, à qual pertencem e, em última instância, orientam e estimulam – fosse capaz de retirar sua referência ao alterar posições e modificar a sua situação na correlação de forças.⁴²

No Brasil, a representação corporativa do empresariado nacional comporta entidades que fazem parte de um sistema corporativo sindical e, ao mesmo tempo, de associações civis privadas e regulamentadas pela Constituição de 1988, que formam um sistema extra corporativo. As associações privadas estão asseguradas pelo art. 8º, inciso III, que estipula que elas são responsáveis pela defesa dos direitos e interesses coletivos de determinada categoria, abrangendo entre outras coisas as questões judiciais e administrativas. Portanto, existe um caráter duplo por setores e ramos no qual as empresas participam e se organizam, de um lado, sob a tutela do Estado, e de outro, operando fora desta tutela, mas regulamentado pelo Estado.⁴³

Em resumo, Maria A. P. Leopoldi (2000) apresenta uma periodização bastante sucinta sobre a evolução do sistema corporativo brasileiro⁴⁴, constituído:

⁴² Cf. Dreifuss, Renè Armand, op. cit., p. 49-50, que o autor chama de pivôs político-ideológico, cujo objetivo é desenhar cursos de ação imediata, agindo como eixos de poder, que nascem para acompanhar e condicionar o processo político mais amplo, que inclui o relacionamento com o governo estatal, o sindicalismo, parcelas escolhidas do público em geral e a mídia. .

⁴³ Cf. Silva, Rodrigo Orlando. *Redes Transassociativas: análise da participação dos grupos econômicos e financeiros na estrutura de representação de classe no Brasil*. Monografia (Graduação em Ciências Sociais). Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, 18 de dezembro de 2018, p. 59-60.

⁴⁴ Cf. Leopoldi, Maria A. P. *Política e interesses na industrialização brasileira: as associações industriais, a política econômica e o Estado*, 2000, p. 294-304.

- Por entidades de representação de interesses, sistema agora transformado em semicorporativo (CNI, federações e sindicatos) e pelas entidades que ficam fora desse sistema semiformal (as associações paralelas, autônomas) e mais uma grande quantidade de entidades ligadas a pequenas, médias e microempresas.
- Organizações de mobilizações, que se formam em conjunturas políticas de crise de transição política, que demandam uma atuação específica e que vão além do setor industrial, caracterizando-se como uma coalizão política, que envolve o empresariado local e estrangeiro, quase sempre ligado aos grandes grupos econômicos;
- Os *think tanks*, instituições civis, com o objetivo de pensar novos referenciais setoriais e globais que orientem a nova política industrial e até mesmo a política macroeconômica do governo (Cf. IPES, durante o regime autoritário, e, mais recentemente, o Instituto de Estudos para o Desenvolvimento Industrial (IEDI), além do Instituto Atlântico e o Instituto Liberal).⁴⁵

O principal objetivo de Leopoldi é descrever e analisar a atividade dos industriais com o objetivo de construir suas associações de classe e sensibilizar os governos para suas reivindicações e analisar o conteúdo dessas reivindicações, voltadas principalmente para a obtenção de medidas protecionistas⁴⁶, como a regulação tarifária seletiva das importações, o incentivo ao parque manufatureiro interno e o controle cambial.⁴⁷ As associações civis funcionam de forma autônoma e, ao

⁴⁵ Cf. Leopoldi, Maria A. P. op. cit., p. 303-304.

⁴⁶ Cf. Leopoldi, Maria A. P., op. cit., p. 20-21, cuja discussão assume atualmente outro caráter com a preocupação com a questão da inclusão social, das formas de aquisição e regulação da propriedade (urbana e rural, pública e privada), e uma crítica ao modelo keynesiano e ao *ethos* desenvolvimentista que vigorou no país de 1930 aos 1970.

⁴⁷ Cf. Boschi, Renato. *Elites industriais e democracia*, 1979, p. 53-54, que destaca a participação empresarial referente às condições para a acumulação de capital no Brasil: a) legislação trabalhista; b) à intervenção estatal na economia; c) as posições frente

contrário das entidades corporativas tradicionais, são elas que decidem voluntariamente se associar e pagar uma contribuição para manter a associação, ou a entidade (Cf. Diniz; Boshci, 2007, p. 46).

Associações empresariais dos Grupos de Mídia

Portanto, é neste contexto que podemos inserir a discussão em torno das formas de representação de classe dos grupos de mídia. Inclusive do ponto de vista das demandas corporativas de classes, os empresários da comunicação se organizam em entidades autônomas em relação à CNI, por exemplo, no plano nacional, ou mesmo da FIESP em São Paulo, devido a sua importância política e econômica, que transcende muitas vezes o estado paulista. O mesmo ocorre no plano estadual em relação às entidades corporativas regionais, como é o caso das federações e associações industriais.

Eles formam organismos paralelos de participação, organizando-se de forma extra corporativa em torno das suas demandas e reivindicações. As duas principais associações do setor de comunicação são a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert) e a Associação Nacional de Jornais (ANJ), só para citar os dois ramos mais importantes do setor, o de radiodifusão e mídia impressa.

Essas entidades empresariais têm sede em Brasília, mantendo escritórios espalhados pelo país, com a publicação de jornais, boletins, e portais na Internet. Podemos citar, como exemplo da força dessas entidades sindicais, a ação política da ABERT no Congresso Nacional em prol da aprovação da emenda 222 à Constituição Federal no Congresso Nacional, em pleno calor das eleições de 2002, com o apoio da bancada do PT, durante a vigência do mandato do Presidente FHC. Além do combate sistemático contra as rádios comunitárias, previstas em lei.

ao capital estrangeiro e a transferência de tecnologia. Vide também: (Cf. Boschi, Renato; Diniz, Eli; Santos, Fabiano. *Elites políticas e econômicas no Brasil contemporâneo: a desconstrução da ordem corporativa e o papel do Legislativo no cenário pós-reformas*. São Paulo: Fundação Konrad Adenauer, 2000).

Em resumo, os grupos de comunicação têm como principal marca os seguintes aspectos:

- Eles se organizam em torno de entidades corporativas e sindicais fora do âmbito dos setores industriais convencionais.
- São associações empresariais nacionais, com escritório em Brasília (DF), e que se desdobram em associações regionais por todo o país.
- Mantêm em seus quadros dirigentes que ocupam o posto de diretor institucional do Conselho de Administração do grupo correspondente ou na diretoria das empresas do grupo, ligados às iniciativas de lobby e de consultoria junto às instâncias decisórias do Congresso Nacional e assembleias legislativas estaduais.⁴⁸
- Participam diretamente no assessoramento de parlamentares de sua confiança, membros das comissões de seu interesse corporativo no Congresso, comissões essas relacionadas diretamente às políticas protecionistas do setor de comunicação, a exemplo de outorgas na área de radiodifusão, tecnologia e Internet. Portanto, suas ações políticas são mais sutis e menos visíveis publicamente, pois não há maior necessidade de mobilizar apoio de aliados externos, são mais técnicas, e mais universais.⁴⁹

⁴⁸ Várias associações mantêm escritórios próprios em Brasília (caso da Abert) ou contratados para desempenhar funções de *lobby*, comumente denominadas de “relações institucionais” ou “governamentais”. Quase a toda atividade de *lobby* é realizada por equipes de profissionais, sendo que essa nova realidade tem contribuído, inclusive, para a consolidação de uma nova categoria profissional: lobista dos interesses da indústria. (Cf. Diniz; Boschi, 2003, p. 23).

⁴⁹ Neste sentido as associações podem falar em nome de todos aqueles interesses que requer, para a sua realização, uma taxa de acumulação sadia e contínua. Mas também negativas, atuando no sentido de impedir que o Governo adote medidas imprudentes ou inoportunas em relação aos seus interesses de classe, já que o Estado deve atuar sempre a seu favor. (Cf. Silva, Rodrigo Orlando. *Redes transassociativas: análise da participação dos grupos econômicos e financeiros na estrutura de representação de classe no Brasil*. Monografia (Graduação em Ciências Sociais). Universidade Fede-

- Os empresários da comunicação também atuam em rede, sendo que os donos e seus prepostos se revezam na participação de outras entidades do seu setor e fora dele, e mesmo de entidades corporativas da indústria e comércio. Mas suas associações empresariais possuem maior grau de autonomia e raio de influência política também muito maior, devido aos instrumentos estratégicos que controlam – a informação –, dando-lhes acesso privilegiado, em vários aspectos, a instâncias superiores de decisão.
- Algumas dessas entidades são: Abert, ANJ, Aner, Abranet, ABTA, ABAP, ADJORI Brasil, etc., no plano nacional, só para citar algumas; e no plano estadual, temos: Agert (RS), Acaert (SC), ADJORI (SC), ADI (SC) etc.

ral de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, 18 de dezembro de 2018, p. 60, com base em Offe; Wiesenthal, 1984, p. 80).

2

DEFINIÇÃO DOS GRUPOS ECONÔMICOS DE COMUNICAÇÃO

A influência do Intercom

Concluída a discussão teórica, tendo como base a Teoria dos Grupos Econômicos, vamos procurar definir o que entendemos por Grupos Econômicos de Comunicação ou os chamados Grupos de Mídia, como nos referimos até o presente momento. O estudo de Paulo Fernando Liedtke, intitulado “A abordagem dos Grupos de Mídia em GP da Intercom”, apresentado no grupo de pesquisa Políticas e Estratégias de Comunicação, durante o 37º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, promovido pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), realizado em Foz do Iguaçu (PR) em setembro de 2014, resume bem a problemática sobre o assunto.¹

O autor defende a hipótese de que “o tema Grupos de Mídia não compreende necessariamente um conceito recorrente entre os artigos apresentados no GP, mas é uma forma de caracterização das empresas

¹ Cf. Liedtke, Paulo Fernando. A abordagem dos Grupos de Mídia em GP da Intercom. Foz do Iguaçu (PR): Intercom – XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, de 2 a 5/9/2014, p. 3-4. Para investigar a abordagem dos Grupos de Mídia através do mapeamento das comunicações apresentadas de 2000 a 2013, pelo Grupo de Pesquisa (GP) Políticas e Estratégias de Comunicação, nos congressos da Intercom, o autor procurou através de um estudo comparativo investigar os anais disponibilizados pela entidade, por meio da categorização dos objetos e temas tratados nas comunicações utilizando esta categoria analítica.

de comunicação como objeto de pesquisa”. De acordo com Liedtke, os autores não utilizam uma teoria específica para sua conceituação.² Assim, com base nesta perspectiva teórica, é que procuramos desenvolver a nossa argumentação em torno da formulação do conceito, considerando o seu conteúdo em caráter preliminar. Por isso, o nosso esforço compreendido até aqui.

Concordamos com o pesquisador acima, quando afirma que “a busca de um conceito válido passa pela linha de abordagem utilizada no âmbito desta congregação de pesquisa”, procurando situar a incidência dessa terminologia entre os artigos científicos apresentados no decorrer de sua história.³ Portanto, o estudo tem por objetivo investigar a abordagem dos Grupos de Mídia através do mapeamento das comunicações apresentadas de 2000 a 2013 nos congressos da entidade. Neste sentido, o autor se baseia no mapeamento realizado pela professora Juçara Brittes (2012), que resume as pesquisas acumuladas por mais de uma década no âmbito da Intercom.⁴

² Liedtke, Paulo Fernando. A abordagem dos Grupos de Mídia em GP da Intercom. Foz do Iguaçu (PR): Intercom – XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, de 2 a 5/9/2014, acrescentando que o método comparativo contribui para a visualização da identidade teórica do GP, fortalecendo-o como espaço de geração e compartilhamento de conhecimentos na temática abordada.

³ Cf. Liedtke, Paulo Fernando. A abordagem dos Grupos de Mídia em GP da Intercom. Foz do Iguaçu (PR): Intercom – XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, de 2 a 5/9/2014, p. 3, lembrando que o GP de Políticas e Estratégias de Comunicação foi criado em 1992 sob a denominação *Economia Política da Comunicação*, com os seguintes objetivos: reunir a documentação das atividades de luta por políticas públicas democráticas de comunicação no País; documentar e analisar as legislações nacionais e internacionais da comunicação; documentar e analisar as políticas de implantação de novas tecnologias no Brasil; e abordar tópicos teóricos relevantes para o debate de uma política nacional de Comunicação. (Peruzzo; Moreira, 2002 apud Brittes, 2012, p. 3).

⁴ Cf. Brittes, Juçara Gorski. Estudo comparativo sobre políticas públicas de comunicação na América Latina. Anais do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Fortaleza, 2012. Segundo Brittes, o tema Políticas Públicas de Comunicação obteve 22,5% dos 240 artigos apresentados no GP da Intercom entre 2000 e 2012. No relatório apresentado (Brittes, 2012, p. 10-11) este tema agrupou vários subtemas; e ela identificou onze categorias temáticas e 72 subtemas. O objeto mais representativo, estudado em 48 trabalhos, é Políticas Públicas de Comunicação, agrupando o subte-

O termo Grupos de Mídia tem sido referenciado pelos pesquisadores para apontar os conglomerados empresariais de comunicação que controlam e operam os tradicionais veículos de comunicação massivos, ou seja, empresas de radiodifusão com suas emissoras de rádio e televisão aberta ou por assinatura, a chamada mídia impressa com seus jornais e revistas, os portais de Internet e as novas plataformas de informação e entretenimento, entre outros.

Outros termos são utilizados para identificar as organizações responsáveis pelos meios de comunicação: empresas de mídia, donos da mídia, empresas ou grupos de comunicação, para citar alguns, variando conforme a preferência do pesquisador. Mas diante dessa variedade, é oportuno verificar como as referências científicas do campo da comunicação contribuem conceitualmente para a correta apropriação terminológica. Portanto, é oportuno analisar como é estudado este segmento da comunicação.

A *Enciclopédia Intercom de Comunicação* (2010, p. 612), fonte de informação científica produzida por diversos pesquisadores da entidade, utiliza o termo “Grupos Internacionais de Mídia” para referir “as corporações planetárias de comunicação, provedoras de informação e entretenimento, alcançando TV aberta e por assinatura, quadrinhos, revistas, rádio, jornais, cinema, música, livros, internet, games, telefonia, entre outros”.

O termo Grupos de Mídia muitas vezes é enfocado para apontar a concentração de propriedade nos meios de comunicação brasileiros. Venício Arthur de Lima (2001) é um dos que apontam o predomínio de elites políticas, religiosas e familiares no controle da mídia nacional, prevalecendo um modelo de propriedade cruzada no setor, ou seja, um

ma Grupos de Mídia, entre outros. A autora identifica como abordagem predominante “as políticas públicas de comunicação atinente a grupos midiáticos” (Brittes, 2013, p. 36) Entre 2000 e 2010, aparece somente um artigo, em 2007, enfatizando Grupos de Mídia no enfoque das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs). A abordagem predominante é voltada “aos trabalhos que tratam da apropriação das TICs pelos grupos de mídia” (Brittes, 2013, p. 41).

mesmo grupo comandando emissoras de rádio e televisão, jornais e outros segmentos de informação e entretenimento. “[...] Uma das principais características dos grupos brasileiros é sua dimensão multimídia e o grande poder de concentração. Esse fato é resultante da não existência na legislação brasileira de forma que impeçam a concentração e a propriedade cruzada dos grupos de mídia” (Cabral; Cabral Filho, 2000, p. 2).

Pioneirismo na conceituação

Edgar Rebouças (2000, p. 9) foi o primeiro pesquisador a utilizar o termo⁵, seguido por Eula Cabral e Adilson Cabral Filho (2000, p. 2), quando aparece de forma mais explícita, a partir do artigo “Do massivo ao local: a perspectiva dos grupos de mídia”, que mostram que:

[...] a busca de novos e diversificados públicos justifica-se numa tendência que implica em aspectos culturais, políticos e também econômicos (o acesso mais imediato às tecnologias de comunicação e a adoção de novos mercados, visando a circulação de bens de consumo entre os grupos de mídia).

Denis Moraes (1998) permanece como referência de Cabral e Cabral Filho (2000, p. 8) para afirmarem que “com a desregulamentação, os países passaram a ser vistos pelos grupos de mídia como lugares sem fronteiras, possibilitando o crescimento dos conglomerados na América Latina”. As novas tecnologias também são por eles enfatizadas (p. 13) para apontar as transformações no setor. Para ambos (idem) a percepção de que a Internet poderia ser aproveitada a favor dos grupos de mídia surgiu com o próprio desenvolvimento da Internet comercial.

⁵ Segundo o autor, “[...] o que caracteriza uma proximidade dos modelos de estabelecimento de políticas nacionais de comunicações são as peculiaridades que decorrem das relações que provocam entre cada governo e as demais esferas de poder, como empresários, congressistas, partidos, igrejas, associações, sindicatos e grandes grupos de mídia. A falta de uma regulamentação mais clara e aberta aos interesses da sociedade também se apresenta como variável de destaque.”

Compreender o suporte da rede e sua lógica comunicacional passa a ser um componente determinante no desenvolvimento de estratégias das empresas de mídia (p. 14).

Eula Cabral, em artigo de 2003, aborda a entrada do capital estrangeiro no Brasil num ambiente de crise e alerta da sociedade, analisando, criticamente, se seria salvação ou escândalo dos grupos de mídia brasileiros que insistem em ver o capital estrangeiro como único recurso para seu posicionamento no mercado. A autora (2003, p. 2) busca em Thompson (1998) as transformações ocorridas na mídia a partir dos anos 1990: concentração, diversificação, globalização e desregulamentação. Conclui que, assim, possibilitou-se a internacionalização dos grupos de mídia, independentemente de sua dimensão e poderio (local, regional ou nacional).

Eula verifica como poucos grupos passaram a controlar os veículos de comunicação nacionais e sugere uma análise mais profunda nas obras de Fadul (1998), Lima (2001), Moraes (1998), Caparelli (1982), dentre outros. Afirmar ela (2003, p. 2) que as obras citadas servem para demonstrar que os grupos de mídia brasileiros atuam em vários segmentos. São emissoras de rádio, televisão, provedores de Internet, televisão por assinatura, jornais e outros tipos de negócios que envolvem, também, os setores primário, secundário e terciário da economia. Algumas fusões e parcerias são relatadas para comparar como os grandes grupos nacionais se associam aos maiores grupos de mídia mundiais (p. 3).

Também no congresso de 2012, Edgar Rebouças et al. utilizam Murilo Ramos (2005) para mostrar que “os grupos de mídia estão longe de considerar a comunicação como um direito humano” (p. 4). Afirmam (p. 14) que, diante da ausência dos pilares da democracia, os grupos de mídia brasileiros impulsionaram a comercialização dos bens simbólicos, privatizaram a liberdade de expressão e, em lugar de servir ao interesse da sociedade, consolidaram-se como legitimadores do modelo econômico hegemônico. Além disso, tomaram de refém governos que não

se comprometem com o estabelecimento de política de Estado para o campo das comunicações.⁶

Também no congresso de 2007, desta vez Eula Cabral mostra como os grupos de mídia brasileiros vêm se posicionando diante das novas tecnologias. Parte do pressuposto que estas se tornaram fundamentais no fortalecimento desses grupos. A autora mostra (p. 5) dados da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), sobre a expansão dos assinantes de TV por assinatura, que na época possuía 155 operadoras, a maioria ligada a grupos de mídia. Cabral (p. 6) utiliza Dizard Jr. (2000) para demonstrar como os grupos de mídia querem sempre ter vantagem mercadológica sobre os seus concorrentes, escolhem a melhor estratégia para operar em vários veículos de diversas formas, incluindo filmes, televisão, parques temáticos, livros etc. Assim, terão mercados segmentados e poderão crescer.

A noção de Grupos de Mídia como recurso linguístico

Para Liedtke, o termo Grupos de Mídia nos artigos pesquisados “representa mais uma preferência linguística de alguns pesquisadores do que propriamente um conceito referencial para a área de comunicação.”⁷ Nas análises, a utilização é feita como uma expressão genérica para apontar as empresas de comunicação. O Grupo Abril foi à única corporação midiática brasileira explicitamente pesquisada. Portanto, ainda é uma incidência pouco representativa diante da quantidade de trabalhos apresentados.

⁶ A autora (2005, p. 11) refere-se também a Caparelli e Lima (2004), os quais apontam que, para os grupos de mídia, o domínio do mercado é natural. Porém, mesmo com o apoio do Governo, no caso do Brasil, percebe-se que os grupos de mídia vêm passando por crises financeiras decorrentes de problemas econômicos das políticas internas do País ou internacionais ou, ainda, de má administração de suas companhias.

⁷ Liedtke, Paulo Fernando. A abordagem dos Grupos de Mídia em GP da Intercom. Foz do Iguaçu (PR): Intercom – XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, de 2 a 5/9/2014, p. 11-12.

Sem referencial em autores e teorias fundantes, as fontes consultadas também são heterogêneas. Os artigos analisados não apresentam uma matriz teórica predominante, nem mesmo autores seminais que representem uma referência consensual para formular um modelo normativo para estudos na área. Aparecem autores como Moraes, Thompson, Fadul, Lima, Caparelli, Ramos, Barbero, Caldas, Bayma, Dizard Jr, Mate-lart, entre outros, mas em nenhum momento representam um marco teórico predominante nas análises. Destacam-se as contribuições teóricas e metodológicas de Rebouças e Fadul, tanto para o uso de pesquisas comparativas em estudos da área (2000), a contribuição das bases teóricas ao estudo de políticas e estratégias de comunicação (2003), ou mesmo uma perspectiva metodológica para os estudos dos sistemas e grupos de mídia (2005).

Contudo, o autor conclui o estudo afirmando que a maior incidência foi no congresso de 2011 com seis artigos (apenas três nos congressos de 2003, 2005 e 2007), ficando de fora na maior parte do tempo. Apesar de aparecer em 23 artigos, de 266 apresentados em 14 anos do Grupo de Pesquisa, há restrição no número de pesquisadores que utilizam os Grupos de Mídia em suas análises. Além de representar menos de 10% dos objetos de pesquisa, percebe-se o predomínio temático nos artigos de Edgar Rebouças, Adilson Cabral e Eula Cabral, autores que posteriormente abandonaram o uso da expressão. Eula Cabral, por exemplo, passa a adotar o termo “mídia brasileira” em suas análises, como se percebe nos trabalhos apresentados em 2006 e 2007.

Prosseguimos a revisão da literatura junto aos GTs do Intercom no período compreendido entre 2014-2018, que corroboraram a tese de Liedtke. Praticamente, são os mesmos autores estudados acima. Outra constatação da pesquisa: houve realmente o abandono do conceito Grupos de Mídia pelos teóricos em comunicação. Neste sentido, propomos o seu retorno. Ele é sumamente necessário para a obtenção de um conceito guarda-chuva, capaz de melhor refletir e dar conta de maneira mais profícua sobre a compreensão deste importante agente

social e político, que são os grupos de comunicação. Não somente em razão das ideias levantadas na Teoria dos Grupos Econômicos como também devido às razões que mostraremos, a seguir.⁸

Observamos nos trabalhos da área de Economia Política em Comunicação a falta de um conceito aglutinador, capaz de dar conta da complexidade do problema que envolve os grupos poderosos de comunicação no Brasil. Já que os trabalhos trafegam entre conceituações por demais genéricas sem conseguir estabelecer um elo claro de ligação entre os grupos de mídia e o sistema econômico e financeiro. Aliás, poucos trabalhos dão ênfase a esta dimensão financeira, na maioria das vezes de maneira tangencial. Outro dado importante é referente há pouca discussão nas pesquisas sobre as alternativas de representação de classe dos donos da mídia e a sua atuação em rede, conforme mostramos acima.

Retomada do conceito Grupos de Mídia

Na literatura estrangeira, observamos a presença da noção “grupos de comunicação” e não mais grupos de mídia, os chamados “Grupos Comunicacionales” como são denominados pelos pesquisadores mexicanos, através das investigações da Unam/México. E um dos seus maiores expoentes é certamente Raúl Trejo Delarbre (2010), presidente da Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI), autor de 17 livros, cujos mais importantes são: *Viviendo en El Aleph. La Sociedad de la Información y sus labirintos* (Gedisa, Barcelona, 2006) e *Televisión y educación para la ciudadanía* (Cal y Arena, México, 2009).

O seu trabalho mais conhecido, publicado no Brasil pela *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação* do Intercom, é “Muchos me-

⁸ Importante destacar, nesta discussão teórica, a colaboração dos pesquisadores do Núcleo de Estudos Sociopolíticos do Sistema Financeiro (Nesfi), vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), cujo debate em torno dos Grupos Econômicos e Financeiros ensajou a pensar o conceito de Grupo Econômico de Comunicação há alguns anos atrás (vide nossa monografia de Tese), oportunidade em que viemos batalhando para o seu aperfeiçoamento.

dios en pocas manos: concentración televisiva y democracia en América Latina” (2010), no qual o autor faz um estudo comparativo dos quatro grandes grupos de comunicação na América Latina, o Grupo Clarín na Argentina, o Grupo Globo no Brasil, o Grupo Televisa no México e o Grupo Cisneros na Venezuela, que são as corporações midiáticas com maior presença e capacidades comunicacionais nesta região.⁹

Delarbre destaca que a “propiedad de las empresas mediáticas más importantes por parte de unos cuantos magnates, habitualmente bien relacionados con grupos de interés político, tiene consecuencias en la calidad de la vida democrática.” E “en otros textos hemos denominado *mediocracia* a la influencia política y social de la televisión y de las empresas mediáticas, especialmente en México.” Os grupos de comunicação ainda que mantenham uma boa base lucrativa na televisão aberta, de acordo com o autor, a sua existência não depende necessariamente da presença fundamental desse meio, atualmente bastante diversificado devido às novas tecnologias.

Isto é, constituídos em seus inícios por famílias que lhes deram origem, hoje em dia os grupos de comunicação têm diversificado suas estruturas internas: funcionam como redes corporativas e já não mais como empresas tradicionais. Afirmo o autor:

El control que mantienen sobre las principales frecuencias de la televisión abierta es uno de los puntales [constatação] de esas posibilidades mediáticas pero hoy en día se trata

⁹ Cf. Delarbre, Raúl Trejo. Muchos medios en pocas manos: concentración televisiva y democracia en América Latina. São Paulo: *Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, v. 33, n. 1, p. 17-51, jan./jun. 2010, p. 21-14, afirmando que a concentração dos meios constitui uma tendência corporativa e, dessa maneira, também cultural, política e social em todo o mundo. Segundo o autor, “pero en algunos países de América Latina esa realidad en el panorama mediático es más grave debido a que no siempre existen restricciones legales a la propiedad de muchos medios en una pequeña cantidad de manos”, diferentemente dos Estados Unidos e Canadá, e desde logo na União Europeia, onde existem regras que impedem ou mesmo dificultam a concentração de recursos midiáticos. Mais do que isso, a concentração dos meios não é tema frequente no discurso nem das preocupações dos atores políticos e sociais quando se referem às condições necessárias para alcançar a uma democracia plena.

de grupos con versátiles y cambiantes ramificaciones". Pois a "producción originalmente realizada para la televisión abierta puede ser difundida por sistemas de televisión de paga, por cable o satélite", destaca o pesquisador mexicano.

Para Delarbre, afirmar que há muitos meios em poucas mãos significa dizer que existe uma concentração mediática, colocando em risco a democracia, por não refletir a pluralidade de opiniões e os interesses conflitantes na sociedade (p. 21-24). Nas palavras do autor:

La concentración en la propiedad de las empresas en este sector ha constituido la atadura más significativa para que los medios contribuyan al fortalecimiento de la democracia. Las alianzas financieras y el desarrollo tecnológico contribuyen a que haya muchos medios en pocas manos. En busca de mayor rentabilidad, con frecuencia las empresas mediáticas se fusionan. Y la facilidad que ofrecen las nuevas tecnologías de la comunicación para que los mensajes de unos cuantos medios sean reproducidos por muchos más, ya sea de manera simultánea o diferida, facilita esa concentración.¹⁰

Muitos meios em poucas mãos significam restrições para se alcançar a diversidade de perspectivas que os cidadãos têm direito a receber acerca dos assuntos públicos. Quer dizer, a concentração de muitos meios em poucas mãos constitui uma das principais limitações ao pluralismo democrático nas sociedades contemporâneas. Neste sentido, o autor reforça a sua tese, lembrando o trabalho da professora Gillian Doyle, que tem dado prioridade à pesquisa sobre o tema, destacando:

El pluralismo generalmente se encuentra asociado con la diversidad en los medios; la presencia de muchas voces distintas e independientes y de opiniones políticas y representaciones de la cultura discrepantes dentro de los medios. Los ciudadanos esperan y necesitan que haya diversidad y pluralidad en las fuentes de contenido de los medios (Doyle, 2002, p. 11-12).

¹⁰ Cf. Delarbre, Raúl Trejo. Muchos medios en pocas manos: concentración televisiva y democracia en América Latina. São Paulo: *Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, v. 33, n. 1, p. 17-51, jan./jun. 2010, p. 21-14.

Assim como o pluralismo é necessário à competência política, também é um dos valores primordiais na conformação da cultura política que resulta necessária em todo regime democrático. Nas palavras da autora:

El pluralismo político – dice la autora antes citada– se refiere a la necesidad, dentro de los intereses de la democracia, para que haya variedad de opiniones políticas y puntos de vista representados en los medios. La democracia estaría amenazada si una sola voz, con el poder de propagar un solo punto de vista, se volviera demasiado dominante (Doyle, 2002, p. 11-12).

Portanto, existe amplo consenso sobre a grande influência dos mídia ao limitar o poder das instituições políticas. De acordo com Delarbre:

En realidad, siempre tuvieron mucha influencia y los políticos intentaron servirse de ella. Lo nuevo, además de la mayor exposición del público a los medios, es que se ha salido de una época en la que estaban mayoritariamente vinculados a los partidos políticos y, en algunos casos, éstos ejercían cierto control sobre aquéllos; actualmente muchos medios se han independizado de las estructuras partidarias y han pasado a formar parte de grupos económicos no subordinados al poder político y con intereses muy diversificados (PNUD, 2004, p. 161-162).

Para o investigador mexicano,

Hoy en día no existe actividad pública que se desarrolle al margen de los medios. Por otra, en casi toda América Latina las empresas de comunicación han ganado, respecto del poder político, una autonomía que les permite mayor capacidad de maniobra y que las consolida como un poder fáctico que en algunos casos alcanza gran influencia. [...] La capacidad de acción y presión políticas que llegan a tener los medios en algunas circunstancias puede ser mayor, incluso, a la que tienen las instituciones del Estado o los partidos políticos.

Afirma Delarbre:

En las sociedades contemporáneas los medios de masas, especialmente la televisión, se han convertido em espacios

esenciales para la construcción de consensos. Para la mayor parte de los ciudadanos son la principal fuente de información acerca de los asuntos públicos. Si esa información es parcial, la apreciación de los ciudadanos acerca de tales asuntos será insuficiente. En otras palabras, las insuficiencias de los medios se pueden convertir en algunas de las deficiencias en los regímenes democráticos. Los medios tienen la capacidad de generar agenda, de predisponer a la opinión pública a favor o en contra de diferentes iniciativas y de erosionar la imagen de figuras públicas mediante la manipulación de denuncias.

O autor conclui, afirmando que

La capacidad de los medios para influir y contribuir a moldear las percepciones de los ciudadanos acerca de los asuntos públicos suele estar directamente relacionada con la posibilidad que tienen para difundir sus mensajes con amplitud. Y esa capacidad de propagación depende en buena medida de la cantidad de recursos comunicacionales que se encuentren orientados por los mismos intereses.

A centralidade da mídia na política

Novamente nos baseamos em Liedtke (2006), que reforça a tese acima, afirmando que como a maioria da população normalmente não testemunha os acontecimentos políticos na esfera nacional, ela depende da mediação dos jornalistas para saber o que os políticos e governantes estão fazendo em seu benefício. Por isso, ao assumir este importante papel de mediação política, a mídia torna-se central no processo, levando e trazendo informações de interesse público. É o que trabalha na teoria geral da política midiática o cientista político John Zaller (1999), professor da Universidade da Califórnia, que concebe a política contemporânea como a passagem de um modelo de política de partidos (*Party Politics*) para um modelo de política midiática (*Media Politics*).¹¹

¹¹ Liedtke, op. cit., 2006, p. 17, citando Gomes (2004, p. 426-427). (Cf. Gomes, W. *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus, 2004).

A mídia é o principal instrumento na formação do imaginário social, pois ela é a principal porta de entrada dos indivíduos para o cotidiano informativo. Isso se aplica principalmente à televisão, pois ela representa fonte importante de informação política e entretenimento para a população. Seus recursos informativos e estéticos são altamente persuasivos, interferindo em vários segmentos da vida em sociedade, seja na cultura, na política ou na economia, com consequências perceptíveis na esfera pública. Assim, não compreendemos alguns fenômenos sociais sem levar em consideração o poder da mídia.

Segundo Dênis Moares (2003, p. 188), a mídia passa a ocupar posição de destaque no âmbito das relações produtivas e sociais, visto que é no domínio da comunicação que se fixa a síntese político-ideológica da ordem hegemônica. Na mesma linha de raciocínio segue o pesquisador Marcos Dantas (2002) no livro *A lógica do capital-informação*:

A terceira revolução tecnológica das comunicações, com o progresso da microeletrônica, a evolução dos computadores, o advento dos satélites, fibras óticas, microondas e outras formas de transmissão, oferecem ao capital novos meios para processar e transmitir informação. Todas essas inovações resultam em investimentos das grandes corporações ou pelo Estado, orientados na busca de soluções técnicas que tornem cada vez mais rápido, eficiente e barato o transporte da informação que interessa ao capital.¹²

A agenda-setting e o enquadramento da notícia

Outra característica marcante do papel político dos grupos de comunicação, já assinalada anteriormente por Delarbre, é compreender o poder da mídia em pautar temas na sociedade e sua repercussão sobre as ações de determinados agentes sociais, principalmente no campo político, conhecido como *agenda-setting*. A sua capacidade em influenciar

¹² Cf. Dantas, Marcos. *A lógica do capital-informação*: a fragmentação dos monopólios e a monopolização dos fragmentos num mundo de comunicações globais. Rio de Janeiro: Contraponto, 2002, p. 139

a projeção dos acontecimentos, na opinião pública, confirma seu importante papel na figuração da nossa realidade social, isto é, de um pseudo-ambiente, fabricado e montado quase completamente a partir dos *mass media* (Mc Combs; Shaw, 1977, p. 7, apud Traquina, 2001, p. 14).¹³

É o poder dos meios de comunicação em pautar tanto a comunicação interpessoal, como os acontecimentos na sociedade. Mauro Wolf (1995, p 130, apud Shaw, 1979, p. 101) destaca que o pressuposto fundamental da *agenda-setting* é que a compreensão que as pessoas têm de grande parte da realidade social lhes é fornecida, por empréstimo, pelos *mass media*.

Para que ocorra o agendamento, torna-se necessário que os indivíduos estejam expostos à determinadas circunstâncias que possibilitem o acúmulo de informações geradas pelos meios de comunicação de massa, de forma que elas sejam incorporadas ao cotidiano das pessoas. Entre os pressupostos no processo de agendamento, Hohlfeldt (2001) destaca:

- (a) o fluxo contínuo de informação – como as pessoas são diariamente bombardeadas com uma avalanche de informações oriundas da mídia, ocorre o que McCombs chama de efeito de enciclopédia, que são informações armazenadas na memória que repentinamente lançamos mão;
- (b) os meios de comunicação, por consequência, influenciam sobre o receptor não a curto prazo, como boa parte das antigas teorias pressupunham, mas sim a médio e longo prazos;
- (c) os meios de comunicação, embora não sejam capazes de impor o quê pensar em relação a um determinado tema, como deseja a teoria hipodérmica, são capazes de influenciar sobre o quê pensar e falar, assim interferindo na agenda individual e social.¹⁴

¹³ Cf. Liedtke, op. cit., p. 60-61, sendo que em artigo publicado em 1972, McCombs e Shaw utilizam pela primeira vez o termo *agenda-setting*, admitindo o poder midiático de interferir no repertório da comunicação interpessoal, com uma tendência das pessoas conversarem e pensarem sobre os temas ofertados pela mídia.

¹⁴ Cf. Liedtke, op. cit., p. 62, com base em Hohlfeld (Cf. Hohlfeld, Antonio. Hipóteses contemporâneas da pesquisa em comunicação. In: Hohlfeld, Antonio; Marinho, Luiz C.; França, Vera V. (Org.). *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*.

Por sua vez, Azevedo (2004) resume a noção de *agenda-setting* em quatro aspectos:

1. A mídia, ao selecionar determinados assuntos e ignorar outros, define quais são os temas, acontecimentos e atores (objetos) relevantes para a notícia;
2. Ao enfatizar determinados temas, acontecimentos e atores sobre outros, estabelece uma escala de proeminências entre esses objetos;
3. Ao adotar enquadramentos positivos e negativos sobre temas, acontecimentos e atores, constrói atributos (negativos ou positivos) sobre esses objetos;
4. Há uma relação direta e causal entre as proeminências dos tópicos da mídia e a percepção pública de quais são os temas (*issues*) importantes num determinado período de tempo.¹⁵

Com a evolução dos estudos sobre o agendamento, muitos pesquisadores foram introduzindo análises sobre o enquadramento, uma vez que não bastava somente identificar se a mídia de fato influenciava ou não a opinião pública, mas era necessário saber como isso pode acontecer a partir de determinados enfoques emitidos no conteúdo informativo. Podemos entender o enquadramento, como um desdobramento do paradigma original da *agenda-setting*.¹⁶

Petrópolis: Vozes, 2001). Liedtke esclarece que o pressuposto da teoria hipodérmica (*bullet theory*) é que “cada elemento do público é diretamente atingido pela mensagem” (Wright, 1975, p. 79, apud Wolf, 1995, p. 20). A teoria coincide com o período da propaganda política das duas guerras mundiais e com a difusão em grande escala das comunicações de massa. Defendia, portanto, uma relação direta entre a exposição às mensagens e o comportamento do indivíduo baseado no paradigma “estímulo (E) – resposta (R)” (p. 62).

¹⁵ Cf. Azevedo, Fernando Antonio. O agendamento na política. In: Rubim, Antonio C. (Org.). *Comunicação e política: conceitos e abordagens* São Paulo/Salvador: Unesp/UFBA, 2004. p. 52.

¹⁶ No Brasil, Mauro Porto (2002, p. 2) foi um dos disseminadores da teoria do enquadramento, argumentando que ela oferece um instrumento para examinar empiricamente o papel da mídia na construção da hegemonia, no sentido gramsciano de uma direção intelectual e moral na sociedade civil. Os pesquisadores passaram então a examinar como a cobertura da mídia afeta tanto “sobre o que” o público pensa (o pri-

O enquadramento pode ser compreendido como um instrumento de análise de conteúdo do noticiário, objetivando identificar na formatação das notícias elementos que orientem a opinião pública numa determinada interpretação dos acontecimentos. Este método foi originalmente proposto por Erwing Goffman (1974) no artigo "Framing Analysis"¹⁷. Para o autor, os enquadramentos são definições da situação construídas de acordo com princípios de organização que governam os eventos – ao menos os eventos sociais – e nosso envolvimento subjetivo com eles.

Para Aldé (2004), a reiteração de argumentos e interpretações pela mídia, objeto de estudo nas análises de enquadramento, tem contrapartida, no campo da recepção, em mecanismos de incorporação de explicações que facilitam a elaboração e atualização das estruturas cognitivas com que as pessoas rotineiramente enquadram a política.¹⁸ A autora demonstra que os enquadramentos propostos pelos meios são incorporados ao discurso dos cidadãos sobre a política, tornando-se explicações que fundamentam suas opiniões, atitudes e decisões.

Daí a importância especialmente da TV, como quadro de referência dos mais relevantes no fornecimento de explicações para a política. Basta lembrar que a mídia, justamente pelo seu caráter de massa, divulga enquadramentos mais homogêneos que outros quadros de referência. A TV assume, em muitos casos, o papel de repertório primário de exemplos, fornecendo explicações prontas, incorporadas pelas pessoas à compreensão que têm do mundo político.

meio nível de agendamento) e também "como" o público pensa sobre estes temas (o segundo nível de enquadramento) (Williams et al. 1991; Ghanem, 1997; Semetko e Mandelli, 1997; McCombs e Ghanem, 2001; Maher, 2001).

¹⁷ Cf. Goffman, Erwin. *Frame analysis*. New York: Harper and Row, 1974.

¹⁸ Cf. Liedtke, op. cit., p. 75, que lembra que as ideias de Alessandra Aldé podem ser encontradas no artigo "A televisão como repertório de exemplos: mecanismos de incorporação de explicações políticas", s/d,p. 1. Trata-se de uma versão preliminar de um capítulo da sua tese de doutorado posteriormente publicada em livro no livro "A construção da política", de 2004, p 175-199. (Cf. Aldé, Alessandra. *A construção da política: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2004, p. 47-48).

A autora evidencia a centralidade da mídia para a definição básica de aspectos fundamentais da democracia contemporânea relacionados ao conhecimento e a elaboração dos discursos políticos dos cidadãos comuns.¹⁹ Os estudos indicam a existência de enquadramentos identificáveis, homogêneos ou não, exclusivos ou não, com que os meios oferecem sua interpretação das “coisas como elas são”. Segundo Aldé:

Os enquadramentos propostos pelos meios de comunicação são incorporados aos discursos dos cidadãos sobre a política, tornam-se explicações com que estes estruturam opiniões, atitudes e decisões políticas. Os MCM interagem com os indivíduos no mesmo nível cognitivo que outros quadros de referência, fornecendo enquadramentos e explicações para o mundo em geral e a vida política. No entanto, as características de cada um desses emissores de comunicação incluem sua audiência e credibilidade, que lhes conferem uma autoridade pública que não tem sido lograda por outras organizações da sociedade civil (p. 137, apud Figueiredo, 2000), p. 75).²⁰

¹⁹ Cf. Liedtke, op. cit., p. 98, item “2.3 Compreendendo o jornalismo: os estudos do *newsmaking*”, p. 98, quando o autor esclarece que uma modalidade de pesquisa afim com as teorias do agendamento, são os estudos do *newsmaking*, ou seja, a análise dos procedimentos utilizados pelos jornalistas na elaboração das notícias. Esses elementos ajudam a compreender como acontece o agendamento no âmbito da imprensa, bem como os agentes que interferem no processo. (p. 98). Entre as teses mais elucidativas do *newsmaking* estão as premissas sobre o caráter autorreferencial da mídia, ou seja, o seu discurso sendo legitimado a partir de constantes referências às notícias ou mesmo às informações prestadas por outros jornalistas profissionais. (Idem). Assim, uma informação gerada em um determinado veículo noticioso, acaba pautando também a cobertura de outros organismos da imprensa. Outra perspectiva útil na nossa abordagem será a ênfase do *newsmaking* ao predomínio de fontes oficiais no noticiário em detrimento de outros agentes sociais. Isso de certa forma justifica o êxito do governo em algumas situações de influenciar o noticiário a partir de seus interesses, manejando a opinião pública com suas ações. (Idem, ibidem). Diariamente as grandes empresas da mídia nacional oferecem serviços de distribuição de notícias que são reproduzidas e utilizadas por vários veículos espalhados pelo país. Os principais exemplos são a Agência Estado e o Grupo Folha, além das agências internas que distribuem notícias para os veículos filiados ao mesmo grupo empresarial, tal como a Agência RBS. Os blogs (páginas na internet) de jornalistas e comentaristas políticos também tornaram uma fonte constante e instantânea de informações políticas que funcionam como pautas para a imprensa. (p. 109).

²⁰ Cf. Aldé, Alessandra. *A construção da política*, 2004, p. 132.

A indústria da informação

Após todo esse esforço de análise, chegamos ao final de nossa revisão teórica, e podemos partir, agora, para a tentativa de definir o que compreendemos por grupo de comunicação. A literatura que trata da questão da mídia na sociedade global ao debater o seu poderio econômico e político tende a associá-la a diferentes noções, algumas delas podem parecer enganadoras ou mesmo contraditórias e aqui vão alguns desses exemplos: conglomerados, monopólios, oligopólios, ramo da comunicação, indústria da comunicação, indústria cultural, e meios de comunicação de massa (*mass media*).²¹

A essas palavras também foram associadas às ideias de indústrias e empresas do setor de comunicação, cujo controle está associado a grandes conglomerados, Sony, por exemplo, ou a megaempresários, como o australiano Rupert Murdoch, a políticos de nações centrais, Silvio Berlusconi na Itália, a famílias poderosas no Brasil, a exemplo dos Civitas (Victor Civita do Grupo Abril), dos Marininhos (Roberto Marinho do Grupo Globo), dos Frias (Octavio Frias de Oliveira do Grupo Folha da Manhã, que edita a Folha de São Paulo), dos Sirotsky (Grupo RBS), etc. Ou ainda as famílias que são ao mesmo tempo constituídas por políticos, que por sua vez formam os grupos oligárquicos tradicionais e conservadores em alguns países, a exemplo dos brasileiros Antônio Carlos Magalhães, Jader Barbalho, José Sarney etc.

²¹ Cf. Carlos Alberto Rabaça e Gustavo Barbosa, *Dicionário de Comunicação*, 1978, definem a palavra Mídia, de acordo com a grafia aportuguesada da palavra *media*, conforme é pronunciada em inglês. Alguns dicionários preferem a forma *média*. *Media* é plural de *medium* (palavra latina que significa meio). Designa os meios (ou conjunto dos meios) de comunicação: jornais, revistas, TV, rádio, cinema, etc. (Cf. meios e meios de comunicação de massa), p. 310-311. Meios de comunicação de massa referem-se a canal ou cadeia que liga a fonte ao receptor. Sistema (constituído por elementos físicos) onde ocorre a transmissão de mensagens. Meios ou veículos capazes de assumir formas que tenham características de mensagens ou que transmitam mensagens. Assim como as mercadorias podem atingir seu destino por vários meios de transporte, as mensagens (vistas como produto material, sequência de sinais físicos) podem chegar ao receptor utilizando diversos meios (veículos) de comunicação. E, ao contrário dos meios de transporte, os meios de comunicação não são neutros. (Cf. C. A. Rabaça e G. Barbosa, 1988, p. 305).

Portanto, estas são algumas das associações que fazemos de imediato ao falarmos dos *media* ou mídia, como se pode observar pela literatura tratada no estudo, mas que escondem muitos aspectos importantes relacionados ao estudo sociológico do termo, o que impede uma maior clareza e sutileza na percepção dos atores e das suas implicações políticas, como procuramos mostrar a partir da revisão da literatura feita anteriormente, que é o que nos interessa mais de perto nesta pesquisa.

Desde o advento da Escola de Frankfurt, com Theodor Adorno e Max Horkheimer, que marcou no imaginário social a noção de indústria cultural, para significar na chamada “sociedade de massa” o controle e a manipulação dos “produtos culturais” pela indústria cultural, como mostra o estudo de Edgar Morin²², a partir da segunda metade do século XX, o termo mídia reina quase de maneira absoluta e dividindo opiniões quanto ao seu caráter democrático, interpretado por Jürgen Habermas como fazendo parte da esfera pública.²³ Ou em seu sentido negativo, pejorativo, ou antidemocrático, isto é, como sinônimo de controle, monopólio e oligopólio, conforme denunciado no Fórum Mundial (vide os documentos e vídeos de Porto Alegre).²⁴

Reafirmamos a importância de compreender-se o caráter estratégico que assume a mídia na atualidade em função da sua centralidade institucional e o seu significado estratégico do ponto de vista econômico, social e político, cujo o controle está nas mãos dos grandes conglomerados e/ou grupos econômicos dos mais variados setores empresariais: por aqueles que destacavam-se até bem pouco tempo em outras áreas (AT&T, Sony, Walt Disney, por exemplo), ou, ao contrário, aqueles

²² Cf. Morin, Edgar. *Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo*, 1977, quando o autor utiliza quase o mesmo método dos “frankfurtianos” para compreender a sociedade dos anos 1970 em diante.

²³ Cf. Habermas, Jürgen. *Direito e democracia: entre facticidade e validade*, 1997, especialmente o capítulo VIII, intitulado “O papel da sociedade civil e da esfera pública política”, p. 57-121.

²⁴ Cf. Fato & Versão, “Fórum dos 100 mil”, Jornal Laboratório do Curso de Comunicação Social/Jornalismo, Universidade do Sul de Santa Catarina, 2003, que traz 60 páginas exclusivas sobre o Fórum Social Mundial realizado no Brasil.

grupos que antes eram originários do setor e que expandiram-se para outras áreas industriais, vide o caso no Brasil dos Marinheiros (ramo da informática, imobiliário, telecomunicações, etc.), Senhor Abravanel²⁵ (Grupo Silvio Santos, SBT), com negócios em automóveis, bancário e financeiro, o mesmo acontecendo em relação “a nova RBS”, só para citar alguns exemplos.

Feitas essas rápidas observações, buscamos na economia política crítica a fundamentação teórica necessária para a elaboração da noção “grupos econômicos de comunicação”, uma vez que a partir da maior clareza acerca do conceito de grupos econômicos (como discutimos acima), poderemos definir o que entendemos por grupos de comunicação.

Segundo Carlos Locatelli (2001), uma das dificuldades em conceituarem-se os grupos de comunicação é a sua natureza jurídica e econômica, com nítidos reflexos no campo político e social, e também partidária, esta última é a dimensão fundamental que também privilegiamos em nosso estudo, sobretudo devido à especificidade dos produtos de mídia, dotados de uma dimensão não econômica, que são os seus conteúdos.²⁶ A primeira dificuldade está em definir precisamente o que é o setor de mídia, e se ele é mesmo um setor, no sentido em que se define, por exemplo, o setor têxtil ou de papel e celulose.

Outro obstáculo para uma análise estritamente econômica é a existência de uma dimensão não econômica do produto da mídia, conduzindo o debate quase sempre para a fronteira com outras áreas do conhecimento, como a Sociologia, a Política e o Direito, como mostramos em nossa revisão da literatura. Portanto, reduzir a discussão sobre o papel da mídia a aspectos financeiros é excluir do debate a característica dessas empresas de influenciar a opinião pública, ou seja, de determinar a agenda pública e participar da construção da identidade nacional (seus

²⁵ Cf. Arlindo Silva, *A Fantástica História de Silvio Santos*, 2000, que relata a vida do magnata da mídia brasileira, cujo nome de batismo, pouco conhecido, é Senhor Abravanel, nascido em 12 de dezembro de 1930.

²⁶ Cf. C. Locatelli, *Livre e sob controle: o desafio de regular a mídia no Brasil*, 2001.

produtos também podem ser vistos como representações simbólicas da sociedade).” A mídia teria uma função de manutenção da soberania nacional “tão decisiva como a dos tanques do exército”²⁷, afirma Locatelli.

A diversidade de produtos e atividades das firmas²⁸, a complexidade dos processos, as constantes mudanças provocadas pelo desenvolvimento tecnológico e a convergência com outros setores dificultam uma definição precisa das fronteiras das empresas que têm como foco de negócios produtos da área de comunicação, pois o termo comunicação é utilizado tanto para definir relações não verbais até transmissões planetárias via satélite. Entre as empresas que, em tese, pertenciam a esse setor, estão desde firmas em pequenas cidades com negócios igualmente de pequena escala, por exemplo, em *outdoors*, até conglomerados internacionais, com interesses em áreas aparentemente tão distintas como a televisão, o cinema e a Internet.

No Brasil, o IBGE sequer considera a existência formal de um ramo “meios de comunicação”, dificultando, sobremaneira, a sua mensuração em termos de número de empresas, empregados e movimento econômico. Para o órgão, as empresas dos dois maiores segmentos desta área em termos de dinâmica econômica – a de produtos impressos e a de produtos veiculados via mídia eletrônica -, sequer pertencem ao mesmo setor. Isto é, enquanto as empresas que atuam com impressos (produtores de jornais, revistas e livros) são classificados no setor secundário, como ramo industrial editorial e gráfico, as que operam com televisão e rádio são classificados no terciário, definidos como de serviço público concedido pelo governo federal.

Outro dado importante sobre as empresas de comunicação é o seu vínculo estreito com o sistema financeiro e o papel desempenhado pelo Estado no financiamento das firmas do setor. Sabemos que os veículos dependem de grande aporte de recursos financeiros para os

²⁷ Cf. Locatelli, Carlos. op. cit., p. 115-116.

²⁸ Nota conceito de Firma, de acordo com Sandroni.

investimentos e operações costumeiras. Isso ocorre no mundo todo. Grandes bancos (inclusive estatais) e investidores de capital são acionistas, senão o principal controlador da mídia. São os detentores de suas dívidas no mercado de capitais, muitas vezes.

O Estado a favor dos oligopólios

Nosso sistema de comunicação é marcado pela “intromissão” do Estado nos negócios do setor (geralmente atuando em favor do setor privado), como não acontece em outros ramos industriais, sendo, sobretudo, muito forte essa presença no campo da radiodifusão, que ainda hoje está concentrada no Executivo, via Ministério das Comunicações, pois muitas concessões ainda são feitas por decreto.

O Estado teve no passado – processo que se inicia nos 1930, quando Assis Chateaubriand foi o grande beneficiado getulista e a Globo e Silvio Santos nos anos pós-1964, e outros em anos mais recentes –, e continua tendo ainda hoje o papel chave na definição de “vencedores” e “vencidos”, com atenção particular dedicada à àqueles que sempre apoiaram o regime – inclusive no período dito “democrático” de nossa história. (Vide os governos de José Sarney, que distribuiu canais de rádio e televisão em favor do mandato de cinco anos, e de Fernando Henrique em vários momentos de sua trajetória política, além dos governos petistas de Lula e Dilma).

Ao longo da história o modelo marcou essa fina “simbiose” entre o Estado, de um lado, e os empresários de comunicação, de outro, grande parte deles políticos representantes de partidos conservadores, constituindo-se aquilo que se tornou regra no Brasil: a formação do chamado “coronelismo eletrônico”. Estabeleceu-se, assim, uma relação perversa, da qual foram alijados os partidos políticos de oposição, os trabalhadores, as associações comunitárias as mais diversas, algumas crenças religiosas, a sociedade de maneira geral. E a lógica que prevaleceu e continua até hoje, é de um sistema de comunicação calcado no

lucro, em detrimento de canais públicos, estes fragilizados em termos operacionais e orçamentais.

Grupos econômicos brasileiros na comparação internacional

Na matéria intitulada: “Grandes? Nem tanto”, que analisa o desempenho econômico dos 200 maiores grupos empresariais do país na comparação com os estrangeiros em 2014, da jornalista Marlene Fabri, é possível aquilatar a posição dos empresários brasileiros entre seus pares do exterior, comprovando mais uma vez o poderio econômico do Grupo Globo.²⁹ O Grupo RBS desaparece das estatísticas e o Grupo Abril, vendido em 2018, já dá sinais de crise.

Segundo a matéria, os 200 maiores grupos brasileiros cresceram 2.1% e faturaram US\$ 792 bilhões em 2014. Parece muito? É menos do que a soma das receitas das três maiores empresas norte-americanas (p. 72). De acordo com a reportagem, “os gigantes brasileiros ainda são pequenos em comparação com os grandes lá fora”.³⁰

Nos Estados Unidos, as três empresas que ocupam o topo do *ranking* da revista *Fortune* – o varejista Walmart e as petrolíferas Exxon Mobil e Chevron – têm, juntas, receita líquida anual de US\$ 1 trilhão. Só a Walmart fatura mais do que a soma dos dez maiores grupos brasileiros. O Itaú Unibanco (nº 1 do Brasil) entraria em 55º lugar na lista norte-americana. Cabe lembrar que a maior empresa brasileira, a Petrobras, está fora do *ranking* de grupos de Melhores e Maiores porque a lista considera apenas os conglomerados privados. Mesmo com a sua inclusão, o quadro não mudaria de figura, uma vez que a estatal brasileira teve receita consolidada de US\$ 116 bilhões em 2014.

A gritante diferença de escala entre os grupos brasileiros e norte-americanos reflete o tamanho das respectivas economias – o PIB dos

²⁹ Cf. *Exame*, Edição Especial 2015, Melhores e Maiores: As 1000 Maiores Empresas do Brasil. São Paulo: Editora Abril, de julho de 2015, p. 72-78.

³⁰ Cf. *Exame*, Edição Especial 2015, op. cit., p. 72.

Estados Unidos é sete vezes o do Brasil – e também o grau muito maior de internacionalização das companhias de lá (p. 74). Outro dado importante: “Nos Estados Unidos, as receitas são mais robustas porque muitas empresas são megamultinationais. Elas obtêm a maior parte do faturamento fora de seu país de origem”, é o que afirma Ricardo Anheisini, da consultoria KPMG.³¹

Outro fato determinante é referente aos diferentes estágios de desenvolvimento tecnológico das duas nações. Nos Estados Unidos, a lista dos dez maiores inclui empresas de tecnologia, como a Apple e a General Electric, fabricantes de produtos de alto valor agregado. (No Brasil, destacam-se produtoras de itens básicos, como a mineradora Vale e a J&F, do ramo de carnes. Enquanto a Vale exporta minério de ferro a menos de 70 dólares a tonelada, a Apple vende seu aparelho iPhone 6, com 129 gramas, por 399 dólares).

No Brasil, segundo a reportagem de *Exame*, conforme já mostramos em outras passagens do texto, os maiores grupos privados nacionais são bancos. Chama também a atenção o fato de que três dos dez maiores grupos nacionais são bancos: Itaú (1º), Bradesco (2º) e Santander (6º). De acordo com a matéria, nos Estados Unidos, não há nenhum banco no pelotão de frente. Importante lembrar, que figura neste grupo dos dez maiores brasileiros com maior lucro, o Grupo Globo da família Marinho (10ª no *ranking* nacional, com receita líquida de R\$ 2, 3 bilhões ou US\$ 800 milhões).³²

O poderio econômico do Grupo Globo

A Tabela 1, a seguir, ajuda a compreender o poderio econômico do grupo da família Marinho, pois, de acordo com *Exame*, “num ano de crescimento quase zero da economia brasileira, os 200 maiores grupos do país conseguiram aumentar seu faturamento 2,1% em relação ao

³¹ Cf. *Exame*, Edição Especial 2015, op. cit., p. 74.

³² Cf. *Exame*, Edição Especial 2015, op. cit., p. 75.

ano anterior, porém, o lucro caiu na mesma proporção³³ (p. 75), e entre eles figura o Grupo Globo na décima posição.

Tabela 1 – Os 200 maiores grupos econômicos com maior lucro em 2014

Ranking	Grupos Econômicos	Receita líquida	
		Em milhões (R\$)	Em milhões (US\$)
Ano de 2014	Sede do Grupo no Brasil		
1	Itaú Unibanco Holding São Paulo (SP)	20,0	6,8
2	Bradesco Osasco (SP)	15,0	5,1
3	Ambev São Paulo (SP)	12,0	4,1
4	Itaúsa São Paulo (SP)	8,2	2,7
5	Santander São Paulo (SP)	6,0	2,0
6	SP Telecomunicações São Paulo (SP)	4,9	1,6
7	Cielo Barueri (SP)	3,2	1,1
8	BTG Pactual Rio de Janeiro (RJ)	3,2	1,1
9	Samarco Belo Horizonte (MG)	2,8	0,9
10	Organizações Globo Rio de Janeiro (RJ)	2,3	0,8

Fonte: Exame, Edição Especial 2015. Elaboração do autor.

³³ Cf. Exame, Edição Especial 2015, Melhores e Maiores: As 1000 Empresas do Brasil. São Paulo: Editora Abril, de julho de 2015, p. 75.

Para demonstrar a importância econômica da Globo em comparação com 500 maiores empresas do país, trazendo a lista das maiores companhias em vendas, podemos constatar a distância da família Marinho em relação a outros grupos de mídia, como por exemplo, o Grupo Abril e o Grupo RBS. Segundo *Exame*, em conjunto elas faturaram US\$ 854 bilhões em 2014, ou 2,1% mais do que no ano anterior (a edição mostra ainda quais foram as empresas mais rentáveis, os maiores em patrimônio e as que tiveram os maiores prejuízos).

A Globo também ocupava a 27º no *ranking* entre as 50 maiores empresas pesquisadas com vendas líquidas no valor de R\$ 12.242,0 bilhões (ou US\$ 4.089,4), com lucro líquido legal de R\$ 786,1 milhões (patrimônio líquido legal de R\$ 3.626,5 bilhões).³⁴ E figura entre os 200 maiores grupos nacionais (28º colocação, com venda líquida de R\$ 17,5 bilhões).³⁵ (O crescimento das empresas é comparativo ao igual período de 2013). Lembramos que a Globo alcançou a 8ª colocação no que diz respeito aos maiores lucros entre as 500 maiores (R\$ 692,3 milhões), enquanto a Telefônica ficou em segundo lugar (R\$ 1.748,8), só perdendo para Ambev (R\$ 3.425,5).

A empresa Zero Hora ocupa o 769º lugar entre as mil maiores empresas do Brasil, com crescimento negativo de 5,5% em vendas (R\$ 673,7 milhões ou US\$ 225,0 milhões); enquanto a RBS participações teve crescimento negativo de 5,8 (968º no *ranking*), com vendas líquidas de R\$ 470,1 milhões (US\$ 157,0) no mesmo período. Vide Tabela 2, na página seguinte, que apresenta os números relativos aos grupos objeto de nossa pesquisa.

³⁴ Cf. *Exame*, Edição Especial 2015, op. cit., p. 230.

³⁵ Cf. *Exame*, Edição Especial 2015, op. cit., p. 260.

Tabela 2 – As 500 maiores empresas por vendas líquidas em 2014

Ordem por receita líquida	Empresa/Sede	Setor	Vendas líquidas (valor em milhões de R\$ e em US\$)	Crescimento (%)	Lucro Líquido Legal (em milhões de US\$)	Patrimônio Líquido Legal (em milhões de US\$)
1	Petrobras (RJ)	Energia	277.556,1 92.716,5	6,8	-7.246,1	103.169,4
2	Br Distribuidora (RJ)	Atacado	101.459,0 33.892,0	7,6	375,1	4.049,0
3	Ipiranga (RJ)	Atacado	60.505,9 20.211,7	3,7	294,3	672,8
6	Telefônica (SP)*	Telecomunicações	33.971,4 11.348,0	33,8	1.649,1	15.015,4
30	Globo (RJ)	Comunicações	12.242,0 4.089,4	4,6	786,1	3.626,5
290	EMS Sigma Pharma** (Hortolândia - SP)	Farmacêutico	2.104,2 702,9	4,3	155,5	299,1
357	Abril*** (SP)	Comunicações	1.693,1 565,6	-15,5	-46,5	-88,5
428	Innova**** (Triunfo - RS)	Química e Petroquímica	1.372,8 458,6	-12,0	54,3	217,0

Fonte: Organizado pelo autor, com base nos itens selecionados da pesquisa feita pela revista *Exame* (Edição Especial de 2015), da qual extraímos os dados relevantes para nossa pesquisa. Selecionamos apenas algumas empresas para efeito comparativo com os grupos de comunicação, com destaque para a Globo e a Abril, listadas entre as 500 maiores pesquisadas por *Exame*. (Continua na página seguinte.)

Obs.: *Veja que a companhia de Telefônica da Espanha aparece bem a frente da Globo. Ela ocupa a vigésima colocação na América latina, com valor de mercado de R\$ 16, 5 bilhões (ano de 2014) (p. 338).

** Referente à farmacêutica EMS do Grupo NC, novo dono da RBS em SC.

***Enquanto a Abril (da família Civita) encolheu no período, apresentando, inclusive, lucro líquido ajustado de menos 37, 2 % e, igualmente, patrimônio líquido ajustado de menos 80, 6 %. Lembramos que a Abril aparece em sexto lugar entre as empresas mais endividadas do país, considerando a classificação das empresas pela relação exigível sobre o ativo total em percentual. (p. 210). (O grupo pediria concordata e depois entraria em recuperação judicial, sendo, finalmente, vendido em 2018).

****Pertencente a Lírio Parisotto, dono da Innova/Videolar, que comprou junto com Carlos Sanchez a RBS catarinense. A Videolar aparecia na 83ª colocação entre as 100 maiores empresas da região Norte, com vendas líquidas de R\$ 845, 2 milhões e lucro líquido legal de R\$ 204, 0 milhões.

Segundo balanço oficial divulgado a investidores no dia 12/03/19, a TV Globo fechou 2018 com um resultado operacional líquido de R\$ 530 milhões negativos, seis vezes mais do que os R\$ 83,4 milhões negativos de 2017.³⁶ Ou seja, a diferença entre o faturado e o gasto foi de quase meio bilhão de reais. Globo só teve lucro graças ao seu “colchão financeiro” e ao seu patrimônio. O dinheiro investido em aplicações financeiras lhe rendeu uma receita de R\$ 930 milhões. Isso quer dizer que os custos de suas novelas, telejornais e demais operações foram superiores ao dinheiro ganho com a venda de publicidade, sua principal fonte de receita. O que salvou a emissora do prejuízo foram os juros de suas aplicações.

Assim, graças aos ganhos financeiros e à equivalência patrimonial, a emissora fechou o ano com um lucro líquido de R\$ 1,204 bilhão, uma queda de 35% em relação ao R\$ 1,851 bilhão de 2017. As receitas de quase R\$ 1 bilhão com aplicações bancárias em 2018 são consequência de uma decisão tomada em 2017, quando o Grupo Globo decidiu reduzir a distribuição de dividendos (lucros) aos sócios. Naquele ano, foram distribuídos apenas R\$ 116 milhões, contra R\$ 2,5 bilhões em 2016. No

³⁶ Cf. *Notícias da TV*, Daniel Castro, “Globo gasta R\$ 8,3 bilhões para fazer TV, mas ganha dinheiro é com juros”, 13/3/2019. Fonte: noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/globo-gasta-r-83-bilhoes-para-fazer-tv-mas-ganha-dinheiro-e-com-juros-25350. Acesso em: 13 abr. 2019.

ano passado, os sócios da Globo não receberam nada. Esse dinheiro está fazendo a diferença no balanço.

Balanço contábil publicado em 16/3/2018 no jornal *Valor Econômico* pela Globo mostra que o maior grupo de mídia do país só não teve prejuízo em 2017 graças às aplicações financeiras e às operações de TV por assinatura lideradas pela Globosat. O resultado operacional líquido da TV Globo foi negativo, no terceiro ano consecutivo em que a emissora viu suas receitas com publicidade caírem, consequência da crise econômica do país. A TV Globo e seu portal de Internet fecharam 2017 com um faturamento de R\$ 9,780 bilhões, 4,6% a menos do que os R\$ 10,248 bilhões de 2016, que por sua vez já tinham sido 8,2% inferiores aos R\$ 11,160 arrecadados em 2015.

Assim, na soma dos recursos obtidos com aplicações financeiras e investimentos (ou seja, do dinheiro que a Globo economizou nos anos anteriores) e das receitas de TV paga e mídia impressa, o grupo manteve seu histórico de lucro bilionário: R\$ 1,853 bilhão, pouco maior do que todo o faturamento da Record de São Paulo (R\$ 1,845 bilhão) no ano passado. Considerando todos os negócios de mídia do grupo, o faturamento com publicidade e serviços foi de R\$ 14,802 bilhões, uma redução de 3,5% sobre 2016 (R\$ 15,332 bilhões).

Crescimento nas vendas publicitárias

Apesar da política de redução de gastos, a Globo gastou R\$ 695 milhões a mais no ano de 2018 com a produção de teledramaturgia, shows, noticiários e venda de publicidade. Foram R\$ 8,353 bilhões, mais R\$ 2,252 bilhões de despesas operacionais (administração, comercialização). Contribuíram para esse aumento a maior produção de séries, agora também para o *streaming*, e os gastos com a Copa da Rússia. Por outro lado, as vendas de publicidade nos intervalos comerciais voltaram a crescer. Totalizaram R\$ 10,060 bilhões no mesmo ano, a primeira alta desde 2015. Em 2014, melhor ano da década para a Globo, o fatura-

mento foi de R\$ 11,890 bilhões. De lá para cá, caiu até atingir R\$ 9,779 bilhões em 2017. No ano de 2018, portanto, cresceu 2,9%.

Os dados acima também incluem as operações de Internet do grupo, mas são predominantemente da TV. O balanço inclui informações das operações no mercado musical e com TV por assinatura.³⁷ Quando considerados todos esses negócios (mas sem veículos impressos), o faturamento do grupo (consolidado) foi de R\$ 14,679 bilhões em 2018, R\$ 123 milhões a menos do que em 2017. A pequena queda é resultado da retração que o mercado de TV por assinatura vem sofrendo desde 2014, com a perda de mais de 2 milhões de assinantes, 550 mil deles só em 2018, o que impactou nos resultados da Globosat. Depois da TV Globo, a Globosat é a maior empresa do grupo. Seu conjunto de canais responde por uma receita de aproximadamente R\$ 4,5 bilhões e por mais da metade do lucro do grupo.

O balanço, publicado no jornal *Valor Econômico*, mostra que a Globo tem conseguido manter seus custos estáveis, apesar dos reajustes salariais e do aumento de preços de serviços e materiais. Isso se deve a uma política mais rigorosa de gastos. Nos últimos anos, a emissora reduziu substancialmente seu banco de elenco. Hoje, somente atores considerados imprescindíveis, altamente produtivos e “medalhões” têm contratos de longo prazo. Nas novelas, viagens ao exterior nos primeiros capítulos também já não são mais uma rotina.

Segundo os dados de 2016, o lucro da Globo foi maior do que toda a suposta receita da Record, segunda maior rede do país, de cerca

³⁷ Cf. Da Redação Uol Notícias, “Operadoras de TV por assinatura perdem 550 mil clientes em 2018”, em 5/2/2019, informado que a crise econômica e o acesso a novas tecnologias trouxeram sérias consequências ao mercado de TV paga em 2018. As operadoras perderam, juntas, 549.833 assinantes no ano passado, queda de 3% em relação a 2017. Entre os meses de novembro e dezembro de 2018, as empresas tiveram 21.473 clientes a menos, e o país fechou o ano com total de 17.574.822 assinantes --em 2014, esse número era próximo dos 20 milhões. O acesso a novas tecnologias, como plataformas de *streaming*, além do aumento do desemprego e do aprofundamento da crise econômica no país são apontados por especialistas como as duas grandes razões para essa diminuição.

de R\$ 2,5 bilhões. O dinheiro que ela deixou de faturar (R\$ 730 milhões) é apenas 35% inferior ao faturamento anual do SBT (R\$ 1,1 bilhão) e é maior do que todas as receitas de Band e RedeTV! A Globo encerrou 2015 com uma receita líquida de R\$ 11,160 bilhões (ou quatro vezes e meia o faturamento divulgado pela Record). Em 2014, arrecadou R\$ 11,890 bilhões. A queda foi de 6,1%, pouco abaixo dos 7% previstos por executivos da rede. Quando somadas as empresas controladas pela Globo, como a programadora Globosat, a receita atinge R\$ 16,040 bilhões, 1,3% a menos do que no ano anterior (R\$ 16,244 bilhões).

Por último, conforme pesquisa do *Valor Econômico* relativo ao ranking das mil maiores empresas no ano de 2015³⁸, o poderio econômico-financeiro das empresas da família Marinho salta aos olhos (33ª colocação), no comparativo aos demais grupos econômicos de mídia nacionais: Abril (393ª), SBT (464ª), Band (503ª) e RBS (894ª). Vide Tabela 3:

Tabela 3 – As 1.000 maiores empresas de *Valor* – ano de 2015

Classificação e empresa	Sede	Setor de atividade	Receita líquida
1. Petrobras (RJ)	RJ	Petróleo e Gás	321.638,0
2. JBS	SP	Alimentos e Bebidas	162.914,0
3. Vale	RJ	Metalurgia e Mineração	85.499,2
11. Gerdau	RS	Metalurgia e Mineração	43.581,2
12. Telefônica Brasil	SP	TI & Telecomunicações	42.134,0
33. Globo	RJ	Comunicação e Gráfica	16.045,5
393. Abril*	SP	Comunicação e Gráfica	1.283,2
464. SBT	SP	Comunicação e Gráfica	1.066,2
503. Band**	SP	Comunicação e Gráfica	973,7
873. Editora Globo	SP	Comunicação e Gráfica	454, 2
894. RBS Participações	RS	Comunicação e Gráfica	442,7

³⁸ Cf. *Valor Econômico*, Edição Especial 2016, nº 16, Ano 16, de setembro de 2016.

Fonte: Elaborado pelo autor, mas seguindo o *ranking* fornecido pelo Valor 1000, edição de setembro de 2016, p. 108-147.

Obs.: *Neste ano, o Grupo Abril, de acordo com Valor, apresentou indicadores negativos, com lucro líquido de menos R\$ 191,5 milhões, com lucro de atividade e financeiro também negativos (- R\$ 152, 5 milhões; - R\$ 95, 3 milhões), p. 122-123.

**A Band, igualmente, como no caso do Grupo Abril, apresentou lucro líquido negativo (R\$ 77, 5 milhões) e lucro financeiro também negativo (R\$ 23, 5 milhões), p. 128-129.

Segundo time de Grupos de Mídia na América Latina

Portanto, é importante lembrar a forma como se configura entre nós o ramo de mídia, que apresenta algumas semelhanças com o modelo norte-americano e muito diferente do sistema europeu (que possui um vigoroso sistema público de comunicação, com várias empresas estatais no setor de ótima qualidade, que ainda luta para se consolidar no Brasil).

Contudo, é importante ter em conta, como afirma Robert W. McChesney (1999) em seu livro famoso *Rich Midia, Poor Democracy*, que o mercado global da mídia foi dominado pelas mesmas oito corporações transnacionais que dominam o mercado dos Estados Unidos: General Electric, At&T/Liberty Media, Disney, Time Warner, Sony, News Corporation, Vicacom e Seagram, mais a Bertelsmann, sediada na Alemanha. (É possível que este quadro tenha se alterado em razão de recentes fusões e aquisições, mas o “clube” do primeiro time ainda continua bastante “fechado”, isto é, restrito).³⁹

Para exemplificar este poderio, o autor lembra que a Time Warner, a maior empresa de comunicação no mundo em termos de receitas anuais (1998: US\$ 27 bilhões) é cerca de 50 vezes maior que a 50ª. maior firma de comunicação, em termos de vendas anuais. As políticas neoliberais, do mercado livre, abriram a propriedade das estações, assim como dos sistemas a cabo e de satélite digitais para os interesses privados e transnacionais. Segundo McChesney, o mercado mundial dos

³⁹ Cf. Robert W. McChesney, *Rich Midia, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times*, 1999.

meios de comunicação tem um “segundo time”, de 50 ou 60 empresas nacionais ou regionais que controlam nichos de mercado (como a indústria editorial). Cerca da metade dessas empresas são norte-americanas. As restantes, em sua maioria, são europeias ou japonesas, e também latino-americanas. (Com rendimentos de mais de US\$ 1 bilhão por ano).

O autor alerta para outra característica não menos fundamental para o nosso estudo, que é uma forte oposição deste segundo time ao sistema global quando não lhes convém, tanto nos países desenvolvidos como nos países em desenvolvimento. McChesney cita os exemplos do Grupo Televisa no México, do Grupo Globo no Brasil, do Grupo Clarín na Argentina e do Grupo Cisneros na Venezuela, que estão entre as 60 ou 70 maiores corporações de mídia do mundo. Isto é, tendem a manter diferentes agendas políticas adequadas a seus negócios internamente, principalmente a opor obstáculos a leis que interferem nos seus lucros, como foi caso da aprovação da lei de entrada do capital externo na mídia brasileira, devido ao grande endividamento do setor, como mostramos anteriormente.

Uma definição de grupos de mídia

Portanto, com base nas características dos grupos de mídia – compreende-se por essa noção a chamada mídia de mercado, aquela que está estruturada em grandes empresas comerciais e grupos de comunicação, tanto impressos quanto eletrônicos (caso da TV, rádio, Internet, etc.) –, excetuando-se a chamada mídia alternativa e estatal – são entidades ligadas a sindicatos, associações, etc., que são veículos de “combate” e de organização popular, assim como a mídia pública e estatal –, que podemos elaborar, em caráter preliminar, portanto, não exaustivo, o conceito de Grupo Econômico de Comunicação. Ao definirmos o conceito de Grupo de Mídia estabelecemos, também, os seus vínculos com a Política (área de pesquisa em Mídia e Política), igualmente, já discutido.

Não desconhecemos, contudo, a forma que adquire no mundo

global a chamada “Nova Economia” que se organiza de maneira distinta da sociedade industrial. Igualmente denominada de Sociedade em Rede (Castells, 1999, 2000 e 2009), Sociedade da Informação em Rede (Benkler, 2006) ou Wikinomics (Tapscott, 2007).⁴⁰ A forma como os indivíduos se comunicam, hoje em dia, tem impactos sociais, culturais, econômicos e identitários enormes. A complexidade do século XXI, aliada a centralidade econômica, política e social que a informação e a comunicação conquistaram, requer superar a ideia da comunicação como fluxo de informação, linear e frontal, típica da sociedade industrial e substituí-la pela ideia de comunicação ecológica, que agrega pessoas, tecnologias, dispositivos, informações, territórios, elementos inorgânicos, bancos de dados etc.⁴¹

A circulação da informação não obedece às mesmas regras que a circulação das mercadorias, em termos de propriedade, da determinação do valor, da natureza das transações comerciais e da lógica do consumo. Castells (2009) assim a descreve: (a) é informacional porque a produtividade e a competitividade dependem de sua capacidade de gerar, processar e aplicar com eficiência a informação baseada no conhecimento; (b) é global porque as principais atividades produtivas es-

⁴⁰ Cf. Kaufman, Dora. O entrelaçamento entre economia e comunicação ou O caráter não econômico da economia. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – São Paulo – SP – 5 a 9/9/2016. Para saber mais sobre o assunto vide: Rodrigues, Daniele Fernandes [et.al.]. Reflexões sobre um modelo de negócios e gestão para empresas jornalísticas. Curitiba (PR): 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, de 04 a 9/9/2017. Neste trabalho, os autores debatem os requisitos e atributos de um modelo conceitual de negócios e gestão para empresas jornalísticas, tendo como diferencial o reconhecimento dos incrementos de riqueza intangível além dos ganhos tangíveis, numa era de empresas da nova economia. E toda esta transformação tecnológica, bem como a revolução no processo de geração, armazenamento, recuperação, processamento e transmissão de informação, impactou de forma relevante o mundo dos negócios e ainda de forma mais intensa e particular os negócios da indústria jornalística. A pesquisa está baseada na ideia de eficiente sistema de controle gerencial que motive a participação de todos os agentes envolvidos, num ambiente colaborativo, com intuito de maximizar a congruência de objetivos, possibilitando a criação e entrega do valor proposto aos públicos de interesse, o que viabilizará a captura de valor traduzida em receitas e lucros sustentáveis, pela organização.

⁴¹ Cf. Kaufman, Dora, op. cit.

tão organizadas em escala global, direta ou indiretamente; e (c) é rede porque a produtividade é gerada, e a concorrência ocorre em uma rede global de interação entre redes empresárias.⁴²

No contexto de redes digitais, a empresa não é mais o sujeito-ator interagindo com o exterior, mas parte de um ecossistema em que as decisões são compartilhadas em “co-ação” entre os atores envolvidos. Emergem inéditos modelos de negócio, com a descentralização do poder. Parece não mais fazer sentido distinguir espaços físicos e espaços informativos, bem como não reconhecer o entrelaçamento entre economia e comunicação.⁴³ Essas questões foram observadas nas pesquisas empíricas por vários pesquisadores, e, de certa forma, também foram mencionadas em nossa pesquisa, embora o nosso foco de análise seja a configuração dos grupos de comunicação sob a ótica do seu poderio econômico e político.

Em síntese, conforme artigo publicado por Eula Cabral (2009), oportunidade em que autora mostra o que é, como funciona, e quais são as estratégias dos Grupos de Mídia brasileiros, considerando a relação com a economia, política e novas tecnologias, é que podemos afirmar que a mídia brasileira é um negócio, em que não há respeito em relação à legislação comunicacional e o motivo é claro: não se visa o melhor para os brasileiros, mas algo rentável e de acordo com as vontades dos empresários da mídia. A digitalização das comunicações vem se realizando por que é algo que interessa aos grupos de comunicação. A relação entre os políticos e os empresários do setor só traz prejuízos para a população. Assim, a democratização das comunicações só se tornará realidade se o cenário comunicacional mudar radicalmente.

Os grupos de comunicação aos quais nos referimos ao longo do estudo apresentam os seguintes aspectos:

1. São formados por indústrias dos ramos de difusão e armazena-

⁴² Kaufman, Dora.

⁴³ Nota mesma autora.

mento de dados (informação econômica, índices da bolsa, etc.), vendedores de produtos culturais (filmes, CD, livros, etc.), atuando também no campo virtual (provedores da Internet, etc.), além de produtores e fomentadores de tecnologia (pesquisa e desenvolvimento em parceria ou sozinhos);

2. São centros de produção de “mão única”, isto é, um único centro gerador irradia seus produtos na forma de rede ou não, para consumidores espalhados pelo mundo, calcado na sua ideologia centrada no tripé: imparcialidade, neutralidade e objetividade, acrescido de grande dose de sensacionalismo⁴⁴;

3. São formados por um controlador também único, que detém o controle de capital, constituído por *holding*, que centraliza os orçamentos e é responsável pela definição das políticas oficiais de cada grupo; o controle do capital está geralmente nas mãos de uma família, com ações distribuídas por várias de seus membros, sendo um deles o sócio majoritário, contando ainda com a participação de outros sócios minoritários, que podem ser empresas (do ramo ou de fora da área), pessoas e mesmo bancos;

4. O seu setor de atividade está centrado na posse dos meios privados de produção, o espaço público e formas alternativas de mídia ocupam papel secundário neste universo midiático, cuja principal lógica está calcado na busca permanente do lucro, combinado com a sua capacidade de fixar a agenda política e influir nos negócios do Estado, portanto, constituem ramo bastante oligopolizados, com grande concentração de capital e raio de influência;

5. Os grupos de mídia estão organizados em entidades corporativas e de caráter sindical fora do âmbito dos setores industriais convencionais, apesar de fazer parte deles, mas com um grau de autonomia

⁴⁴ Pensamos nos centros produtores irradiados a partir das antenas parabólicas, parques gráfico e logístico, estruturado, principalmente, a partir das capitais metropolitanas. Portanto, são polos irradiadores que não permitem uma via de “mão dupla” e que são responsáveis pela venda de uma “mercadoria” com o intuito de obter lucro.

e raio de influência política muito grande, devido ao controle da informação, o que lhes permite o acesso privilegiado a instâncias superiores de decisão;

6. Controlam e elegem parlamentares no âmbito regional e nacional, financiam candidaturas que são seus “testa de ferro” no Executivo e no Parlamento (vide o caso brasileiro, no qual muitos donos de grupos de comunicação são ex-presidentes da República ou ex-ministros de Estado), responsáveis pela concessão de canais de radiodifusão ou liberação de verbas oficiais para financiamento do setor; isto exclui qualquer outra instituição social do acesso à comunicação social no Brasil (a lei de entrada de capital estrangeiro alterou um pouco isso, agora o capital estrangeiro pode deter ações de empresas privadas brasileiras e pessoas jurídicas podem adquirir veículos de comunicação nacionais);

7. São extremamente dependentes da publicidade, seja ela pública e privada, e de favorecimentos estatais, por essa razão são “presas fáceis” da esfera econômica e também política, sofrem também a influência do sistema financeiro, pois dependem do aporte de capitais público e privados para a sua manutenção financeira; por isso a sua capacidade de influir no campo político dependem desses vínculos estabelecidos com essas outras esferas da sociedade, em detrimento dos interesses da maioria dos cidadãos, isto é, primeiro são atendidos os seus interesses corporativos e de classes;

8. Compreendem a sua atividade como um negócio, portanto são vendedores de uma “mercadoria especial”, mas que não escondem o seu papel político, com reflexos claramente eleitorais; isto é, utilizam seus veículos para “derrubar” os seus adversários e/ou conquistar posições; e no campo empresarial lutam para colocar seus produtos no mercado, mas também veiculam suas mensagens com o objetivo de influir na opinião pública e a ganhar espaço político e eleitoral;

9. Atuam com uma “moeda” própria de troca, que é a informação, utilizada como mecanismo de troca comercial ou político, diferente dos demais setores da economia, justamente pelo fato de que dispõem de

um espaço publicitário altamente valorativo, que os grupos de comunicação utilizam como objeto de permuta – sem a necessidade de desembolsar capital na aquisição de outros produtos necessários ou não à sua atuação no mercado -, seja através de acordos comerciais ou político-partidários, seja através da propaganda ou do *merchandising* como no caso da televisão (vide o exemplo das telenovelas);

10. Destacam-se pela sua dimensão “simbólica” devido ao seu papel de agente de desenvolvimento econômico e social no contexto da chamada “sociedade de consumo”, pois os grupos econômicos de comunicação exercem forte influência na cadeia produtiva e promovem o “desenvolvimento”, não somente devido à propaganda, mas também por causa da difusão de valores e hábitos de consumo que difundem, com a televisão servindo como poderoso instrumento no processo de acumulação de capital;

11. Devido à centralidade da mídia no mundo contemporâneo, os grupos de comunicação se constituem num espaço privilegiado para o exercício da cidadania e da atividade política; isto é, através de seus veículos, imagens e *bits*, realiza-se o exercício da política hoje em dia, sobretudo, devido a sua abrangência, influência e rapidez, o que lhes conferem enorme poder econômico, político e social, como nenhum outro grupo econômico ou agente social possui na sociedade.

Depois de apontar algumas de suas características, e com o intuito de ajudar a resolver alguns problemas de ordem epistemológica, com reflexos, certamente, no campo da análise política, podemos definir o que compreendemos por grupos de mídia.

Chamamos de Grupo Econômico de Comunicação aos agentes sociais e políticos que controlam um conjunto de empresas, independentes juridicamente entre si ou não, interligadas, ou por relações contratuais, ou pelo capital, e cuja propriedade do capital (e de ativos específicos) pertence a indivíduos ou instituições, que exercem o controle de fato sobre este conjunto de empresas. O que define o Grupo de Mídia é o controle da propriedade do capital e a influência política dela de-

corrente, pois através da sua propriedade se exerce ao mesmo tempo o poder econômico e o poder político. Isto é, os grupos de comunicação têm o poder de determinar as decisões no âmbito do grupo e determinar o espaço e a forma do exercício da política, a qual os cidadãos ocorrem para exercer a sua cidadania.

Portanto, com base em Granovetter (1994)⁴⁵, dizemos que os grupos econômicos de mídia apresentam um triplo *locus* de poder: transformam-se em um *locus* de acumulação de capital, um *locus* de poder político e um *locus* de exercício da cidadania. Através deste último *locus*, o grupo de comunicação pode fixar a agenda de discussão na sociedade e ao mesmo tempo promover o enquadramento dos temas objeto de sua divulgação, além de promover o exercício da atividade política. Isso lhes confere um poder que nenhuma outra instituição tem na sociedade, e marca de maneira inteiramente nova e indelével as condições em que se realizam na sociedade o exercício da política.

O poder político da RBS

Tal é a presença da RBS na mídia brasileira, e seu estudo mostra a operacionalidade do conceito de grupo econômico de comunicação, uma vez que preenche todas as características mostradas anteriormente. Não é por acaso, que a Rede Brasil Sul de Comunicações utiliza a palavra “grupo” à frente da sigla RBS a partir de 2007.⁴⁶ De acordo com (Golbspan: 2010), “possivelmente foi motivada pela intensificação das críticas ao conglomerado por sua postura comercial agressiva [e política] nos dois estados do Sul”. Isto é, “com a mudança da nomenclatura para Grupo RBS, a empresa pretendia associar seu nome a valores positivos, como ‘a unidade e o trabalho em conjunto, a exemplo do que fizeram

⁴⁵ Cf. Granovetter, M. (cf. *Business Groups*, 1994, p. 453-475).

⁴⁶ Cf. Golbspan, Ricardo B, “Gestão de marca e comunicação integrada de marketing: o caso do Grupo RBS no Rio Grande do Sul”, 2010, p. 43.

o Grupo Globo, o Grupo Abril, o Grupo Folha e o Grupo Estado”⁴⁷, ressalta o autor.

Também devido a razões políticas e econômicas, como deixa antever, claramente, em sua fala, o ex-presidente do Conselho de Administração e ex-presidente do Grupo RBS, Nelson Pacheco Sirotsky. Isso demonstra que os empresários dos grupos econômicos de comunicação têm perfeita clareza do poder que exercem na sociedade, como podemos observar a partir das declarações do ex-presidente do Grupo RBS, da segunda geração da família Sirotsky. Afirma Nelson Sirotsky:

Eu sabia que o presidente de uma empresa deste porte acabaria concentrando muito poder..., pois, ao lidar com informação, a mídia também presta um serviço que, se não for executado com independência, profissionalismo e qualidade, pode trazer graves consequências a instituições e pessoas.⁴⁸

Completa o executivo, da ex-empresa “barriga verde” vendida aos novos acionistas do Grupo NC:

[...] Quando assumi a presidência [da RBS, em 1991], eu já compreendia que uma empresa de comunicação, pela natureza de sua atividade, tem obrigações com a sociedade que outras empresas não precisam ter [e não têm]. Nós entramos na casa das pessoas, conversamos com elas, participamos

⁴⁷ Golbspan, Ricardo B, “Gestão de marca e comunicação integrada de marketing: o caso do Grupo RBS no Rio Grande do Sul”, 2010, p. 43.

⁴⁸ Cf. Wierchowski, Leticia; Sirotsky, Nelson P. *O oitavo dia*. Rio de Janeiro: Primeira Pessoa, 2018, afirmando que “sabia que muita gente me procuraria para reclamar, criticar ou tentar influenciar a linha editorial da empresa.” (p. 305). Segundo ele, “e foram inúmeras e insistentes as tentativas de interferência na nossa atividade, inúmeras queixas contra nossos profissionais, algumas raivosas e persecutórias, incluindo pedidos para atenuar ou suprimir matérias jornalísticas.” Sirotsky afirma, contudo, que escolheu “encarar esta pressão como parte do meu trabalho, dar oportunidade para que todos os incomodados pudessem se manifestar diretamente ao presidente da empresa”, conclui. (p. 305-306). E completa: “Não foram poucas vezes em que, sentado sozinho na minha sala do sexto andar na Avenida Erico Verissimo, em Porto Alegre, eu refleti sobre como deveria agir quando a próxima pressão chegasse, fosse ela de um político, de um comunicador, de um anunciante ou até mesmo de um amigo ou familiar”, ressalta Sirotsky. (p. 307).

de suas vidas. Esta responsabilidade se torna ainda maior quando a empresa é formada por emissoras de rádio e de televisão que cobrem 100% dos domicílios de um estado, além de jornais diários para todos os segmentos de público, como acontece com a RBS.⁴⁹

Afinal, como pensa Nelson Sirotsky, “a realidade, porém, é que mesmo uma empresa [ou um grupo de comunicação] com responsabilidades sociais como a nossa também é um negócio. E qualquer negócio precisa ter indicadores claros que meçam seus resultados.” Sendo que, como presidente do Grupo RBS, “sempre procurei enxergar o tabuleiro inteiro, como num jogo de xadrez. O jogador tem que acompanhar todos os movimentos e planejar estratégias de longo prazo para chegar aonde quer”⁵⁰, completa, numa alusão aos objetivos empresariais do grupo. Ele entende que o jornalismo “é a alma de uma empresa de comunicação”, e “quando um trabalho não está sujeito a um conjunto de princípios norteadores, ele perde a sua beleza e o seu sentido”.⁵¹

Com base nesses princípios, Nelson Sirotsky exerceu o cargo de *publisher* na RBS. “O *publisher* é o responsável final pela linha editorial” – explica Sirotsky. Ele esclarece: “É uma função que não existe claramente nas empresas brasileiras de comunicação, mas o *publisher* é o responsável por tudo aquilo que a empresa produz e leva para o seu público”.⁵²

Segundo o empresário gaúcho, quando criou o comitê editorial da RBS em 1991, “lá estavam os principais responsáveis pela área editorial dos veículos da empresa”, dizendo que, juntos, “esses profissionais debatiam não sobre os fatos, mas sobre como eles cobririam esses fatos, tentando exercer a função editorial com o máximo possível de responsabilidade”⁵³, portanto, exercendo o papel de fixação da agen-

⁴⁹ Cf. Wierzchowski, Leticia; Sirotsky, Nelson P., op. cit., p. 304.

⁵⁰ Cf. Wierzchowski, Leticia; Sirotsky, Nelson P., op. cit., p. 310.

⁵¹ Cf. Wierzchowski, Leticia; Sirotsky, Nelson P., op. cit., p. 372.

⁵² Cf. Wierzchowski, Leticia; Sirotsky, Nelson P., op. cit., p. 364.

⁵³ Cf. Wierzchowski, Leticia; Sirotsky, Nelson P., p. 364.

da – sobre o quê e como discutir tal assunto, isto é, determinando o enquadramento da notícia.⁵⁴

E completa:

“Meu pai [Maurício Sirotsky] dizia que a única pessoa que tinha o direito de não dar uma notícia era o Publisher”, alegando que “conviver com a pressão e não se submeter a ela é o grande desafio do jornalismo responsável” – diz Nelson, “que se orgulha de jamais ter se submetido a pressões”, e de “nunca ter deixado de dar uma notícia”.⁵⁵

Com base neste estilo de gestão, a família Sirotsky levou a sua experiência corporativa para as associações empresariais da qual fazia parte e ajudou a criar juntamente com a família Marinho da Rede Globo, ao participar ativamente das suas lutas e da sua criação em nível nacional e internacional. Tradição herdada dos patriarcas Roberto Marinho do Grupo Globo e Maurício Sirotsky Sobrinho do grupo gaúcho, levada adiante por seus descendentes a partir do trabalho junto às seguintes associações empresariais: ANJ, Abert e Agert no Brasil e outros organismos corporativos mundiais, a exemplo da Associação Mundial de Jornais (WAN).

A Associação Nacional de Jornais (ANJ) foi ideia de Claudio Chagas Freitas, do jornal *O Dia* e ex-governador do Rio de Janeiro, que a apresentara a João Roberto Marinho, a José Nascimento Brito, do *Jornal do Brasil*, e também a Maurício Sirotsky Sobrinho. Assim surgiria a ANJ, “unindo os jornais do país em comum pela defesa da liberdade de expressão e da valorização da imprensa livre e responsável”.⁵⁶ O seu primeiro presidente tinha sido Roberto Marinho, mas quem liderara a associação fora o seu filho, João Roberto Marinho, em parceria com Maurício Sirotsky e outros proprietários de jornais brasileiros.

⁵⁴ Cf. Liedtke, Paulo Fernando, “Governando com a mídia: duplo agendamento e enquadramento no governo Lula (2003-2006)”, que em sua tese apresenta um capítulo específico para discutir a Teoria do Agendamento e Enquadramento de maneira exemplar.

⁵⁵ Cf. Wierzchowski, Leticia; Sirotsky, Nelson P., p. 364.

⁵⁶ Cf. Wierzchowski, Leticia; Sirotsky, Nelson P., p. 259.

Em 1987, Jayme Sirotsky assumia a presidência da ANJ, cargo já ocupado por Maurício Sirotsky, e um dos responsáveis pela aprovação da Declaração de Chapultepec, carta de princípios na defesa da livre iniciativa e da imprensa livre, “condição fundamental para que as sociedades se desenvolvam e resolvam os seus conflitos, promovendo o bem-estar e a liberdade – carta criada em 1994 e assinada por juristas e chefes de Estado do mundo inteiro.” Portanto, segundo Nelson Sirotsky, “este contanto aproximara ainda mais a família Sirotsky dos Marinho, numa relação pautada por parceria, profissionalismo e respeito.”⁵⁷

Segundo a tradição familiar iniciada pelo pai, Maurício, e repetida pelo tio Jayme, Nelson Sirotsky foi muito ativo e teve forte participação em várias associações e presidiu algumas delas – atuava no mundo fora da empresa de maneira enfática. Foi presidente da Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil (ADVB/RS), em 1985-1986; foi grande parceiro da Associação Gaúcha de Emissoras de Rádio e Televisão (Agert) – onde exerceu a vice-presidência por vários anos; membro do Conselho Superior da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert) no período de 2006-2010; presidiu a ANJ (2004-2008), e foi palestrante em fóruns de empresários, nos congressos da Agert e da ANJ, e até na Associação Mundial de Jornais (WAN).

Durante o mandato de Nelson Sirotsky na ANJ, que coincide com a criação do comitê editorial da RBS quando era presidente, foi elaborado o Guia de Ética da RBS e Autorregulamentação Jornalística da RBS – autorregulamentação, que fique claro, significando nenhum controle externo, a não ser o próprio autocontrole interno por parte da empresa ou empresas jornalísticas –, pioneiro entre as empresas de comunicação do Brasil. Segundo Sirotsky, “regramento editorial que reafirma valores, linha editorial e princípios éticos que devem nortear a produção

⁵⁷ Cf. Wierzchowski, Leticia; Sirotsky, Nelson P., p. 259.

jornalística e conduta dos profissionais do grupo⁵⁸, que acabou virando exemplo para várias empresas de comunicação do país e serviu de referência para a criação do código de ética da ANJ, quando presidiu a instituição, oportunidade em que conseguiu a assinatura do presidente Lula a Declaração de Chapultepec.⁵⁹

⁵⁸ Cf. Wierzchowski, Leticia; Sirotsky, Nelson P., p. 242-243.

⁵⁹ Para saber mais sobre a atuação da família Sirotsky a frente da ANJ e da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), vide o Capítulo II, As entidades corporativas dos grupos de comunicação e a ação política (p. 52-61), de nossa Tese (Cf. Eleições presidenciais de 2002: partidos, elites e perspectiva de mudança, Florianópolis, 2006. Vide, especialmente, o item 2.1, intitulado “Histórico e ação política da ANJ e Abert”, p. 53-59), trazendo um histórico do período em que Maurício Sirotsky, e seu irmão Jayme, faziam parte de ambas entidades, o mesmo valendo para a família Marinho. Sobre a participação da família Sirotsky e Marinho na Abert, vide capítulo 5, “As associações empresariais na Confecom”, que trata sobre a Abert e ANJ, p. 148-157. (Cf. *O assalto aos cofres públicos e a luta pela comunicação democrática no Brasil*, Editoria em Debate, 2014, p. 145-180). Sobre o período mais recente de nossa história, vide o capítulo 5, A política de comunicação de Luiz Henrique da Silveira (LHS), item 2, intitulado “As associações patronais e o apoio à propaganda oficial”, para entender a influência da família Sirotsky nas associações patronais no setor de comunicação em SC, respectivamente, na Associação Catarinense de Emissoras de Rádio e Televisão (Acaert), e da Associação Gaúcha de Emissoras de Rádio e Televisão (Agert) – que teve como diretor o pai de Nelson, Maurício Sirotsky –, ambas entidades braço político e corporativo da Abert nos dois estados do Sul, p. 346-352. A diretoria da Acaert de 2009-2010 tinha na vice-presidência de Relação Governo e Mercado, Mário Neves do Grupo RBS, e atual presidente do NSC Comunicação, que comprou a RBS em Santa Catarina (p. 349.).

3

“MÃOS DE TESOURA” E SAÚDE FINANCEIRA DO GRUPO RBS

Quem é a RBS Participações S/A?

A *holding* RBS Participações S.A. congrega as empresas do Grupo Rede Brasil Sul de Comunicação, compostas por empresas de capital fechado, fundada em 31 de agosto de 1957 por Maurício Sirotsky Sobrinho, com sede em Porto Alegre (RS) e no Distrito Federal (DF), e com subsidiárias nos dois estados do Sul, empregando em média mais de 6 mil trabalhadores (2015), com faturamento anual de em torno de R\$ 1,1 bilhão (2015).

O grupo possui como suas subsidiárias 12 emissoras de TV aberta afiliadas à Rede Globo (RBS TV), 16 emissoras de rádio (Rádio Gaúcha, Rádio Atlântida, 102.3 FM, Rádio Farroupilha, CBN Porto Alegre, Rádio Rural, 92 FM) e 3 jornais (*Zero Hora*, *Diário Gaúcho*, *Pioneiro*). O Grupo RBS também opera uma empresa digital, a e.Bricks Digital, formada por empresas da área de tecnologia por meio das quais atua nas áreas de mídia digital e tecnologia, mobile e e-commerce segmentado. E ainda a Engage Eventos, a RBS Publicações (editora), uma gráfica, a Vialog (empresa de logística), a Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho (fundação empresarial) e a Appus (tecnologia de big data com foco em produtos de RH) e HypermindR (análise do comportamento do consumidor).

Em 1957, ao assumir como sócio da Rádio Gaúcha, Maurício Sirotsky Sobrinho dá início à formação do Grupo RBS. Cinco anos depois,

a TV Gaúcha é inaugurada em Porto Alegre e mais tarde, em 1967, torna-se a primeira afiliada da Rede Globo. Em 1969, a primeira rede regional do país é fundada (TV Caxias, em Caxias do Sul, TV Imembuí, em Santa Maria entre outras) e, no ano seguinte, adquire seu primeiro jornal, *Zero Hora*. Em 1973, tem início a formação da rede de rádios FM – a Rádio Atlântida FM é inaugurada em Porto Alegre três anos depois.

A expansão para Santa Catarina

A expansão para Santa Catarina tem início com a inauguração da primeira emissora da RBS TV em Florianópolis em 1979 e a segunda em Joinville no mesmo ano. No ano seguinte, a Rádio Farroupilha é incorporada ao grupo, a TV Coligadas de Blumenau é adquirida e, em 1981, a Atlântida FM inaugura filial em Florianópolis e Blumenau. As rádios Diário da Manhã AM e FM da capital catarinense é incorporada ao grupo na mesma década. Em 1983, é inaugurada a Itapema FM em Florianópolis e é adquirida a TV Cultura de Chapecó, e em 1995, é adquirida a TV Eldorado de Criciúma. As emissoras de televisão da família Sirotsky nos dois estados passaram a ser denominadas RBS TV no mesmo ano.

Em 1986, é lançado em Florianópolis o jornal *Diário Catarinense* (DC), o primeiro jornal da RBS em Santa Catarina totalmente informatizado, e também é inaugurado o parque gráfico Maurício Sirotsky Sobrinho. Em 1992, o *Jornal de Santa Catarina* (JSC) de Blumenau, fundado em 1971, cobrindo o Vale do Itajaí e litoral norte do estado, é adquirido. A Rádio Diário da Manhã AM de Florianópolis torna-se a CBN Diário, em 2000, a TVCOM é inaugurada em Florianópolis e Joinville. Em meados de 2006, são lançados o portal Hagah e o jornal popular *Hora de Santa Catarina*, que circula na região metropolitana de Florianópolis. No mesmo ano, é adquirido o jornal *A Notícia*, de Joinville.¹

¹ Cf. Mick, Jacques; Kamradt, João, *O fim da notícia: a monopolização da mídia e o trabalho dos jornalistas* (Insular, 2017), cuja obra examina em detalhes um caso exemplar de concentração da propriedade na mídia no Brasil: a compra, pelo Grupo RBS, do jornal *A Notícia* em junho de 2006, um dos mais antigos diários catarinenses. Se-

Em 2009, é inaugurado em Porto Alegre o Parque Gráfico Jayme Sirotsky. No mesmo ano, a RBS TV lança o seu sinal digital em Florianópolis, quando completa 30 anos de atividades em Santa Catarina. Em 2011, a RBS associa-se com a BR Investimentos e cria a HSM Educação, voltada à educação executiva e inaugura em Florianópolis a nova sede dos jornais *Diário Catarinense* e *Hora de Santa Catarina* com o que há de mais moderno na produção de conteúdos impresso e digital. Em 2012, no Estado de Santa Catarina, é lançado *O Sol Diário*, suplemento encartado nos jornais *Diário Catarinense*, *A Notícia* e *Jornal de Santa Catarina*, tendo como base as notícias da Microrregião de Itajaí, área que compreende as cidades de Itajaí e Balneário Camboriú, importantes polos turísticos do estado.

Os indícios da crise financeira

No início de 2016, uma série de rumores causados pela crise financeira do grupo dava conta de que todos os seus veículos de comunicação no estado de Santa Catarina estariam sendo vendidos. Inicialmente, o Grupo RBS negou as informações, porém, no dia 7 de março de 2016 o grupo confirmou a venda de seus veículos catarinenses para os empresários Lírio Parisotto (Innova-Videolar), que posteriormente abandonou a transação por problemas pessoais, e Carlos Sanchez (Grupo NC). Na ocasião, os novos donos afirmaram que não iriam mudar a linha editorial da RBS, sendo formado um “comitê de transição”, indicado pela própria família Sirotsky. Com isso, a área de atuação do Grupo RBS passou a abranger apenas o estado do Rio Grande do Sul, após atuar por 37 anos em Santa Catarina.

Naquele mesmo ano os sinais da crise já eram visíveis, época em que o jornal *Zero Hora* (ZH) unifica as edições de sábado e domingo lançando uma edição conjunta publicada aos sábados com novos ca-

gundo os autores, a RBS pagou algo próximo de R\$ 50 milhões pela compra de *A Notícia*, que foi considerado o maior negócio da história da mídia catarinense (p. 26-37).

dernos, os encartes tradicionais e os classificados. A edição dominical passou a ser publicada apenas aos assinantes nos dispositivos digitais. O mesmo já havia ocorrido um ano antes com o *Diário Catarinense*, e no começo do ano seguinte, o jornal é reformulado seguindo o mesmo estilo do ZH. Ainda em 2016, o jornal *Diário de Santa Maria* é vendido para um grupo de empresários da cidade e, em junho de 2017, as emissoras de rádio do grupo foram transferidas para o prédio de ZH, no bairro Azenha, em Porto Alegre.²

Queda no ranking das maiores empresas do Rio Grande do Sul

No *ranking* das 100 maiores empresas do Rio Grande do Sul, segundo a revista *Amanhã*, a involução da RBS também chama a atenção.³ De 2012 a 2013, o império dos Sirotsky caiu da posição 24^a para 27^a, numa lista liderada pela Gerda, como sempre, e pelo Bannisul. A receita bruta do líder de aço (R\$ 45,7 bilhões) é quase 45 vezes maior do que o do grupo de mídia (R\$ 1,3 bi). Na sua avaliação sobre o balanço da RBS, a *Amanhã* registra que, em 2013, “a empresa teve um aumento de apenas 1,3% na receita bruta. Já o lucro foi de R\$ 75 milhões, o que equi-

² Cf. Custódio, Mônica, “Precarização do trabalho jornalístico no *Diário Catarinense*: Estudo de caso do período de 2014-2016”, 26/6/2017, estudo compreendido entre os anos de 2014 e 2016, através do qual a autora se utiliza de pesquisa bibliográfica, documental e entrevistas em profundidade, quando analisou o jornal *Diário Catarinense*, o maior de Santa Catarina, que passou por uma série de transformações, dentre as quais a redução considerável do quadro de funcionários e a venda da fatia catarinense do Grupo RBS, em 2016, do qual fazia parte. Nesta monografia, de acordo com a autora, “fazemos um estudo de caso da reestruturação do jornal, investigando como esse processo tem impactado a rotina e o bem-estar dos jornalistas e verificando os indicadores de precarização do trabalho da categoria profissional”, inclusive, com a concentração dos profissionais na sede da RBS TV, no Morro da Cruz, com o fechamento do moderno prédio da SC-401.

³ Cf. Jornal JÁ, Luiz Cláudio Cunha, “A tesoura que assombra a RBS”, 19/9/2014, em matéria especial para o jornal gaúcho JÁ, na qual através de longo e detalhado estudo, o ex- repórter de *Zero Hora* em Porto Alegre e editor-chefe da sucursal da RBS em Brasília (1993), nos mostra a crise financeira do Grupo RBS, as mudanças sofridas na direção do grupo familiar, além de trazer outros dados relevantes à pesquisa.

vale a 5,9% da receita líquida – um índice modesto”. A analista Luísa Vilhena, da agência de risco Standard & Poor’s, explicou para a revista a raiz das dificuldades da RBS. “O grupo tem um perfil de liderança na região. Por outro lado, acaba exposto a uma volatilidade maior do que se estivesse no país inteiro”. O engessamento imposto pelo “draconiano contrato com o Grupo Globo limita a expansão nacional da RBS”, confinada à fronteira de Santa Catarina com o Paraná, destaca Vilhena.

Isso explica os novos negócios que começam a mudar o perfil de uma empresa que há meio século nasceu pelo jornalismo e hoje tateia por nichos inovadores e rentáveis de mercado, que têm de tudo — menos jornalismo.⁴ A empresa, por sua alta visibilidade, está impregnada na memória dos gaúchos. Na tradicional pesquisa ‘Top of Mind’, realizada todo ano pela revista *Amanhã*, a RBS reafirma em 2014 sua presença como a terceira marca mais lembrada do Rio Grande, logo atrás do gigante siderúrgico Gerdau e da indústria de facas Tramontina. No diagnóstico financeiro, contudo, a RBS está mais debilitada. No levantamento das 500 maiores empresas da região sul, abrangendo Paraná, Santa Catarina e Rio Grande, divulgado na edição de agosto/setembro da revista, o Grupo RBS resvalou da posição 68ª para 74ª, no comparativo de balanços entre 2012 e 2013. O campeão entre os 500 maiores continua sendo o Grupo Gerdau.

⁴ Cf. Jornal *JÁ*, Luiz Cláudio Cunha, “A tesoura que assombra a RBS”, 19/9/2014, lembrando, de acordo com o estudo de Cunha, que em 2008, o caixa da RBS ganhou um sopro com a venda de 12,64% do capital à Gávea, o banco de investimento de Armínio Fraga, presidente do Banco Central no Governo FHC. (Ação planejada pelo então vice-presidente executivo da RBS, Pedro Parente, ministro do Planejamento). Contudo, em 2010, por tabela, a RBS caiu na rede de um banco americano JP Morgan, que gere ativos de US\$ 12 bilhões, que comprou por US\$ 800 milhões uma fatia de 55% do capital e o controle da Gávea, que administra outros US\$ 7 bilhões, incluindo no pacote o passe de Armínio Fraga por cinco anos. Na versão oficial da RBS, os recursos da capitalização seriam utilizados não em jornais, mas em aquisições na área de internet e em conteúdos para telefonia móvel, expandindo as ações da RBS além das fronteiras do Rio Grande do Sul e Santa Catarina. Em 2007, a RBS renegociou o contrato com a Globo, liberando suas ações em novas mídias do Paraná para cima, desde que não fosse competir com o império global em mídias tradicionais – como jornais, rádios, TV e revistas.

“Mãos de Tesoura” na salvação do Grupo RBS

Em 2014, durante meses os rumores de cortes e demissões já assombravam as redações e veículos da RBS, na ocasião o maior grupo de mídia do sul do país, a 27ª empresa no *ranking* das 100 maiores do Rio Grande do Sul. E a confirmação veio com a contratação do escritório contábil paulista de consultoria Galeazzi & Associados, de Cláudio Eugênio Stiller Galeazzi, reconhecido nos principais círculos econômicos do Rio de Janeiro e São Paulo, respeitado entre os grandes empresários brasileiros e disputado por empresas em crise que o veneram como o temido “Galeazzi Mãos de Tesoura” (Cf. Luiz Cláudio Cunha, jornal *Já*, 19/9/2014).⁵ Segundo o ex-editor da RBS, “ele ganhou fama pelos cortantes resultados de eficiência gerencial, redução de custos e otimização de lucros que o tornaram uma lenda da vida real das empresas estressadas por balanços avermelhados e deslizamentos de receita”⁶, completa Cunha.

Com mais de 150 projetos de salvação empresarial no portfólio da consultoria Galeazzi & Associados que fundou em São Paulo, em 1995, Galeazzi teve passagens triunfais (para os patrões) e traumáticas (para os trabalhadores) no comando temporário de gigantes como os grupos Pão de Açúcar, Vulcabrás/Azaleia, Lojas Americanas, Artex, Cicrisa, Vila Romana, entre outros. “Na coronha de seu revólver de *serial killer* de empregos, na conta sinistra da revista *Época Negócios*, estão registradas até janeiro de 2008 mais de 20 mil demissões – o triplo dos 6,5 mil funcionários hoje sobressaltados da RBS”⁷, afirma Cunha.

⁵ Cf. Jornal *JÁ*, Luiz Cláudio Cunha, “A tesoura que assombra a RBS”, 19/9/2014, em matéria especial para o jornal gaúcho *JÁ*, na qual através de longo e detalhado estudo, o ex- repórter de *Zero Hora* em Porto Alegre e editor-chefe da sucursal da RBS em Brasília (1993), nos mostra a crise financeira do Grupo RBS, as mudanças sofridas na direção do grupo familiar, além de trazer outros dados relevantes à pesquisa. Fonte: jornalja.com.br/a-tesoura-que-assombra-a-rbs/. Acesso em: 20 set. 14.

⁶ Cf. Jornal *JÁ*, Luiz Cláudio Cunha, “A tesoura que assombra a RBS”, 19/9/2014.

⁷ Idem.

Crise se aprofunda a partir de 2011

Era inevitável que a RBS buscasse os serviços de Galeazzi, quando acendeu a luz vermelha no comando da família Sirotsky, pois a partir de 2011 começou a se desenhar a crise financeira do grupo. Estudos internos e sigilosos realizados por um executivo da empresa em Santa Catarina, Marcos Barbosa, indicaram que o jornal *Zero Hora* sofreria um grave abalo estrutural nas receitas a partir de 2018, açoitado pelas ondas cruzadas da queda de anunciantes, fuga de leitores e custos crescentes do papel, tudo isso potencializado no mar tormentoso da Internet. O mesmo aconteceria com os jornais do grupo em Santa Catarina. Essa tragédia anunciada acabou acontecendo em 2012, quando o caixa do ZH sofreu uma abrupta queda de publicidade, com uma margem de redução de até 50%. Segundo Cunha, “o comando executivo se assustou porque é a divisão de oito jornais impressos que dava grande suporte ao caixa da empresa”⁸, não esquecer da importância das receitas publicitárias advindas dos veículos de televisão do Grupo RBS.

Cunha reforça a ideia acima, argumentando que o “solavanco, desconhecido até para o público interno da empresa, habituada às notícias sucessivas de auto-louvação sobre sua pujança e modernidade, veio no momento crítico de troca de descendência no poder”. Em 2012, aconteceu a transição da segunda para a terceira geração dos Sirotsky. Nelson, filho do patriarca Maurício Sirotsky Sobrinho (1925-1986), passou o comando executivo da RBS para o sobrinho de 40 anos, Eduardo Sirotsky Melzer, filho de sua irmã Suzana, a primogênita de Maurício. Na cadeira de presidente-executivo, o inexperiente Eduardo Sirotsky “enfrentaria emoções nunca antes vividas pelo avô e pelo tio, seus antecessores no cargo”⁹, destaca Cunha.

As receitas continuaram piorando no início de 2013 e o susto virou preocupação. Em julho daquele ano, consolidada a ideia de contratar

⁸ Cf. Jornal JÁ, Luiz Cláudio Cunha, “A tesoura que assombra a RBS”, 19/9/2014.

⁹ Idem.

uma consultoria externa para reorientar o Grupo RBS, aconteceram os primeiros encontros reservados de Galeazzi com Nelson e Eduardo na sede da consultoria, que ocupa o sétimo andar de um prédio na Avenida Engenheiro Luis Carlos Berrini, endereço nobre de alguns dos executivos e empresas mais destacados em São Paulo.

Neste dia, foi selada a parceria, remunerada por uma taxa de sucesso sobre os resultados obtidos. Discreto, o consultor jamais foi visto na sede da RBS em Porto Alegre, mas ficou clara sua entrada na vida do grupo. Sem aparecer, sem circular pelo QG dos Sirotsky no Sul, Galeazzi despachou para lá um grupo pequeno de assessores para fazer o raio-X e agir sobre os problemas que rondavam o grupo. Segundo Cunha, “pelo que se sabe do contrato, a equipe de Galeazzi vai assombrar os corredores da RBS até meados de 2015”.¹⁰

Em 2016, a RBS vendia todos os seus veículos em Santa Catarina, com novas demissões. Durante o fechamento de nossa pesquisa, tivemos a informação da venda de todo o Grupo RBS para o mesmo dono do Grupo NC, conforme informação veiculada em diversas fontes, negócio envolvendo a cifra de R\$ 2 bilhões.¹¹

¹⁰ Cf. Jornal JÁ, Luiz Cláudio Cunha, “A tesoura que assombra a RBS”, 19/9/2014.

¹¹ Cf. Veja/Coluna Radar Online, de 23/2/2018, que afirma que as negociações entre a família Sirotsky e o Carlos Sanches do Grupo NC estão avançadas, acrescentando que “o negócio está avaliado em R\$ 2 bilhões e envolve 12 emissoras de TV, 15 de rádio e três jornais.” Contudo, de acordo com o Portal Meio & Mensagem, a RBS afirmou, em nota enviada ao Portal, “que não negocia suas operações no Rio Grande do Sul”, acrescentando que “as áreas de mídia do Grupo RBS no Rio Grande do Sul não estão à venda nem vêm sendo negociadas com outra empresa”, afirma a nota. (Cf. Portal Meio & Mensagem, Luiz Gustavo Pacete, “RBS nega venda de operação no Rio Grande do Sul”, 27/2/2018). Com isso, o Grupo RBS repete, na prática, a mesma estratégia adotada quando da venda das operações em Santa Catarina para o mesmo empresário do grupo NC, depois confirmada. Mas em matéria exclusiva de 5/10/2018, o colunista Claiton Selistre, do Portal Making Of, confirmou a informação de Veja. De acordo com o jornalista, o grupo RBS, proprietário de emissoras de TV, rádios e jornais no Rio Grande do Sul, já tem sua venda definida. Selistre informa que “alta fonte gaúcha ligada ao negócio, com pedido de anonimato, garantiu que o valor está acertado e que a forma de pagamento está no detalhe final. Valores e nomes não foram revelados no momento”. Segundo Selistre, “a negociação, por outro lado, já foi informada à Rede Globo, a qual as emissoras de TV do grupo são afiliadas, a quem cabe ma-

A Terceira Geração Sirotsky e a “Nova RBS”

O anúncio das demissões via videoconferência

Como resultado do trabalho de “saneamento” financeiro de Galeazzi, num comunicado duro em videoconferência no dia 4 de agosto de 2014, presidente do grupo Eduardo Sirotsky Melzer anuncia os cortes e demissões.¹² Melzer destaca que o objetivo dos cortes é buscar “produtividade” e “maior eficiência”:

Teremos uma semana intensa pela frente, pois na quarta-feira [6/8/2014] faremos cerca de 130 demissões, de um universo de 6 mil pessoas, com o objetivo de buscar produtividade e maior eficiência. São cortes que precisam acontecer, principalmente na operação dos jornais. Não estou de forma alguma insensível ao impacto que demissões geram na vida das pessoas e da própria empresa, porém acredito que tanto os profissionais quanto as empresas precisam repensar o modo como atuam.¹³

Na reestruturação geral decidiu-se pelo fechamento das sucursais de *Zero Hora* no interior do Estado, onde o jornal tinha presença nas principais cidades, como Caxias do Sul, Pelotas, Santa Maria, Novo Hamburgo, Santa Rosa. Em outras, como Santana do Livramento, Bagé, Rio Grande, Santo Ângelo, Passo Fundo, Uruguaiana e Santa Cruz, a cobertura cabia a repórteres free-lancer.¹⁴ Só no interior, a RBS mantinha

nifestar-se sobre a nova sociedade”, concluiu o jornalista. (Cf. Portal Making Off, Claiton Selistre, “Grupo RBS do Rio Grande do Sul vendido”, 5/10/2018).

¹² Cf. Portal do Grupo RBS, Eduardo Sirotsky Melzer, “COMUNICADO: Mensagem de Eduardo Sirotsky Melzer aos colaboradores”, de 4/8/2014, cuja comunicado foi reiterado através de carta escrita aos “colaboradores”.

¹³ Cf. Portal Imprensa: Jornalismo e comunicação na WEB. Rodrigo Álvares, “Demissão em massa na RBS preocupa professores de jornalismo no RS”, 8/8/2014.

¹⁴ Cf. Portal Imprensa: Jornalismo e comunicação na WEB, Rodrigo Álvares, Christh Lopes e Lucas Carvalho, “RBS anuncia primeiras demissões e Fenaj pede audiência com a Secom”, 6/8/2014.

691 empregos, conforme um relatório da empresa de 2012.¹⁵ Os cortes só não foram maiores na base dos jornais, as redações, porque os salários já são comprimidos. Cerca de 3.400 funcionários, mais da metade do efetivo de 6,5 mil da RBS, ganham menos de três salários mínimos (hoje, R\$ 2.172), conforme o balanço de 2012. É a faixa salarial de boa parte dos dois jornais da capital, *ZH* e *Diário Gaúcho* – este viu sua redação reduzida agora de 20 para 12 jornalistas.¹⁶

Na mesma carta de duas páginas na qual fala cruamente em demissões, Melzer nega uma crise financeira, anuncia a quebra de paradigmas e prega “desapego para deixar de fazer coisas que não agregam” e conclama seus assustados “caros colegas” – como diz no início de sua bombástica missiva – a imitar a RBS e a “apostar no borbulhante mundo dos etílicos”.

Escreve Melzer:

Ampliamos a operação da Wine, que já é a maior empresa de vinhos online do mundo, tanto que estamos agora preparando sua entrada no mercado internacional. E muitos de vocês que já são sócios da Wine agora poderão também ser da Have a Nice Beer, o maior clube *online* de cervejas da América Latina, que está vindo para o Grupo.¹⁷

Política empresarial da “Nova RBS”

No documento, Melzer dedica boa parte do texto para analisar as mudanças de rumo na política empresarial a frente da “nova RBS”, destacando que “a RBS não passa por uma crise financeira. Ao contrário, es-

¹⁵ Cf. Jornal *JÁ*, Luiz Cláudio Cunha, “A tesoura que assombra a RBS”, 19/9/2014, que ressalta que “toda essa presença, que fazia uma ligação direta de *ZH* com diferentes públicos em regiões variadas, virou pó.”

¹⁶ Cf. Jornal *JÁ*, Luiz Cláudio Cunha, “A tesoura que assombra a RBS”, 19/9/2014, que informa que apenas 375 funcionários ganham na faixa de 10 a 20 SM (entre R\$ 7,2 mil e R\$ 14,5 mil). “A elite executiva da RBS, onde a tesoura de Galeazzi tem mais desapego, é formada por 128 funcionários que ganham mais de R\$ 15 mil”, reforça Cunha.

¹⁷ Cf. Portal do Grupo RBS, Eduardo Sirotsky Melzer, “COMUNICADO: Mensagem de Eduardo Sirotsky Melzer aos colaboradores”, de 4/8/2014.

tamos investindo e redesenhando a nossa operação, buscando velocidade e desprendimento que são vitais para a preservação do nosso projeto empresarial.”¹⁸ Lembrando que se envolveu pessoalmente no processo de “reestruturação” do grupo, o presidente da RBS destaca: “Fizemos, nos últimos 12 meses, uma análise muito detalhada de todos os nossos negócios e atividades”, e “a partir do que vimos, fizemos investimentos importantes que ajudam a deixar clara a nossa crença no negócio”.¹⁹

Segundo Melzer, “mudar não é opcional. É vital para o nosso projeto empresarial. O cenário atual apresenta realidades paradoxais. Por um lado, os modelos tradicionais estão altamente desafiados. Por outro, o avanço tecnológico e a *forma de* consumir mídia nunca geraram tantas oportunidades e tanta abertura para a inovação como nos dias de hoje”²⁰. Afirma Melzer:

Dobramos as equipes dedicadas ao digital, tanto nas redações quanto no Tecnopuc, e triplicamos os investimentos nesta área. Até o fim do ano, só no Tecnopuc, em Porto Alegre, teremos quase 100 profissionais trabalhando exclusivamente na criação de soluções digitais para nossos produtos. [...] Na e.Bricks, nossa empresa digital criada há três anos em São Paulo, lançamos o Early Stage, um fundo para impulsionar ideias em tecnologia – um negócio contemporâneo que atrai empreendedores em busca de parceria para crescer. O fundo deve chegar ao final do ano com 16 empresas no portfólio.²¹

¹⁸ Cf. Portal do Grupo RBS, Eduardo Sirotsky Melzer, “COMUNICADO: Mensagem de Eduardo Sirotsky Melzer aos colaboradores”, 4/8/2014.

¹⁹ Idem

²⁰ Cf. Idem, lembrando também o início de uma grande renovação do jornal *Zero Hora*, que havia completado 50 anos, “que agora começa a ser replicada em outros veículos do grupo”, a exemplo dos jornais *Diário Catarinense*, *A Notícia* e *Jornal de Santa Catarina*. Por último, afirmou que, “na TV, teremos nesse ano as 18 emissoras com equipamentos totalmente renovados e tecnologia de última geração, cobrindo com sinal digital o Rio Grande do Sul e Santa Catarina antes do prazo determinado pelo governo federal.”

²¹ Cf. Portal do Grupo RBS, Eduardo Sirotsky Melzer, “COMUNICADO: Mensagem de Eduardo Sirotsky Melzer aos colaboradores”, 4/8/2014.

Finalmente, também na e.Bricks o executivo gaúcho cita mais dois exemplos de inovação e empreendedorismo que marcam a nova gestão:

O primeiro é o HypermindR, um centro de pesquisa no Rio de Janeiro, que vai desenvolver softwares para medir hábitos do consumidor. E o segundo diz respeito ao nosso modelo de gestão de pessoas, baseado na meritocracia. As ferramentas que desenvolvemos para dar mais transparência aos planos de carreira tornaram-se benchmark para muitas empresas e agora serão disponibilizadas ao mercado através da Appus, um negócio que nasceu aqui, dentro do RH [da RBS].²²

Os valores familiares da cultura empresarial da RBS

A governança da RBS, centrada na ideia do fortalecimento da empresa familiar e a busca pela profissionalização da gestão, é estruturada a partir da interação harmônica entre os três círculos: empresa, sociedade e família. Ela é criação do professor John Davis, de Harvard, consultor, além da RBS, de várias outras importantes famílias do panorama nacional.²³ Surge com o ingresso de Nelson Pacheco Sirotsky, em 1991, na Young Presidents' Organization (YPO), fundada nos Estados Unidos em 1950, principal organização de liderança empresarial do mundo.

O YPO, através de suas inúmeras práticas, atua em três pilares fundamentais: desenvolvimento do indivíduo, valorização da família e apoio aos negócios, e trabalha por dois caminhos – *network* e conhecimento.²⁴

²² Cf. Portal do Grupo RBS, Eduardo Sirotsky Melzer, "COMUNICADO: Mensagem de Eduardo Sirotsky Melzer aos colaboradores", 4/8/2014.

²³ Wierzchowski, Leticia; Sirotsky, Nelson P. *O oitavo dia*. Rio de Janeiro: Primeira Pessoa, 2018, com base no depoimento de Nelson Sirotsky, respectivamente, p. 268-271, e p. 283-285.

²⁴ Wierzchowski, Leticia; Sirotsky, Nelson P., op. cit., destacando que os critérios para ser aceito no YPO são rígidos, e, aos 50 anos, os seus membros migram para um outro grupo, o WPO (atualmente YPO Gold), um nível diferenciado da organização, composto de líderes empresariais com muita experiência (p. 269). A inspiração que deu origem ao YPO é de um jovem que herdou aos 21 anos a responsabilidade de dirigir a empresa da família. (p. 269). Todo candidato precisa ser apresentado e endossado por

YPO é uma plataforma que reúne presidentes de empresas ao redor do globo, na qual os membros compartilham suas experiências, seu conhecimento e suas influências, trabalhando juntos, tanto para o desenvolvimento pessoal de cada participante e das suas famílias quanto para inspirar e gerar impacto nos negócios e nas suas comunidades.²⁵

Foi nesse espaço empresarial que Sirotsky realizou cursos sobre empresas familiares, ao conhecer, e, depois, contratar como assessor da RBS, o professor Davis. Essa tradição da RBS e seus valores é uma herança deixada por Nelson Sirotsky, da segunda geração da família Sirotsky, filho do dono do grupo gaúcho, Maurício. Ele exerceu o cargo de presidente de 1991 a 2012, sucedendo ao tio Jayme, que assumiu a presidência em 1986, após a morte do irmão, aos 60 anos, em 24 de março de 1986. Davis foi quem criou o conceito dos três círculos – empresa, sociedade e família –, com base na compreensão das interseções entre esses universos que é fundamental para o andamento de qualquer

dois membros mais antigos da organização. Flávio Corrêa, então presidente da agência de publicidade Ogilvy em São Paulo, foi quem apresentou Nelson Sirotsky à instituição, quando foi aceito no YPO (p. 270).

²⁵ Wierzchowski, Letícia; Sirotsky, Nelson P., op. cit., informando que o YPO tenta criar um clima de confiança entre os seus membros e oferece acesso a uma *network* mundial de altíssima riqueza: os seus participantes podem falar com outros pelo mundo inteiro, fazem cursos em vários países, frequentam as melhores universidades, aprendem juntos e compartilham suas experiências com indivíduos que vivem os mesmos dilemas, administrando empresas e pessoas (p. 270). Nelson Sirotsky já ministrou várias palestras no YPO, “pois a maior riqueza do YPO são os fóruns, sendo que dessa forma Nelson vive profundamente a sua experiência como membro da organização, e ela foi um pilar fundamental no seu papel de presidente de uma empresa do porte da RBS”, afirma *O Oitavo Dia* (p. 271). Também, de acordo com o relato, nela, os participantes formam um grupo de até 12 pessoas que deve seguir unido ao longo dos anos, trocando experiências e dividindo as suas questões pessoais e profissionais. “Como todos são presidentes de empresas, o ganho é incrível. São 26 anos com os mesmos homens, que viram amigos de uma vida. E todos os grupos guardam uma lógica fundamental: a confidencialidade. E cada um deles estabelece seus mecanismos para se proteger nessa questão. Se existe algum problema nesse quesito, a pessoa envolvida deixa o fórum.” (p. 271). Como, ainda hoje, 90% dos presidentes de empresas são homens, as suas esposas, na maioria, participam como acompanhantes e têm programas exclusivos, sendo que a organização também oferece encontros nos quais a família inteira de cada membro participa. (Nelson e sua esposa Nara já organizaram um desses encontros, o Family Seminar, na praia de Itapema/SC, reunindo mais de 600 participantes). (p. 270).

empresa familiar. A gestão profissional da sociedade e da própria família é decisiva para o sucesso dos negócios e para a união da família.²⁶

Davis é uma autoridade pioneira no assunto “empresas familiares”, e desde os anos 1970, ele atua como acadêmico, consultor e palestrante no campo das empresas familiares, trabalhando com diversas famílias multigeracionais ao redor do mundo, grupos de propriedade e líderes empresariais com questões associadas à continuidade e ao sucesso das empresas familiares. Atende famílias como os Ferragamo, os herdeiros da Adidas, da C&A, trabalhando em mais de 70 países do mundo, que foi quem conduziu os Sirotsky a estabelecerem alguns movimentos importantes para garantir o futuro da RBS.

Nesses cursos, Nelson Sirotsky mudou seus conceitos em relação à RBS como empresa familiar, pois Davis enfatizava que tão importante quanto a questão profissional do negócio era o gerenciamento das relações entre os sócios, especialmente a gestão das emoções que caracterizavam as relações entre parentes que trabalhavam em uma organização na qual todos eram ou seriam sócios no futuro, quando se tornassem herdeiros. No ano 2000, a família Sirotsky foi em peso para Harvard fazer o curso de John Davis. Eduardo Sirotsky Melzer – que em 2012 sucedeu a Nelson na presidência do Grupo RBS – fazia, naquele ano, o seu MBA em Harvard e juntou-se à família, participando do curso.²⁷

A entrada na era do e-commerce

Eduardo Sirotsky Melzer, da terceira geração da clã Sirotsky, portanto, é o digno fiador da nova política empresarial, responsável por sustentar a tradição familiar do Grupo RBS. “Quero levar a RBS para uma próxima geração e perpetuá-la. Não estou pensando no faturamento de 2013, mas no de 2024, 2040, daí para frente”, garantiu à revista *Forbes*. Perpetuação é uma palavra que permeia discursos, pa-

²⁶ Wierzchowski, Leticia; Sirotsky, Nelson P., op. cit., p. 284.

²⁷ Wierzchowski, Leticia; Sirotsky, Nelson P., op. cit., p. 284-285.

lestras e documentos do clã Sirotsky, que exibem orgulhosamente nas páginas oficiais as fotos das quatro gerações da família, e Melzer está lá.

O conselho de família, composto por sete jovens do clã, não é um elemento decorativo na empresa, já que também faz parte do Conselho de Administração da RBS Participações S.A. Ele se reúne uma vez por mês, sob a orientação do presidente-executivo Melzer, que afirma:

Conservar o legado da família Sirotsky, manter a unidade e assegurar o apoio das novas gerações da família proprietária na busca da perpetuação do Grupo RBS”, como explica o Relatório de Sustentabilidade 2012, na página 16. Uma das reuniões do conselho de família, recorda Eduardo Sirotsky, foi realizada em Punta del Este, Uruguai, congregando em 2005 as quatro gerações para debater questões de grupo e realizar dinâmicas de integração. “Eu vi o meu filho de um ano correndo de mãos dadas com o meu tio Jaime. Isso foi emblemático, um momento mágico”, contou emocionado ao Coletiva.net.

A crise mundial dos jornais explica e justifica esta ousada quebra de paradigmas da RBS, grupo que começou oferecendo notícias em TV, rádio e jornais e hoje vende vinho e cerveja. O negócio dos jornais impressos, como já perceberam os Sirotsky, está sendo ultrapassado pela mídia digital, exatamente o meio onde a RBS aposta cada vez mais, raramente por elevadas razões jornalísticas. O que mostra a essência dessa transformação no maior grupo de comunicação do Sul do país. “Isto é, não são apenas os números fartos da RBS que mostram que a divisão centrada no jornalismo gera despesas e pouca receita e o núcleo dos novos nichos de negócios não jornalísticos produzem lucros com baixos custo”.²⁸

“Não podemos entrar e competir com outras afiliadas da Globo em outros estados”, explica Eduardo Sirotsky. Contudo, essa barreira foi quebrada no campo digital, onde a RBS “morde o calcanhar até de

²⁸ Cf. Jornal JÁ, Luiz Cláudio Cunha, “A tesoura que assombra a RBS”, 19/9/2014.

gigantes do setor para mostrar sua volúpia de expansão”.²⁹ De acordo com Cunha, em janeiro de 2013, a RBS repatriou um gaúcho que morava na Suíça, Nelson Mattos, que lá exercia o cargo de vice-presidente de Produtos e Engenharia para Europa e Mercados Emergentes da Google. Mattos passou a integrar o Conselho de Administração da RBS, com 11 membros eleitos, seis deles acionistas, cinco independentes – nenhum deles jornalista –, na ocasião sob a presidência de Nelson Sirotsky. Além de Mattos, os dois novos conselheiros independentes eram Israel Vainboim, ex-*chairman* do Unibanco, e Régis Drubule, presidente da Tok-Stok. “Importantes do exigente mundo digital, onde a RBS não tem fronteiras nem limites.”³⁰

Novo perfil da 3ª Geração da Família Sirotsky

No perfil da Diretoria Executiva presidida por Eduardo Sirotsky Melzer fica latente o viés de técnicos de alta formação intelectual e mais preocupados com crescimento e vendas do que de profissionais dedicados ao jornalismo. A começar pelo próprio Melzer, que em 1998 foi para Boston (EUA), para o curso de MBA em Harvard.³¹ “A variedade de abordagens me deu uma visão aprofundada sobre as mudanças que estão sempre em curso”, afirmou à revista da PUC/RS. Lá, ele treinou na área financeira de um banco de investimentos, o Delphi Corporation, e teve

²⁹ Cf. Jornal *JÁ*, Luiz Cláudio Cunha, “A tesoura que assombra a RBS”, 19/9/2014, lembrando que É apenas o endereço digital mais visitado do mundo, operando um milhão de servidores conectados pelo mundo, processando por dia 1 bilhão de pesquisas e gerando 20 petabytes de dados diários – ou 20 quatrilhões de bytes, unidade de informação que corresponde a um número binário de oito algarismos.

³⁰ Cf. Jornal *JÁ*, Luiz Cláudio Cunha, “A tesoura que assombra a RBS”, 19/9/2014.

³¹ Cf. Jornal *JÁ*, Luiz Cláudio Cunha, “A tesoura que assombra a RBS”, 19/9/2014, lembra que do conselho de família, dois dos sete são da 2ª geração, a mesma de Nelson, e os outros cinco são da 3ª, como Melzer. Segundo Cunha, “o notável, no grupo de onde sairão os comandantes da futura RBS, é a perpetuação de um pensamento empresarial alheio ao jornalismo. Da geração de Nelson, Marcelo é empresário e Elaine, médica. Da geração de Melzer, Marina e Juana são psicólogas, Roberto é administrador e Pedro é universitário. A única e honrosa exceção identificada como jornalista é Tanise, a solitária repórter da 3ª geração”.

sua primeira, remota experiência de comunicação como diretor-geral da Box Top Media, que ele define vagamente na revista da PUC como “uma empresa de mídia não tradicional” em Nova York.³²

O desempenho de Melzer no exterior chamou a atenção do tio, Nelson Sirotsky, e do vice-presidente, Pedro Parente, que decidiram dispor de seu talento e espírito empreendedor no Brasil. Voltou em 2004 para São Paulo, como diretor-geral da RBS para o Mercado Nacional, e quatro anos depois era o vice-presidente de Mercado e Desenvolvimento de Negócios, chegando em 2010 ao posto de vice-presidente executivo do Grupo. Essa trajetória tornou inevitável sua ascensão em 2012, aos 40 anos, ao posto de presidente-executivo, sucedendo o tio e marcando a chegada da 3ª geração ao poder na RBS, quando enfrentou a crise financeira que culminou com a chegada do “Mãos de tesoura”.

Portanto, na Diretoria Executiva existiam oito cadeiras e só duas cabem a diretores egressos do jornalismo: Anik Suzuki, da Comunicação Corporativa, e Marcelo Rech, executivo de Jornalismo. O diretor-geral de Televisão, Antonio Tigre, é analista de sistemas e especialista em finanças. O vice-presidente de Finanças, Cláudio Toigo, é formado em Administração de Empresas pela UFRGS, com pós-graduação na PUC gaúcha em Finanças. O vice-presidente de Pessoas e Tecnologia, Deli Matsuo, é formado em Engenharia Elétrica e Tecnologia de Informação e tem MBA em Administração de Empresas. É outro que a RBS foi buscar no Google, onde atuou como diretor de Recursos Humanos para a América Latina.

Geração e-Bricks Digital

Sendo a maior rede regional do Sul do país, com emissoras de rádio, que inclui a Gaúcha, embrião da RBS desde 1957, num total de oito emissoras, além de um conjunto de mídia tradicional, que abrange jornais, rádio e TV – são 34 unidades na RBS. Esta é a velha RBS da

³² Na verdade, a Box Top Media, fundada em 2001, opera uma rede de publicidade que anuncia e promove produtos lácteos de vários fabricantes e varejistas nos EUA.

comunicação. Mas neste vasto mundo dos outros negócios “da nova RBS”, cabe de tudo. A nova política empresarial envolve eventos, educação, emprego, compra e venda de carros e imóveis, entrega de encomendas e serviços gráficos, atividades rentáveis que prescindem de qualquer jornalista. “É um sortido, vasto balaio de tudo aquilo que, ao contrário do jornalismo, gera receita, faturamento e lucros, nos termos definidos pela ‘carta-bomba’ de Melzer”.³³ “Estamos investindo e redesenhando a nossa operação, buscando velocidade e desprendimento que são vitais para a preservação do nosso projeto empresarial”³⁴, afirma o executivo.

Mas, a joia da coroa, que concentra hoje as esperanças maiores do novo presidente Eduardo Sirotsky e do Grupo RBS, é o portfólio de inovação alojado no e.Bricks Digital. “De jornalismo, esta joia não tem nada. São simplesmente apostas para ganhar dinheiro, não credibilidade.”³⁵ Essa é a novíssima RBS, uma outra RBS, ainda indefinida, na busca pela excelência e alto desempenho, Na e.Bricks, pilotada por um jovem de 41 anos, Fábio Bruggioni, “trata-se de um mercado recente e com altíssimo potencial de crescimento”, diz Bruggioni. A e.Bricks de Bruggioni, empresa da área digital com sede em São Paulo, é que define e resume o novo espírito de uma RBS transformada pelo futuro dos ‘novos negócios’. Só na compra de participação em oito empresas de internet, a e.Bricks já investiu R\$ 300 milhões. A definição bilíngue da

³³ Cf. Jornal JÁ, Luiz Cláudio Cunha, “A tesoura que assombra a RBS”, 19/9/2014.

³⁴ Idem.

³⁵ Cf. Jornal JÁ, Luiz Cláudio Cunha, “A tesoura que assombra a RBS”, 19/9/2014, que segundo dados de janeiro de 2005, pela medição do Ibope Nielsen, a leitura online de jornais registrava 4 milhões de visitas únicas por mês; em janeiro de 2013, a audiência era quase seis vezes maior, 24 milhões de visitas mensais de gente que provavelmente trocou o papel pela tela dos dispositivos eletrônicos; a primeira década do Século 21, conforme um alerta da Associação Nacional de Jornais (ANJ), citando um levantamento do Ibope Mídia, indica que o leitor estava num crescente processo de desapego aos jornais. Em 2002, o brasileiro dedicava 41 minutos de seu dia à leitura de jornais. Dez anos depois esse número havia caído para 35 minutos, 85% do tempo original. Em compensação, quem gastava 139 minutos (duas horas e 19 minutos) diários com a navegação na Internet, em 2002, elevou esse tempo em mais de 23% em 2012, passando 170 minutos (quase três horas) diante de um teclado e uma tela.

e.Bricks, segundo o Relatório de Sustentabilidade 2012 da RBS, é esta: “Realiza investimentos em empresas *growth stage* e possui um fundo dedicado a *startups* iniciantes, *early stage*”.³⁶

A empresa aposta suas bitcoins (a criptomoeda que só existe no mundo virtual) em companhias brasileiras, inovadoras, com foco em três setores: *e-commerce* segmentado, *mobile* (celular) e mídia digital e tecnologia.³⁷ O portfólio da e.Bricks é feérico. A Pontomobi faz marketing para audiências online através de dispositivos móveis. Entre eles, a Lembreto, a PlayMe (aplicativos de rádio em formato *streaming* e compatível com *smartphones* e *tablets*) e o TabStudio (para publicações digitais em aplicativos para iPad ou Android). A Hands é a rede de publicidade da Pontomobi e, segundo eles, a maior Premium Mobile Ad Network da América Latina.

Outro exemplo da nova era dentro da filosofia de Melzer do “desapego para deixar de fazer coisas que não agregam”, a empresa Vialog do grupo, inaugurada há 15 anos, pelo natural desafio de entregar a *Zero Hora* em casa aos seus assinantes, “virou uma outra coisa que agrega”, hoje cobrindo todos os municípios dos três Estados do sul do País, com 42 centros de distribuição para a entrega simultânea de 600 mil mercadorias por dia.³⁸ A RBS, que antes imprimia só os seus jornais, agora roda outros mais, agregando coisas pela UMA, a gráfica que em 2007 introduziu a empresa no rico filão da indústria da impressão, suprindo seus clientes em seis parques gráficos espalhados por Porto Alegre, Caxias do Sul, Cruz Alta, Florianópolis, Joinville e Blumenau, de onde saem fôlderes, folhetos, revistas e tabloides.

³⁶ Cf. Jornal *JÁ*, Luiz Cláudio Cunha, “A tesoura que assombra a RBS”, 19/9/14.

³⁷ *Idem*.

³⁸ *Idem*.

4

A OPERAÇÃO ZELOTES

O que é?

A Operação Zelotes¹ foi deflagrada pela Polícia Federal (PF) em 26 de março de 2015 para desarticular organizações criminosas que atuavam junto ao Conselho Administrativo de Recursos Fiscais (Carf), envolvendo os maiores grupos empresariais do País, suspeitos de pagamento de propina para anular multas da ordem de R\$ 19 bilhões, na ocasião já tinham sido identificados prejuízos de quase R\$ 6 bilhões.² Os bancos Bradesco, Santander, Safra, Pactual e Bank Boston, as montadoras Ford e Mitsubishi, a gigante da alimentação BR Foods e o Grupo RBS eram investigados por suspeita de negociar ou pagar propina para apagar débitos com a Receita Federal no Carf, órgão vinculado ao Ministério da Fazenda. Na relação das empresas listadas na Operação Zelotes também constam Petrobras³, Camargo Corrêa e a Light (distribuidora de energia do Rio).

1 Cf. Divisão de Comunicação Social da Polícia Federal, “PF investiga desvios estimados em R\$ 19 bilhões em processos no CARF”, 26/3/2015. A PF define o termo Zelotes, significando “falta de zelo ou cuidado fingido”. Fonte: www.pf.gov.br/agencia/noticias/2015/03/pf-investiga-desvios-de-r-19-bilhoes-em-processos-no-carf. Acesso em: 5 nov. 18. Vide também: www1.folha.uol.com.br/especial/2015/operacao-zelotes. Portanto, o termo Zelotes vem do adjetivo zelote, referente àquele que finge ter zelo. Ele faz alusão ao contraste entre a função dos conselheiros do Carf de resguardar os cofres públicos e os possíveis desvios que efetuaram. (Cf. *Folha de S.Paulo*, 1/4/2015).

² Cf. *Folha de S.Paulo*, “Entenda a Operação Zelotes da Polícia Federal”, 1/4/2015 e atualizado em 31/5/2016., que destaca que o valor equivale a cerca de três vezes o dinheiro desviado da Petrobras por meio do esquema desarticulado pela Operação Lava Jato, se considerada a cifra levantada em janeiro pelo Ministério Público Federal (R\$ 2,1 bilhões).

³ A Petrobras também está entre as empresas investigadas. Processos envolvendo dívidas tributárias de R\$ 53 milhões são alvo do pente-fino, que envolve a Polícia Fede-

Os casos apurados na Zelotes foram relatados no Carf entre 2005 e 2015. As investigações, iniciadas em 2013, dão conta que os suspeitos atuavam no interior do órgão patrocinando interesses privados, buscando influenciar e corromper conselheiros com o objetivo de conseguir a anulação ou diminuir os valores dos autos de infrações da Receita Federal. Apurou-se que servidores repassavam informações privilegiadas obtidas dentro do Conselho para escritórios de assessoria, consultoria ou advocacia em Brasília, São Paulo e outras localidades, para que estes realizassem captação de clientes e intermediassem a contratação de “facilidades” dentro do Carf.

O grupo se utilizava de empresas interpostas para dissimular suas ações e o fluxo do dinheiro, que era lavado, retornava como patrimônio aparentemente lícito para estas empresas. Houve indícios de tráfico de influência e fraudes para anular, principalmente, multas aplicadas pela Receita em processos envolvendo a amortização de ágio em fusões e aquisições. São casos em que as empresas podem abater do pagamento de impostos a diferença entre o valor pago e o valor patrimonial da empresa, descontando prejuízos. Alguns processos sob investigação envolviam amortização do ágio interno, caso em que a compra é de empresa de um mesmo conglomerado.

A fraude

A fórmula para fazer o débito desaparecer era o pagamento de suborno a integrantes do Carf, espécie de “tribunal” da Receita, para que produzissem pareceres favoráveis aos contribuintes nos julgamentos de recursos dos débitos fiscais ou tomassem providências como pedir vistas de processos. Segundo o relato dos investigadores,

Aqui no Carf (Conselho Administrativo de Recursos Fiscais) só os pequenos devedores pagam. Os grandes, não”, resu-

ral, o Ministério Público Federal e as corregedorias da Receita Federal e do Ministério da Fazenda.

miu um ex-conselheiro do Carf, com cargo até 2013, numa conversa interceptada com autorização da Justiça.⁴

O Carf julga em última instância recursos de grandes contribuintes multados pela Receita. Como são seis conselheiros, três deles indicados pelos contribuintes, bastava cooptar um voto entre os três conselheiros nomeados pelo Ministério da Fazenda para que o resultado da votação terminasse, não raro, no placar de quatro votos a um. As propinas variavam de 1% a 10% do débito tributário. Na ocasião, a estimativa dos prejuízos aos cofres públicos era de R\$ 19 bilhões, valor dos débitos fiscais de 70 processos analisados. Até aquele instante, ficou comprovado que em nove deles houve desvio no valor de R\$ 6 bilhões.

A dívida da RBS na Zelotes

A situação dos grupos investigados envolveu peso pesados da economia brasileira e do setor da indústria da comunicação, a exemplo do Grupo RBS, maior afiliada da Rede Globo no Sul do Brasil, acusado de pagar R\$ 15 milhões em propina para obter a redução de débito fiscal de cerca de R\$ 150 milhões. No total, as investigações se concentraram sobre débitos da RBS que somam R\$ 672 milhões. Além do Grupo Gerdaui, também investigado pela suposta tentativa de anular débitos que chegam a R\$ 1,2 bilhão. O banco Safra, que tinha dívidas em discussão de R\$ 767 milhões, teria sido flagrado negociando o cancelamento dos débitos. Estavam, ainda, em suspeição os processos envolvendo débitos do Bradesco e da Bradesco Seguros no valor de R\$ 2,7 bilhões; do Santander (R\$ 3,3 bilhões) e do Bank Boston (R\$ 106 milhões).

Confira, na imagem a seguir, a relação dos grupos investigados, incluindo o grupo da família Sirotsky:

⁴ Procuradas pela reportagem, a maioria das empresas informou não ter conhecimento do assunto.

OPERAÇÃO ZELOTES

● Empresas que estão sendo investigadas

EM MILHÕES DE REAIS

Contribuinte	Débito em discussão
SANTANDER	3.300
BANCO BRADESCO E BRADESCO SAÚDE	2.700
FORD INDÚSTRIA	1.700
GERDAU	1.200
LIGHT	929
BANCO SAFRA	767
RBS	672
CAMARGO CORRÊA	668
MITSUBISHI MMC	505
CARLOS ALBERTO MANSUR	436
CERVEJARIA PETRÓPOLIS	406
MARCOPOLO	260
CIMENTO PENHA	109
BANK BOSTON	106
COOPERSUCAR	62
PETROBRÁS	53
ÉVORA	48
EMBRAER	12
CF PRESTADORA DE SERVIÇOS	9,6
NARDINI AGROINDUSTRIAL	9,5
VIA CONCESSÕES	3
*BR FOODS, BANCO PACTUAL, DASCAN, HÖLDERIN, KANEBO SILK, OMETTO, VIAÇÃO VALE DO RIBEIRO	ND

*valores estão sendo apurados pelos investigadores INFOGRÁFICO/ESTADÃO

O caso RBS teve grande repercussão nacional

A investigação do Grupo RBS na Operação Zelotes, como podemos ver acima, repercutiu imediatamente na imprensa e nas mídias sociais e blogs alternativos, com reportagens nos principais jornais e revistas de circulação nacional e na Internet. Ao contrário da Operação Lava Jato, a Operação Zelotes não teve a mesma repercussão, naturalmente por envolver grupos econômicos poderosos e a própria mídia como suspeita.⁵ Contudo, o valor desviado de R\$ 19 bilhões equivale a cerca

5 Cf. *CartaCapital*, André Barrocal, “Operação Zelotes não sensibiliza Justiça e mídia, diz procurador”, 3/5/2015. A revista ainda dedicaria outra matéria sobre o assunto, intitulada “Onde está o Moro da Operação Zelotes?”, publicada em 9/8/2015 e atualizado em 10/8/2015. Sobre a matéria citando a RBS, vide *CartaCapital*, “Operação Zelotes envolve bancos, grandes empresas e afiliada da Globo”, de 28/3/2015. ** Cf. *CartaCapital*, André Barrocal, “Holofotes na Zelotes”, de 3/11/2015, 4h50, que afirma que “ao investigar um filho de Lula e o ex-ministro Gilberto Carvalho, a operação deixa o limbo e ocupa o noticiário”. De acordo com a revista paulista, “até a manhã da segunda-feira 26, a Operação Zelotes era a ‘prima pobre’ dos escândalos de corrupção no Brasil. Enquanto a Lava Jato recebia a atenção quase exclusiva da mídia e revirava o mundo político e econômico”. Para reforçar a tese de *CartaCapital*, vide tam-

de três vezes o dinheiro desviado da Petrobras por meio do esquema desarticulado pela Lava Jato, se considerada a cifra levantada em 2015 pelo Ministério Público Federal (R\$ 2,1 bilhões).⁶ Nos sete meses de investigação ficou “comprovado”, de acordo com a PF, que conselheiros do Carf e funcionários do órgão “defendiam interesses privados, em detrimento da União, valendo-se de informações privilegiadas”.⁷

Reputação em risco

Portanto, pela análise nos principais veículos de comunicação à época, podemos vislumbrar uma grande exposição do assunto na imprensa, e com conteúdo bastante prejudicial à imagem da RBS, desde o início da deflagração da operação em março de 2015.

O tema reputação empresarial não é nosso objeto central de análise, exigindo maior aprofundamento acadêmico. Mas não podemos deixar de fazer breve referência, uma vez que ele é preocupação mundial. No caso da mídia, este assunto assume papel da maior relevância, pois está relacionado com um dos seus valores mais sagrados: a credibilidade.

Segundo a revista *Exame*, um levantamento da consultoria norte-americana Ocean Tomo com empresas listadas na bolsa de Nova York

bém do G1, em São Paulo, Entenda a Operação Zelotes, 25/2/2016, além do Além do *Jornal Nacional*, edição do dia 26/10/2015. Além de G1 de O Globo, conforme link, a seguir: Fonte: g1.globo.com/politica/noticia/2016/02/entenda-operacao-zelotes.html. Acesso em: 8 nov. 2018.

⁶ Cf. *Folha de S.Paulo*, “Entenda a Operação Zelotes da Polícia Federal”, de 1/4/2015 e atualizado em 31/5/2016.

⁷ Cf. Portal G1.com.br (SP), do Grupo Globo, dona da TV Globo, matéria intitulada “Entenda a Operação Zelotes”, 25/2/2016 e atualizado em 25/2/2016, afirmando que a “PF apura esquema de fraude no Carf, ligado ao Ministério da Fazenda”, na qual 16 pessoas já foram denunciadas, com prejuízo estimado é de R\$ 19 bilhões. Na mesma matéria, o G1 destaca que “foram alvos da etapa inicial da Zelotes ao menos 70 empresas, 15 escritórios de advocacia ou consultoria e 24 pessoas, entre as quais conselheiros e ex-conselheiros do Carf”, destacando que entre as empresas investigadas estavam montadoras, grandes bancos nacionais, empreiteiras e siderúrgicas, e a sua afiliada da TV Globo: o grupo de comunicação RBS. Fonte: g1.globo.com/politica/noticia/2016/02/entenda-operacao-zelotes.html. Acesso em: 8 nov. 2018.

mostra que 84% do valor de mercado de uma companhia está vinculado a ativos intangíveis, como a reputação.⁸ Há 40 anos, essa medida correspondia a 17%. Boa parte dos executivos dos grandes grupos econômicos reconhece essa relevância. A reputação é considerada prioridade número 1 para 65% dos executivos, segundo pesquisa realizada pela consultoria Reputation Institute em 2014 com 301 líderes de empresas de 29 países, em 28 setores. Ana Luísa Almeida, presidente do Reputation Institute no Brasil, afirma que “o tema envolve públicos distintos, como funcionários, clientes, fornecedores e investidores.”⁹

Um dos aspectos mais complexos desse gerenciamento é justamente a quantidade de variáveis relacionadas ao tema, que envolvem além do pessoal de comunicação da empresa, inclui executivos de áreas como ética, inovação e atendimento aos fornecedores. O objetivo é criar normas e metodologias de controle e acompanhamento com a participação direta de fornecedores e subfornecedores, cujo principal missão de um comitê desse tipo é prevenir crises. “A diferença é que o comitê de reputação pretende atuar muito antes da crise, ao trabalhar a herança de imagem que a marca tem no mercado e ao alertar o comitê de risco se perceber que há algo errado”, afirma Fábio Ceregatto, diretor de operações de recursos humanos da Ajinomoto.¹⁰ Pois no meio de um incêndio, a falta de agilidade para reagir de forma adequada pode causar danos difíceis de apagar, afirma *Exame*.

“É natural que a empresa passe a se preocupar com a reputação só depois de uma crise”, diz Marco Tulio Zanini, professor da FGV (RJ), citando o caso da petroquímica Brasken, controlada pelo grupo Odebrecht, afirmando que o comitê de reputação da companhia foi criado

⁸ Cf. *Exame*, Edição Especial 2015, Melhores e Maiores: As 1000 Maiores Empresas do Brasil. São Paulo: Editora Abril, julho de 2015. Conforme matéria intitulada “Muito além do discurso”, da jornalista Aline Scherer, destacando que “para proteger a própria reputação, empresas instaladas no país começam a montar grupos dedicados a monitorar riscos existentes em cada detalhe da operação”, p. 142-145.

⁹ Cf. *Exame*, Edição Especial 2015, op. cit., p. 143.

¹⁰ Cf. *Exame*, Edição Especial 2015, op. cit., p. 145.

em julho de 2011, dois meses depois de acidentes na sua fábrica em Alagoas, após o rompimento de uma máquina, uma nuvem de fumaça tóxica atingiu funcionários e moradores da região.¹¹

De acordo com a pesquisa de *Exame*, o exemplo do banco de investimento Goldman Sachs, nos Estados Unidos, mostra como pode ser árdua a tarefa de recuperar estragos, pois desde a crise financeira de 2008, o conceito do banco evoluiu de “muito ruim” para “ruim”. Na instituição, o tema é discutido pelo comitê de governança.¹² Portanto, conclui a revista *Exame*, “quando se trata de reputação, não basta querer parecer melhor. É preciso, de fato, ser”.¹³ (Não sabemos se o Grupo RBS chegou a criar um comitê de crise, mas é bem provável que sim, devido a grande repercussão do caso. No mínimo, o assunto deve ter sido bastante debatido no conselho de administração do grupo).¹⁴

O tema voltou a ser citado “*en passant*” (de passagem) pelo jornal *Valor Econômico* em sua edição especial de 2016 (1000 Maiores Empresas), quando analisa o cenário econômico daquele ano, que também não é nosso foco de estudo. Valor destaca que haverá um retorno gradual dos investimentos em atividade produtiva, cuja senha “é a volta da confiança” e essa tendência é, hoje, restrita a empresas de nome irrepreensível,

¹¹ Cf. *Exame*, Edição Especial 2015, op. cit., p. 145, afirmando que a Brasken é citada em documentos da Lava-Jato, que investiga corrupção em contratos com a estatal Petrobras.

¹² Cf. *Exame*, Edição Especial 2015, op. cit., p. 145.

¹³ *Idem*.

¹⁴ Cf. *Exame*, Edição Especial 2015, op. cit., p. 143, sendo que as empresas chegam a fazer peças promocionais na mídia com o intuito de aquilatar a sua reputação junto ao público. Vide o exemplo da campanha em rede nacional de televisão da subsidiária brasileira da siderúrgica Arcelor-Mittal, que foi ao ar em março de 2014. No filme, a apresentadora esportiva Renata Fan mostrava as situações do cotidiano em que o aço estava presente – boa parte das quais eram obras de construção civil. (p. 143). Pesquisas mostraram que o conhecimento do público sobre a marca triplicou e os contatos nos canais de atendimento da empresa quintuplicaram. O objetivo era testar a reputação da empresa perante o público interno e externo, servindo de teste em razão dos resultados obtidos, montando-se um comitê de reputação, imagem e sustentabilidade com representantes de diversas áreas da companhia no país (p. 143).

“triplo A”.¹⁵ O que isso significa? Segundo Roberto Dib, responsável pela área de produtos estruturados da TAG Investimentos, empresas “sem nenhuma ligação com operações da polícia Federal, pode disseminar-se pelo restante da economia se a confiança se reinstalar”.¹⁶

Retidão política

Segundo Gomes (2001), reconhece-se a existência de debate público sobre o tema x ou y quando se consegue identificar certo número de intervenções monográficas através de textos ou declarações publicadas.¹⁷ Expor-se ao debate público ou furtar-se a ele passam a significar dois padrões de comportamento em face dessa esfera opinativa que se realiza nos meios de comunicação ou em relação essencialmente simbiótica com os mesmos. Por isso mesmo, trata-se de um mandamento de retidão política na condução e decisão da coisa pública.

Alguém sempre pode furtar-se ao debate público, como parece ser o caso da RBS no escândalo da Zelotes. Mas isso pode ser visto co-

15 Cf. *Valor Econômico*, Edição Especial 2016: As 1000 Maiores Empresas, nº 16, Ano 16, Setembro de 2016, p. 72.

16 Cf. *Valor Econômico*, Edição Especial 2016, op. cit, p. 72.

17 Cf. Gomes, Wilson. Opinião pública hoje: uma investigação preliminar, p. 61-82, In. Fausto Neto, Antônio [et al]. Práticas midiáticas e espaço público. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001, p. 61-82. Segundo Gomes, na classe de discursos, a opinião pública está vinculada ao debate público – entendido como o âmbito opinativo da esfera pública contemporânea – e a opinião publicada em geral (p. 63). Ela se refere ao fenômeno da opinião publicada, isto é, da opinião exposta e disponível socialmente, que se inscreve na esfera da publicidade social representando o âmbito específico da esfera pública composta pelos juízos de valor, pelas teses e imagens públicas (p. 69). Neste caso, a publicidade da opinião decorre do seu modo de existir socialmente como opinião exposta, disponível, cognitivamente ao alcance de uma faixa extensa dos cidadãos (p. 69-70). Desse modo, a esfera da publicidade social é, antes de tudo, esfera de exposição, de mostra e de consumo de materiais de toda espécie, inclusive compilações informativas sobre a atualidade (p. 70). Em resumo: “Trata-se do âmbito específico dos juízos de valor, das teses, enfim, das opiniões sobre qualquer matéria política, que é o que aqui se está propriamente chamando de opinião política publicada, no sentido de opinião expressa, manifestada, exibida publicamente”. (p. 70). Por isso, devemos melhor qualificá-la, denominando-a como opinião publicada, e não meramente opinião pública. (Idem).

mo um atestado de ausência de sensibilidade democrática e desprezo pela opinião pública. Furtar-se a isso é recorrer a um expediente antidemocrático. Ao contrário, qualquer autor que sustente posição em disputa sobre uma matéria qualquer procurará acumular como capital democrático a ardilosa ou sincera exposição pública das suas opções e prioridades e a sua inserção num debate aberto e submetido às pressões dos conflitos de interesses e ideias.¹⁸

A posição da indústria da informação e do espetáculo, quando homogeneizável ou convergente, transforma-se num poderoso critério de seleção e edição da opinião publicada. Essa categoria fundamental ao tecido social – o cidadão ou povo¹⁹ – é conquistada pela indústria da informação e do espetáculo de massa como público ou audiência, constituindo-se no seu maior bem. Conquistado o público, a indústria da informação trata-o como sua posse e passa a vendê-lo como consumidor ao mundo da produção econômica, ao mesmo tempo em que o torna acessível como opinião pública ou eleitorado para o mundo da política.

Fato que acabou respingando em cheio na própria RBS. Ela teve que enfrentar a exposição negativa da própria mídia, sobretudo, a partir das reportagens veiculadas nacionalmente pela empresa matriz do Grupo Globo sobre a Zelotes, em matérias desabonadoras à sua reputação.

Para Gomes, setores sociais com facilidade de ganhar acesso às instâncias de decisão do Estado, principalmente àquelas obscuras e reservadas, procuram se abrigar dos riscos da exposição pública

¹⁸ Cf. Gomes, Wilson. Opinião pública hoje: uma investigação preliminar, p. 74.

¹⁹ Cf. Gomes, Wilson. Opinião pública hoje: uma investigação preliminar, p. 61-82, Neste sentido, o autor entende “opinião pública” como referida ao conjunto abstrato dos públicos, ao público genericamente considerado ou, simplesmente, à população (p. 67). Desse modo, se podem dotar plenamente de sentido as expressões acima apresentadas se pensarmos a opinião pública como uma grandeza demográfica, uma entidade sócio psicológica equivalente a algo como o público, a população, o eleitorado ou, simplesmente, o povo. (Idem). O autor conclui que precisamos reformular a definição de opinião pública, pois ela não é simplesmente “o sujeito coletivo de opiniões, mas o sujeito coletivo capaz de manifestar decisões” (p. 68-69). É o que fazem as pesquisas de opinião.

ao debate, buscando anteparos em esferas particulares e fechadas.²⁰ Eventualmente, procuram acesso ao debate público quando ele lhes é imprescindível, mas suas estratégias de intervenção no espaço opinativo se realizam através dos dispositivos propagandísticos e da política de fabricação de imagem.

A RBS pouco pode fazer neste sentido. Não há registro de campanha a seu favor com esse intuito. Mesmo porque os estragos à sua reputação já estavam feitos. E eles foram provocados pela própria imprensa e pelos formadores de opinião midiáticos.²¹

Para entender a Operação Zelotes

O jornal *Folha de S.Paulo* (1/4/2015), na matéria “Entenda a Operação Zelotes da Polícia Federal”, citada anteriormente, apresenta uma cronologia detalhada dos fatos, utilizando o termo “quadrilha” ao se re-

²⁰ Cf. Gomes, Wilson. Opinião pública hoje: uma investigação preliminar, p. 75-76.

²¹ Cf. Gomes, Wilson. Op. cit., p. 61-82. O autor conclui em seu trabalho que “meios de comunicação, mundo político e público se integram em nossos dias numa espécie de sistema de produção, circulação e consumo de opinião pública, no interior do qual ganham sentido e possibilidade a política de opinião e todo o processo de conversão da opinião particular em opinião do público” (p. 78). De acordo com Gomes, a matéria que constitui tal sistema, a opinião política, depende o concurso de agentes situados nesses três campos diferentes, cada um deles organizados segundo lógicas distintas, que se equilibram ao mesmo tempo pela simbiose de interesses e pelo contraste de forças (p. 78-79). Daí o papel primordial da mídia, pois em nosso tempo, praticamente se confunde audiência e publicidade. Assim, o debate é considerado realmente público se ele tiver à sua disposição um volume satisfatório de audiência. Isso faz com que o debate especializado precise, de algo algum modo, frequentar a mídia (p. 72). Assim, para que um debate especializado, mesmo aquele do Congresso Nacional, se torne um debate público, em sentido contemporâneo, ele precisa de algum modo passar pela caixa de ressonância dos meios de comunicação. (p. 73). Segundo o autor, há setores que praticamente monopolizam o debate público, a exemplo dos editores e colunistas de informativos periódicos, as figuras principais do jornalismo opinativo da chamada grande imprensa, os condutores de *talk shows* e programas de debates televisivos, o governo, personalidades midiáticas do Congresso, câmaras e sociedade civil, personalidades dos chamados mundo da cultura, do espetáculo e dos negócios. E, por último, os chamados intelectuais da mídia (as figurinhas carimbadas da academia ou do mercado profissional, a quem os meios de comunicação costumam recorrer para opinar). (p. 73).

ferir aos suspeitos acusados na operação da PF, apresentando cada um dos crimes investigados naquele que se constituiu num “dos maiores esquemas de sonegação fiscal já descobertos no país”. Traz o depoimento de executivos dos grupos envolvidos na fraude, dentre eles os executivos da RBS, interrogados na CPI do Senado, instalada em 19 de maio de 2015, para investigar o esquema de pagamento de propina.²²

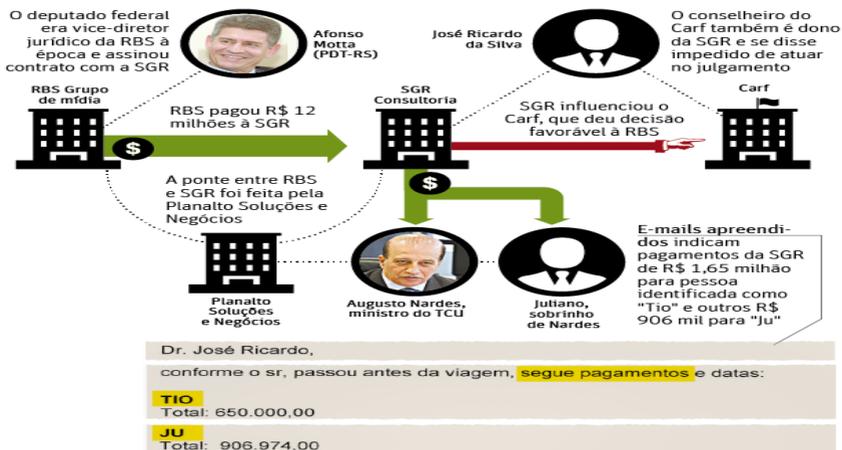
De acordo com a matéria, em 12 dos processos, a polícia encontrou “elementos consideráveis de irregularidades”, estando nesse grupo Gerdau e RBS. Na mesma matéria, a editoria de arte (Folhapress) apresenta em destaque o infográfico, sob o título “Tribunal sob Suspeita”, como ocorria o esquema de anular multas no Carf, e mostra outra arte extremamente negativa ao Grupo RBS, detalhando o envolvimento da família Sirotsky no esquema de corrupção. Na arte aparece, de maneira clara, os personagens envolvidos na fraude fiscal do Grupo RBS, com destaque para a participação do então ministro do Tribunal de Contas da União (TCU), Augusto Nardes, “investigado de peso da Zelotes”²³, e demais envolvidos no caso, a exemplo do seu sobrinho, Carlos Juliano Ribeiro Nardes, do conselheiro do Carf José Ricardo da Silva (dono da SGR Consultoria), além do deputado Afonso Motta (PDT-RS), na época vice-diretor Jurídico da RBS.

A seguir, reproduzimos o infográfico original da *Folha*, que mostra ainda um pequeno trecho de troca de e-mails entre os acusados, comprovando o suposto depósito de propina em nome dos suspeitos.

²² Em dezembro de 2015, a comissão de inquérito parlamentar sobre o suposto esquema de fraude no Carf aprovou seu relatório final. Ele pede o indiciamento de 28 pessoas, entre conselheiros, assessores, lobistas e empresários. A CPI foi instalada em abril. A relatora, Vanessa Grazziotin (PCdoB-AM), também pediu o indiciamento de Juliano Nardes, sobrinho do ministro do Tribunal de Contas da União (TCU) Augusto Nardes, por suspeita de recebimento de recursos de propina pagos pela SGR e pela JRSilva, outras empresas investigadas no esquema. (Envolve a RBS).

²³ Augusto Narde é o ministro do TCU (Tribunal de Contas da União), relator da reprovação das contas da presidente Dilma Rousseff.

O ESQUEMA



Fonte: *Folha de S.Paulo*, Editora de Arte/Folhapress (1/4/2015).

Segundo as investigações, como mostra o infográfico acima (Folhapress), a Polícia Federal e Ministério Público Federal²⁴ apresentaram indícios de que o ministro do Tribunal de Contas da União, Augusto Nardes²⁵, relator das contas da presidente Dilma Rousseff, pode ter recebido R\$ 1,65 milhão de uma empresa investigada com suspeita de envolvimento com fraudes fiscais.²⁶ Nardes foi sócio, até 2005, da empresa Planalto Soluções e Negócios, registrada em nome de seu so-

²⁴ Cf. *Folha de S.Paulo*, "Entenda a Operação Zelotes da Polícia Federal", de 1/4/2015 e atualizado em 31/5/2016, que afirma que documentos apreendidos pela Operação Zelotes revelam que o ministro do TCU, Augusto Nardes, era um dos donos da empresa Planalto Soluções quando essa fechou parceria com uma das principais firmas de consultoria envolvidas no escândalo. E em depoimento na CPI do Senado sobre vendas de sentenças no Carf, a ex-funcionária do escritório J.R. Silva Advogados e Associados, Gegliane Bessa, disse que repassou quantias em espécie ao sócio Juliano Nardes.

²⁵ Cf. *Folha de S.Paulo*, op. cit., 1/4/2015, que mostra através de uma segunda arte da Folhapress o pagamento pela RBS de R\$ 2,55 milhões à SGR Consultoria de José Ricardo da Silva, ligando ao ministro do TCU e seu sobrinho, com o título: "Suspeita contra Nardes: Ministro responsável pelo processo das contas do governo no TCU é alvo de investigação".

²⁶ Cf. *Folha de S.Paulo*, op. cit., 1/4/2015.

brinho, Carlos Juliano Ribeiro Nardes.²⁷ Segundo os investigadores, a companhia recebeu pagamentos da SGR Consultoria de José Ricardo da Silva, que teria corrompido conselheiros do Carf para favorecer empresas que recorreram ao órgão para discutir multas.²⁸

No Carf, a RBS discutia uma multa aplicada pela Receita e contratou por R\$ 11,9 milhões a firma SGR Consultoria, pertencente a um ex-conselheiro do Carf, José Ricardo da Silva.²⁹ Ele, por sua vez pagou, entre dezembro de 2011 e janeiro de 2012, R\$ 2,55 milhões à firma Planalto, pertencente ao sobrinho de Nardes, Carlos Juliano.³⁰ Embora tenha atuado diretamente em votações, a PF descobriu que José Ricardo, após deixar o Carf, passou a utilizar ao menos oito empresas de fachada para receber vultosas quantias de partes integrantes de processos na Receita Federal.

Judiciário condena ex-conselheiros e lobistas do Carf

O cancelamento dos débitos da RBS ocorreu no Conselho Administrativo de Recursos Fiscais do Ministério da Fazenda em que as fraudes apuradas pela Zelotes se materializavam.³¹ De acordo com a revista

²⁷ Cf. *CartaCapital*, André Barrocal, Zelotes suspeita de repasse de R\$ 1,8 mi a Augusto Nardes, 6/10/2015, destacando que as desconfianças sobre Nardes, sócio do sobrinho e advogado Carlos Juliano Ribeiro Nardes, na empresa Planalto Soluções e Negócios, amparam-se em informações obtidas a partir da quebra de sigilo bancário da SGR, de anotações encontradas em escritórios da empresa e de interceptações de telefonemas e e-mails de investigados. Segundo *CartaCapital*, “em alguns telefonemas e e-mails, por exemplo, uma funcionária da SGR tida como responsável por distribuir dinheiro ilícito, chamada Gigliane, recebe orientação para efetuar pagamentos ao ‘tio’ e ao ‘Ju’”, referentes aos e-mails citado no infográfico da Folha, já citado anteriormente. Fonte: www.cartacapital.com.br/politica/operacao-zelotes-suspeita-de-repasse-de-1-8-mi-a-agosto-nardes-4411.html. Acesso em: 8 nov. 2018.

²⁸ Cf. *Folha de S.Paulo*, op. cit., 1/4/2015.

²⁹ Cf. *Idem*.

³⁰ Cf. *Idem*.

³¹ Cf. *Bom Dia Brasil* (G1. globo.com), Camila Bomfim, “Delator admite que recebia R\$ 10 mil por mês para auxiliar conselheiro do Carf”, 11/8/2017, destacando na chamada da matéria que “ex-auditor Paulo Roberto Cortez é o primeiro delator da Ope-

CartaCapital, “em troca da anulação da dívida, a empresa teria pago R\$ 15 milhões a uma série de pessoas. Entre estas, o ex-conselheiro do Carf e sócio da SGR Consultoria, José Ricardo da Silva”³². Portanto, ele e a SGR Consultoria tinham papel-chave no esquema no Carf. “Intermediavam os contatos entre conselheiros do Carf e empresas endividadas dispostas a subornar. E distribuíam o dinheiro entre as partes”³³. Nenhum cliente fez tantos pagamentos à consultoria quanto a RBS. É o que diz um relatório da Polícia Federal (PF) elaborado a partir da análise de 909 transações financeiras da SGR realizadas entre 2005 e 2013, um total de R\$ 115 milhões de reais”³⁴, destaca *CartaCapital*.

Por conta da extensa quantidade de informações colhidas com a quebra do sigilo das empresas de Silva, a PF conseguiu, na primeira fase da Zelotes, mapear e analisar as transações da SGR Consultoria Empresarial. Segundo o relatório da PF, “nenhum cliente fez tantos pagamentos à consultoria quanto a RBS”, ao analisar 909 transações financeiras da SGR realizadas entre 2005 e 2013, um total de R\$ 115 milhões de reais”³⁵. A PF descobriu que a origem dos valores são empresas com

ração Zelote, que investiga irregularidades no tribunal administrativo”, e confirmou em seu depoimento que o conselheiro José Ricardo da Silva recebia propina para beneficiar empresas, “que deviam milhões ao Fisco” e “funcionários do Carf tinham despesas pagas por conselheiros em troca de informações que não eram públicas”. Segundo Cortez, “ele recebia R\$ 10 mil por mês em dinheiro vivo” para elaborar parecer com José Ricardo, exemplificando que escreveu o voto de um desses recursos que o banco Bank of Boston ganhou, em parecer defendido José Ricardo no Carf. Segundo Cortez, “em dois recursos no Carf, o Bank of Boston conseguiu reduzir uma multa de R\$ 600 milhões para menos de R\$ 100 milhões. Se livrou de pagar meio bilhão de reais”, confirmou o delator.

³² Cf. *CartaCapital*, André Barrocal, “Zelotes suspeita de repasse de R\$ 1,8 mi a Augusto Nardes”, 6/10/2015.

³³ Idem.

³⁴ Cf. *CartaCapital*, André Barrocal, “Zelotes suspeita de repasse de R\$ 1,8 mi a Augusto Nardes”, 6/10/2015, que acrescenta que “dos R\$ 15 milhões que o grupo teria pago para se safar no Carf, R\$ 11,9 milhões foram para a SGR. Foi desta última quantia que a consultoria teria direcionado uma fatia cerca de R\$ 1,8 milhão a Nardes” Fonte: www.cartacapital.com.br/politica/operacao-zelotes-suspeita-de-repasse-de-1-8-mi-a-augusto-nardes-4411.html. Acesso em: 8 nov. 2018.

³⁵ Cf. *CartaCapital*, André Barrocal, “Zelotes suspeita de repasse de R\$ 1,8 mi a Augusto Nardes”, 6/10/2015, que acrescenta que “dos R\$ 15 milhões que o grupo teria

processos pendentes no Carf. “Com 11,9 milhões em depósitos, a RBS, afiliada da Globo no Rio Grande do Sul, liderou o *ranking* de empresas que mais depositaram nas contas da SGR”.³⁶

Em 26 de outubro de 2015, seis pessoas foram presas por participar do esquema fraudulento de exoneração de multas e de negociar decisões do Conselho Administrativo de Recursos Fiscais, e entre os presos estava o ex-integrante do Carf José Ricardo da Silva, o sócio dele, Eduardo Valadão, além de Alexandre Paes dos Santos, apontado como lobista e o suposto lobista Hallysson Carvalho da Silva, e sócios de escritórios suspeitos de captar clientes para o esquema.³⁷ Ainda em dezembro de 2015, a Comissão Parlamentar de Inquérito do Senado sobre o suposto esquema de fraude no Carf aprovou seu relatório final, pedindo o indiciamento de José Ricardo e mais 28 pessoas, entre conselheiros, assessores, lobistas e empresários.³⁸

pago para se safar no Carf, R\$ 11,9 milhões foram para a SGR. Foi desta última quantia que a consultoria teria direcionado uma fatia cerca de R\$ 1,8 milhão a Nardes”. Fonte: www.cartacapital.com.br/politica/operacao-zelotes-suspeita-de-repasse-de-1-8-mi-a-agosto-nardes-4411.html. Acesso em: 8 nov. 18.

³⁶ *CartaCapital*, op. cit., 21/4/2015, acrescentando, de acordo com a PF que a empresa RBS foi citada como tendo sido beneficiada com a venda de decisão favorável pelo esquema do Carf, que discutia uma dívida de R\$ 672 milhões de reais no órgão. De acordo com as investigações da PF, “em que pese ainda não tenhamos prova cabal da corrupção, o fato de José Ricardo se declarar impedido no julgamento somado com as transferências de dinheiro para as contas da SGR acaba dando provas de que ele defendia o interesse privado da RBS.”

³⁷ Cf. *Jornal Nacional*, “Operação Zelotes prende 6 suspeitos de participar de esquema no Carf”, edição de 26/10/2015.

³⁸ G1.Globo.com, “Entenda a Operação Zelotes”, de 25/2/2016, destacando que a PF apura esquema de fraude no Carf, ligado ao Ministério da Fazenda, sendo que 16 pessoas já foram denunciadas; prejuízo estimado é de R\$ 19 bilhões, informando que a CPI foi instalada em abril de 2015 e entre os pedidos de indiciamento está o de José Ricardo da Silva, ex-vice-presidente da 1ª Turma do Carf. A relatora, Vanessa Grazziotin (PCdoB-AM), também pediu o indiciamento de Juliano Nardes, sobrinho do ministro do Tribunal de Contas da União (TCU) Augusto Nardes, por suspeita de recebimento de recursos de propina pagos pela SGR e pela JRSilva, outras empresas investigadas no esquema. G1.Globo.com, “Entenda a Operação Zelotes”, de 25/2/2016, destacando que a PF apura esquema de fraude no Carf, ligado ao Ministério da Fazenda, sendo que 16 pessoas já foram denunciadas; prejuízo estimado é de R\$ 19 bilhões.

Em 4 de dezembro de 2015, 16 pessoas suspeitas de participar do esquema se tornaram réus depois que a Justiça Federal aceitou denúncia do Ministério Público Federal no Distrito Federal.³⁹ Portanto, preso durante fase da operação Zelotes realizada no final de outubro, José Ricardo foi acusado de tráfico de influência, corrupção ativa e passiva, lavagem de dinheiro e extorsão⁴⁰, sendo condenado pela Justiça Federal em 4 de maio de 2016. Considerado o principal nome da SGR, que, “segundo o MPF, oferecia decisões favoráveis no órgão tributário”, o advogado e ex-conselheiro do Carf (2007 a 2014) foi condenado a 11 anos de prisão, inicialmente em regime fechado, mais multa.⁴¹

³⁹ Cf. G1.Globo.com, “Entenda a Operação Zelotes”, de 25/2/2016, destacando que a PF apura esquema de fraude no Carf, ligado ao Ministério da Fazenda, sendo que 16 pessoas já foram denunciadas; prejuízo estimado é de R\$ 19 bilhões.

⁴⁰ Cf. Do G1, em São Paulo. “STJ nega habeas corpus e mantém prisão de ex-conselheiro do Carf”, de 7/11/2015, afirmando que “muitas dessas consultorias, ainda conforme as investigações, tinham como sócios conselheiros e ex-conselheiros do Carf. A PF suspeita que, em troca dessas facilidades, empresas multadas pagavam propina. Segundo os investigadores, boa parte dos supostos honorários pagos pelas empresas a título de consultoria era, na verdade, repasse de propina”. Fonte: g1.globo.com/politica/noticia/2015/11/stj-nega-habeas-corpus-e-mantem-prisao-de-ex-conseheiro-do-carf.html. Acesso em: 8 nov. 2018.

⁴¹ Cf. G1, em Brasília (g1.globo.com), Renan Ramalho, Juiz condena 9 acusados de vender medidas provisórias para montadoras, Parte superior do formulário 4/5/2016. Segundo a matéria, “o juiz Vallisney de Souza Oliveira, da 10ª Vara Federal de Brasília, decretou penas que variam de um a 11 anos de prisão, além de multas, por crimes como associação criminosa, corrupção ativa e lavagem de dinheiro.” A matéria informa ainda que “os condenados, que estavam presos preventivamente desde outubro do ano passado”, envolviam entre os condenados, lobistas e empresários acusados de receber propina e decisões fraudulentas no Carf, e o ex-conselheiro do Carf, José Ricardo da Silva, que teve pedido de aumento de pena. Segundo o repórter Renan Ramalho, em outra matéria intitulada “Em recurso, MPF pede penas maiores aos condenados na Zelotes”, de 22/8/2016, entre as principais firmas de lobby investigadas está SGR Consultoria Empresarial, do ex-conselheiro do Carf, José Ricardo da Silva, que, segundo a denúncia, teria atuado em favor das montadoras MMC Automotores. De acordo com a matéria, José Ricardo da Silva, advogado e ex-conselheiro do Carf (2007 a 2014), é considerado o principal nome da SGR, que, segundo o MPF, oferecia decisões favoráveis às montadoras no órgão tributário, tendo sido condenado a 11 anos de prisão, inicialmente em regime fechado, mais multa. Importante lembrar que o sócio da SGR deverá ainda responder por outros processos da PF. (Cf. G1. Globo.com, Renan Ramalho, “Em recurso, MPF pede penas maiores aos condenados na Zelotes”, de 22/8/2016). Fonte: g1.globo.com/politica/operacao-zelotes/no-

O lado oculto da RBS

Para entender os recursos do Grupo RBS no Carf, é preciso viajar no tempo a fim de compreender as operações financeiras da família Sirotsky na gerência do grupo econômico de comunicação. A seguir, num breve relato, procuramos mostrar o histórico sobre a crise financeira da RBS, que ocorreu durante a década de 1990 e primeira década do novo milênio.

Neste período, a *holding* RBS Participações S/A respondia pelas finanças de uma parte importante do Grupo RBS, depois incorporada pela nova controladora das empresas da família Sirotsky, que passou a se chamar RBS Comunicações, criada em 2007, que tornou, novamente, o grupo financeiramente competitivo no mercado editorial e jornalístico do Sul do País.

A constituição da RBS Participações e a saída financeira para a crise

A RBS Participações S/A, pertencente ao Grupo RBS, foi constituída em 1993, e atuou como *holding* do grupo para investimentos em telefonia e TV a cabo, ficando a frente das empresas da família Sirotsky até 2007. Ela era altamente deficitária, acumulando prejuízos desde 1996⁴²,

ticia/2016/08/em-recurso-mpf-pede-penas-maiores-aos-condenados-na-zelotes.html. Acesso em: 14 nov. 2018.

⁴² Para saber mais sobre o assunto, vide sobre “As dívidas da mídia” (Cf. Aguiar, 2006, p. 74-84), oportunidade em que analisamos os investimentos do Grupo RBS em telefonia relacionado à Companhia Riograndense de Telecomunicações (CRT) e da empresa de telefonia celular BCP, além da oposta feita em TV a cabo (Net Sul). O investimento em telefonia foi uma das causas do endividamento do Grupo RBS, que declarou uma dívida de US\$ 125 milhões, cerca de R\$ 370 milhões, pelo câmbio de 2004 (Cf. *Folha de S.Paulo*, Elvira Lobato, “Mídia nacional acumula dívida de R\$ 10 bi”, de 15 de fevereiro de 2004). Segundo Nelson Sirotsky afirmou na ocasião, “fomos o primeiro grupo de comunicação a entrar em telefonia e o primeiro a sair”, e “voltamos a nos posicionar como um grupo regional”. Para financiar os investimentos em telefonia e em TV a cabo, o grupo lançou US\$ 175 milhões em títulos de dívida no exterior dos quais, segundo Sirotsky, “US\$ 50 milhões já foram quitados”. Portanto, a aventura da compra de parte da CRT deu enormes prejuízos ao grupo, da qual teve que

resultando, em dezembro 2007, em saldo de R\$ 675 milhões de prejuízos contábeis e de R\$ 507 milhões de prejuízos fiscais, tendo como objeto a participação no capital de outras sociedades e a prestação de serviços de assessoria econômico-financeira e administrativa.⁴³

Desse modo, em 2006 teve início a “reestruturação” do grupo, que terminou em 2008, quando a RBS Participações deixou de ter como atividade principal a participação em outras sociedades e outros negócios. Portanto, passou a ser uma empresa genuinamente operacional de TV, a partir da incorporação das suas empresas de Rádio e TV Caxias S/A, da Televisão Gaúcha S/A e da RBS TV de Florianópolis S/A.

Com isso, surgiu em 2008 a nova *holding* RBS Comunicações, que

desfazer-se e acumulou dívidas, naquela que fora uma equivocada política de crescimento do grupo. Esta tentativa frustrada de entrar na telefônica CRT tinha a ver com a perspectiva de estabelecer um monopólio num ramo de negócios no qual a RBS não tinha qualquer experiência, mas no qual acreditava devido a estabilidade econômica e por ser uma área estratégica para a consolidação do grupo gaúcho do ponto de vista regional.

⁴³ Cf. Ministério da Fazenda, Conselho Administrativo de Recursos Fiscais (Carf), Primeira Seção de Julgamento, de 1/2/2016, documento de 36 páginas, referente ao acórdão nº 1302-001.767, do Processo nº 11080.725930/2013-76, analisado na sessão da 3ª Câmara da 2ª Turma Ordinária do Carf, ocorrida em 1/2/2016 (fl2), após Operação Zelotes. Fonte: carf.fazenda.gov.br/sincon/public/pages/ConsultarJurisprudencia/consultarJurisprudenciaCarf.jsf. Acesso em: 19 ago. 2018. Segundo o documento, a partir de 1995, a RBS Participações passou a centralizar os investimentos do Grupo RBS no ramo de TV a cabo, através de sua controlada Caboparbs Participações Ltda. Em 1996, o Grupo RBS ingressou no ramo de telefonia, também através da RBS Participações, que adquiriu participação na CRT, sendo que em 1997, os investimentos em telefonia ficaram concentrados na Teleparbs Participações S/A, controlada da RBS Participações. Em 2001 a Caboparbs foi incorporada pela RBS Participações, que passou a centralizar a participação do Grupo RBS em TV a cabo através da Net Serviços de Comunicação S/A, da qual detinha 3,76%. Esse investimento foi vendido em 2006 e 2007. Os investimentos em telefonia atingiram R\$ 231 milhões em 1997, através da Teleparbs, que detinha participações na Telefônica do Brasil Holding S.A. (R\$ 119 milhões) e nos consórcios BCP S.A. (R\$87 milhões) e BSE S.A. (R\$ 25 milhões). Então, em 1998, a Teleparbs vendeu as participações na BCP e na BSE, e, em 1999, se desfez das ações da TeleBrasil Sul Participações S.A. (nova denominação da Telefônica do Brasil Holding S.A.), entregues em restituição de capital à RBS Participações, que vendeu essas ações no mesmo ano. Assim, afastada da telefonia, a Teleparbs adquiriu 32% da Caboparbs em 1999, e foi incorporada, juntamente com a Caboparbs, pela RBS Participações em 2001.

se tornou uma sociedade lucrativa em função das atividades absorvidas das incorporadas. A operação acarretou vantagem tributária expressiva, decorrente dos prejuízos acumulados pela RBS Participações, que passaram a ser compensados com os lucros da atividade operacional de televisão a partir de 2008.

RBS é atraída pelo programa de privatização de FHC

Antes de passar à fase da nova *holding*, acima citada, devemos entender como a RBS chegou a essa situação de crise financeira em razão da sua entrada nas telecomunicações.

Em seu livro de memórias *O oitavo dia*, Nelson Pacheco Sirotsky lembra que quando Antônio Britto (PMDB-RS) foi governador do Rio Grande do Sul (1994-1998), durante o período de Fernando Henrique Cardoso (FHC), no bojo das privatizações no Brasil – que coincidiu com a sua administração na RBS em 1991 -, incluiu em seu governo a privatização da Companhia Riograndense de Telecomunicações (CRT), o que atraiu olhares do mundo inteiro para Porto Alegre.⁴⁴

Britto, gaúcho de Santana do Livramento, trabalhara na Rádio Guaíba, depois passara à RBS e, dali, à TV Globo, tendo sido secretário de Imprensa do governo Tancredo Neves, entrando para a política. De acordo com Nelson Sirotsky, “Britto estava absolutamente certo”, ao comentar sobre “um agressivo projeto de reformulação do tamanho do estado, conectado a uma política de atração de investimentos”. Para ele, “privatizar a CRT era um dos pontos de partida do projeto, e Britto sabia que precisava vender a CRT antes que o governo federal privatizasse a Telebras.”

Nelson Sirotsky e Britto eram conhecidos de longa data, afirman-

⁴⁴ Cf. Wierzchowski, Leticia; Sirotsky, Nelson P. *O oitavo dia*. Rio de Janeiro: Primeira Pessoa, 2018, lembrando que as passagens, a seguir, aparecem, respectivamente, sob os entretítulos recorrentes na obra, intitulados “A Chave do Cofre”, p. 291-303, e “Autorretrato”, p. 304-310.

do que “éramos muito próximos, amigos mesmo”, e “isso acabou nos prejudicando”. Pois “muita gente usou nossa relação numa perspectiva política contra o governo, contra mim e contra a RBS. Naqueles anos, final dos 1990, fui até protagonista de charges preconceituosas em jornais concorrentes do *Zero Hora*”, relembra Nelson.

Na ocasião, ele decidiu, então, que a RBS entraria no mundo das telecomunicações, participando do leilão da CRT. Segundo seu depoimento, “não se arrepende do plano estratégico que pensou para sua empresa – embora com alto risco, aquele que seria o caminho para garantir a continuidade da expansão do negócio que seu pai começara em 1957.” Empresas de todo o mundo mandavam seus representantes ao Rio Grande do Sul, querendo participar da privatização da CRT, que passaram a procurar a RBS por considerarem-na a parceira ideal para o projeto.

Para a RBS, os anos 1990 foram anos de importantes avanços, quando a família Sirotsky entrou no negócio da televisão paga, criando a Net Sul – que incluía operações no Rio Grande do Sul, em Santa Catarina e no Paraná. Depois foi a vez da Net Brasil, uma parceria com a Globo para coordenar a questão da produção e distribuição dos conteúdos para os novos canais. O governo FHC decidiu privatizar a Telebras, desmembrando a companhia criada em 1972 em 12 empresas, que começaram a ser leiloadas na bolsa de valores do Rio de Janeiro em julho de 1998.

Sirotsky elogia muito o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso (FHC), principalmente o seu programa de privatização da Telebrás. Para ele, FHC realizou a modernização das telecomunicações no Brasil, “oportunizando o boom da telefonia celular, a digitalização e o começo da Internet” no país. Segundo a obra, por isso, gosta muito do ex-presidente tucano, a quem ele considera “verdadeiro estadista”, elogiando, igualmente, a sua ex-funcionária da sucursal de Brasília, e senadora Ana Amélia Lemos, em função “do trabalho sério e responsável que faz no Senado Federal”, assim como Pedro Parente, ex-ministro das Minas e Energia e da Casa Civil de FHC.

De acordo com *O oitavo dia*, Sirotsky qualifica ex-presidente tucano “como um homem culto, sério e responsável”, e “mostra uma foto sua ao lado de Fernando Henrique Cardoso, com quem conviveu mais de perto depois que ele deixou a Presidência da República, no tempo em que Pedro Parente trabalhava na RBS”, relatando alguns episódios deste convívio. Segundo ele, aproveitando essa modernização das redes, o plano era: juntas – RBS e Telefônica – adquirirem a Tele-Centro Sul.

RBS sob situação de risco

Por isso, Sirotsky acreditava que o negócio da compra da CRT, “tinha tudo para dar certo”, uma vez que “o conselho de administração da RBS aprovou o plano, e então operacionalizamos a sociedade com a Telefônica”. Ele lembra que “compramos juntos o controle acionário da CRT. Foi uma festa, comemoramos em grande estilo. O primeiro passo do plano estratégico da RBS tinha sido bem-sucedido!”. Este mesmo consórcio formado pela RBS e Telefônica da Espanha participaria da privatização da Telebras, de olho na Tele-Centro Sul, uma empresa com abrangência de operações no Mato Grosso até o Rio Grande do Sul. No final, fundiriam todas essas operações numa nova plataforma de distribuição de conteúdo do Centro-Oeste ao Sul do país.

Segundo Sirotsky, “era o início da convergência entre conteúdo e distribuição, e tinha tudo para se transformar num grande negócio.” Mas num negócio arriscado também, uma vez que o jogo das privatizações era um jogo de fichas altíssimas. As empresas necessitavam de muito capital, investimentos de bilhões de dólares. Segundo o seu relato, o fato é que, naquela época, nenhuma empresa de comunicação brasileira tinha recursos suficientes para acompanhar as apostas internacionais. Assim, a RBS contraiu dívidas. Isso foi feito porque a nova empresa que seria construída pela Telefônica e pela RBS teria musculatura econômica, financeira e operacional para garantir o pagamento das dívidas.

O que era para ser uma transação bem sucedida transformou-se numa grande enrascada, que colocou em risco a gestão de Sirotsky e a vida da empresa. Com a privatização, o governo FHC conseguiria arrecadar mais de R\$ 22 bilhões com a venda de três grupos de telefonia fixa, sendo que a primeira empresa a ser leiloada era a Telesp (SP). O empresário Pier Luigi D’Ecclesia, representando a Telecom Itália e seu consórcio com a Globo da família Marinho, tinha como prioridade a sua aquisição. Na época, o mercado mais atraente daquele leilão, cujo primeiro lance por São Paulo ocorreria no primeiro lote de vendas em julho de 1998.

Segundo conta o ex-presidente da RBS, na ocasião, Juan Villalonga Navarro argumentou com ele que teria que apresentar, também, um lance para a companhia de São Paulo, caso contrário, o seu conselho de administração não iria entender o “alto valor que pagaremos para levarmos juntos a TeleCentroSul”, – O lance mínimo para a compra da Telesp era de R\$ 3,5 bilhões. Mas para surpresa de todos, quando o leiloeiro abriu o envelope com a oferta da Telefônica, ninguém parecia acreditar, e muito menos Nelson. “E o lance de Juan Villalonga foi lido em voz alta: 5,783 bilhões.”

As pessoas achavam equivocadamente que a RBS estava no negócio da Telefônica, e também na vitoriosa compra da Telesp. Enquanto isso, “Nelson só pensava na tragédia empresarial que estava começando a viver. “Villalonga traíra-os! A RBS poderia quebrar!”⁴⁵ E a explicação, para isso, é simples: a RBS tinha uma dívida gigantesca (mais de US\$ 500 milhões) – dívida esta que a Telefônica, ao arrematar a Telesp, “acabava de inviabilizar o plano estratégico que ele havia montado para a RBS”, relembra Nelson. Era sabido que quem ganhasse uma empresa não poderia participar de nova compra. Ou seja: a Telefônica estava fora do páreo da TeleCentroSul, e a RBS, também.

⁴⁵ Cf. Wierchowski, Leticia; Sirotsky, Nelson P. op. cit., p. 295.

A salvação para a crise da CRT

Resultado da ópera: a RBS não ganhara a TeleCentroSul, tinha uma dívida enorme que não sabia como liquidar, e a Globo considerava-se prejudicada pela RBS – o que poderia ter sérias consequências. De acordo com o relato, na semana seguinte ao leilão, Sirotsky viajou para reunião mensal do conselho da Telefônica em Madri, quando explicou aos conselheiros espanhóis o ocorrido na presença de Villalonga, informando que a RBS estava desistindo de entrar na área de telecomunicações e que colocaria à venda todos os seus ativos que não fossem os meios de comunicação da empresa – rádios, televisões e jornais. Mais nada foi exigido aos conselheiros da Telefônica.

O passo seguinte – continua Nelson Sirotsky – foi trabalhar em prol do “programa de desinvestimento” na área de telecomunicações, buscando recursos que permitissem à RBS quitar as dívidas assumidas desde a criação da NET e a compra da CRT. O plano incluía também a venda da participação minoritária que a RBS adquirira da BCP Telecomunicações, a primeira empresa de telefonia celular brasileira, com operação em São Paulo e liderada pela família Safra (banco Safra), que tinha ainda como sócios a norte-americana BellSouth e o Grupo Mesquita do jornal *O Estado de S. Paulo*.

Portanto, depois de alguns meses, Sirotsky concentrou todas as suas energias em vender ativos e quitar dívidas. “Fosse como fosse, salvaria a empresa fundada pelo pai.” Segundo ele, “uma a uma, as devidas operações foram realizadas com êxito”, uma vez que a família Safra comprou a participação da RBS na BCP em São Paulo. A Globo assumiu o controle da operação de Cabo da RBS (Net Sul). E os ganhadores da TeleCentroSul, liderados pelo Banco Opportuny de Daniel Dantas, adquiriram da RBS e da Telefônica a CRT. De acordo com *O oitavo dia*:

Com tais ações realizadas, finalmente Nelson recolocou a RBS no caminho da recuperação financeira. Já era tempo,

então, de retomar os seus projetos na área de comunicação, voltando-se para as novas mídias e para novas formas de produzir conteúdo e de fazer jornalismo.⁴⁶

Isso explica a entrada do ex-ministro das Minas e Energia do governo FHC, Pedro Parente, na vida da RBS em 2003. Ele ajudou Nelson Sirotsky a promover a saída para a crise financeira da empresa. Apesar de ter feito sua carreira profissional no serviço público – seu último cargo fora de chefe da Casa Civil do presidente FHC –, era tido por Sirotsky como “um grande gestor técnico, com competência comprovada no período em que fora ministro das Minas e Energia, solucionando uma das mais sérias crises energéticas vividas pelo Brasil.”

Parente chegou à RBS em 2003 e ficou na empresa até o final de 2009, ocupando o cargo de vice-presidente-executivo da RBS, e sendo preparado para presidência do grupo, que jamais ocorreu, devido a problemas de ordem familiar, sendo essa a sua primeira experiência no setor privado. De acordo com Nelson Sirotsky, “Pedro enxergava na frente os problemas e propunha soluções. Pensava estrategicamente e a longo prazo.” Ele declara que foi Pedro quem sugeriu que “os sócios da RBS fizessem uma capitalização na empresa para equacionar definitivamente a situação financeira e demonstrar ao mercado a crença dos proprietários no negócio e no seu futuro.”

Assim, ele encaminhou aos sócios a proposta e todos, sem exceção, concordaram com o aumento de capital – “feito por cada um com seus próprios recursos” De acordo com o seu depoimento em *O oitavo dia*:

⁴⁶ Cf. Wierzchowski, Leticia; Sirotsky, Nelson P. op. cit., p. 299, informando que ante-vendo as possibilidades da Internet, a RBS já havia se associado a um grupo de jovens recém-egressos da área de tecnologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul numa empresa chamada NutecNet. Assim foi criado o Portal ZAZ, uma compilação de conteúdo das mais variadas áreas, tendo a tela de computador como principal meio de acesso, primeira iniciativa do gênero no Brasil, de uma empresa tradicional de comunicação, na distribuição de conteúdo para o mundo globalizado. Após, a Telefônica fixou “um extraordinário valor ao Portal ZAZ”, no qual a RBS havia investido US\$ 5 milhões, que passou a se chamar Terra, quando a RBS se retirou do negócio, recuperando o seu capital, e cortando relações com os espanhóis.

Assim, Nelson e Pedro trabalharam juntos em harmonia e complementaridade por quase seis anos.” Sendo que, “nesse meio tempo, em 2007, a RBS completou os seus 50 anos de existência com uma grande festa. O Grupo RBS também trocou a sua marca, foram tempos de muitas novidades, retomada de crescimento e comemorações⁴⁷.

Ao ler essa longa passagem incluída em *O oitavo dia*, observamos que Nelson Sirotsky não aborda como se deu, na verdade, essa capitalização, com a criação da *holding* RBS Comunicações. Na obra, não há qualquer detalhe mais esclarecedor sobre o assunto. Isto é, como se deu a capitalização da RBS Participações S/A e da RBS Comunicações, a mudança para Grupo RBS e quais os interesses em jogo? Essa parte da história permanece no limbo.

Criação da RBS Comunicações

Em 2007, a RBS Participações passou a ser controlada pela RBS Comunicações, que já controlava indiretamente as operacionais de rádio e TV, protocolando junto ao Ministério das Comunicações, em 2/10/2007, requerimento para transferir para si as concessões de serviços de radiodifusão de sons e imagens detidas por outras sociedades do grupo. E em 28/12/2007, promoveu alteração no seu estatuto para incluir a atividade de prestação de serviços de comunicação em geral, inclusive radiodifusão em suas diferentes modalidades e mídia impressa. Essas alterações ocorreram em função da etapa seguinte da reestruturação, implementada em 2008.

Em seguida, na data de 27/6/2008, a RBS Comunicações aumentou capital na RBS Participações com as ações da RBS TV Participações, e em 30/6/2008, a RBS Participações incorporou a RBS TV Participações e três das quatro sociedades operacionais de televisão que estavam sob a RBS TV Participações – Televisão Gaúcha S/A, RBS TV de Florianópolis S/A e Rádio e TV Caxias S/A. Após as incorporações, a atividade

⁴⁷ Cf. Wierchowski, Leticia; Sirotsky, Nelson P. op. cit., p. 336.

principal da RBS Participações passou a ser a prestação de serviços de comunicação, pela absorção das atividades operacionais anteriormente desenvolvidas pela TV Gaúcha, TV Florianópolis e TV Caxias.

Deste modo, a RBS Participações, que era sociedade de participações deficitária, passou a ser uma sociedade lucrativa em função das atividades absorvidas das incorporadas, como já falamos anteriormente. Sendo assim, o prejuízo fiscal de mais de R\$ 500 milhões passou a ser aproveitado para reduzir o lucro tributável. Culminando em 2012, quando a RBS Comunicações alterou a denominação social para RBS TV Comunicações e sofreu cisão parcial, transferindo seus investimentos não relacionados à TV aberta para a RBS Mídia Digital e Participações S/A. Por fim, a RBS Participações permaneceu como controlada da RBS TV Comunicações.

Para entender a crise financeira da RBS Participações S/A

Em função dos investimentos, principalmente na telefonia, ocorreu o endividamento da sociedade, conforme falamos anteriormente, assim, em 1995 e 1997, foram captados no exterior, respectivamente, US\$ 50 milhões e US\$ 125 milhões, através de *Global Medium – Term Notes*, garantidos pelas quatro principais empresas de mídia do Grupo RBS. Importante lembrar que a RBS Participações também participava da RBS Par Ltd. nas Ilhas Cayman, no montante de R\$ 82 milhões em 2002. O percentual de participação foi reduzido progressivamente até 2004 e o investimento foi alienado em 2007 para a RBS Zero Hora Editora Jornalística S/A. Além das participações societárias, a *holding* da RBS auferiu receita operacional de *royalties*, que variaram de R\$ 10 milhões a R\$ 20 milhões por ano, de 1997 a 2007.

Em 2002, o saldo desses empréstimos no exterior no balanço superava R\$ 500 milhões, sendo que em 2004, a RBS Participações e a RBS Zero Hora Editora Jornalística S/A participaram de um “*Exchange Offer Program*”, através do qual os investidores que detinham os pa-

péis emitidos, em 1997, pela RBS Participações (US\$ 125 milhões), que venceriam em 2007, trocaram parte do crédito por papéis emitidos pela Zero Hora. Deste modo, restaram na RBS Participações US\$ 58 milhões, liquidados em 2007. Portanto, o endividamento no exterior acarretou uma sequência de prejuízos operacionais a partir de 1997, culminando com um saldo acumulado em 2007 de R\$ 675 milhões de prejuízos contábeis e R\$ 507 milhões de prejuízos fiscais, os quais decorreram basicamente de despesas financeiras e variações cambiais.

A RBS Participações não exerceu, até 2008, qualquer atividade de serviço de radiodifusão de sons e imagens, mas em 2007, já afastada das atividades de telefonia e TV a cabo, vendeu participação na RBS Par Ltd., restando-lhe investimentos de menor relevância, num total de R\$ 2,7 milhões. Com isso, acumulava uma dívida com partes relacionadas de R\$ 360 milhões, principalmente com a RBS Administração e Cobranças Ltda. (R\$ 177 milhões), a RBS Zero Hora Editora Jornalística S.A. (R\$ 109 milhões), a Televisão Gaúcha S.A. (R\$ 50 milhões) e a RBS TV de Florianópolis (R\$ 11 milhões);

Assim, em 2007, tinha histórico deficitário, sem qualquer perspectiva de reversão do quadro de prejuízos acumulados, tanto do ponto de vista societário, como do aproveitamento dos prejuízos fiscais para compensação futura, já que lhe restava basicamente a receita de exploração de *royalties*, da ordem de 20 milhões ao ano. Neste sentido, ainda que viesse a liquidar seu débito com partes relacionadas, deixando de ter prejuízo financeiro e passasse a apurar lucro real positivo no montante dos *royalties* recebidos (R\$ 20 milhões), levaria mais de 80 anos para liquidar os prejuízos acumulados.

A criação da RBS Comunicações: surgimento de sociedade lucrativa

Em face disso, em 2008 o Grupo RBS transferiu o prejuízo para sociedades lucrativas, em especial a Televisão Gaúcha, com a incorporação de três empresas operacionais que exploravam concessões de

serviço de radiodifusão de som e imagem (Televisão Gaúcha, RBS TV de Florianópolis e Rádio TV Caxias). Pois, formalmente, a RBS Participações incorporou tais sociedades, mas na prática a RBS Participações deixou de existir tal como era quando do acúmulo de prejuízos. E o que restou foi a atividade de serviço de radiodifusão, que era desenvolvida pelas sociedades incorporadas. Apesar de seguir recebendo *royalties*, essa receita passou a representar menos de 3% da receita operacional, isto é, a incorporadora perdeu sua identidade e quem subsistiu de fato foram as formalmente incorporadas.

Resumo da ópera: no momento da incorporação, como num passe de mágica, a RBS Participações já se desfizera dos investimentos que lhe haviam causado reiterados prejuízos e lhe restavam participações societárias menores, um passivo de R\$ 360 milhões com pessoas ligadas e prejuízos acumulados de R\$ 675 milhões. Após a incorporação, deixou de ser deficitária, apurando lucros de R\$ 323 milhões em 2008, R\$ 92 milhões em 2009, R\$ 108 milhões em 2010 e R\$ 104 milhões em 2011.

O capital social, que havia sido aumentado para R\$ 312 milhões antes da incorporação, foi reduzido no ano de 2009 para R\$ 20 milhões, pela absorção de parte dos prejuízos. Isso significa dizer que, do ponto de vista fiscal, passou a aproveitar os prejuízos acumulados apurados anteriormente à incorporação. A seguir a tendência de utilização de prejuízos de 2009 a 2011 (nos três anos foi compensado um total de R\$ 83,5 milhões), haveria prejuízos para compensar pelos 15 anos seguintes.

Fato realizado conforme os planos, considerando que a Televisão Gaúcha era uma empresa historicamente lucrativa, ainda que acumulasse R\$ 12 milhões de prejuízos fiscais a compensar antes da incorporação. A RBS TV Florianópolis teve lucro real positivo nos 13 anos que antecederam a incorporação e não tinha prejuízos a compensar no momento da incorporação. Enquanto a Rádio TV Caxias apresentava uma alternância entre períodos de lucros e prejuízos de 1996 a 2008,

mas tinha apenas R\$ 8,9 milhões de prejuízos fiscais a compensar antes da incorporação.

Portanto, com a incorporação, essas três empresas foram colocadas dentro da RBS Participações, que tinha prejuízos fiscais acumulados de R\$ 507 milhões, valor absolutamente incompatível com o histórico das três incorporadas. O endividamento da RBS Participações, que acarretou o enorme prejuízo acumulado até 2007, não teve qualquer relação com a atividade das incorporadas.

A situação anterior apresentava, de um lado, três empresas prestadoras de serviço de radiodifusão, por concessão pública, cujo patrimônio líquido totalizava R\$ 248 milhões, de outro, uma *holding*, cujo histórico estava ligado a investimentos em telefonia e TV a cabo, mas que no momento anterior à incorporação já se encontrava esvaziada no que diz respeito aos seus investimentos, e com prejuízos acumulados de R\$ 675 milhões e patrimônio líquido negativo de R\$ 448 milhões. Após a incorporação restou uma única empresa, detentora das três concessões de exploração, prestando serviços de radiodifusão de sons e imagens, que, ao final de 2009, já absorvera totalmente os prejuízos societários acumulados ao longo de doze Anos.

Receita Federal acusa infração as normas legais

A Receita Federal concluiu, na ocasião, que “foi irregular o aproveitamento dos prejuízos fiscais acumulados pela fiscalizada até 30/6/2008, uma vez que o art. 514 do RIR/99 veda que a pessoa jurídica sucessora compense prejuízos da sucedida; tal artigo teria sido infringido, porque, de fato, as sociedades operacionais se uniram e ‘incorporaram’ o nome da RBS Participações e seus prejuízos”.⁴⁸ Isto é, “o histórico da RBS Participações, as atividades que desenvolvia, a origem dos prejuízos acumulados e as atividades que passou a desen-

⁴⁸ Cf. Ministério da Fazenda, Conselho Administrativo de Recursos Fiscais (Carf), Primeira Seção de Julgamento, de 1/2/2016.

volver após a incorporação indicam que seu nome sobreviveu, mas suas atividades anteriores se tornaram irrelevantes no novo contexto. Por outro lado, as sociedades operacionais de TV foram extintas de direito, mas tiveram suas atividades integralmente preservadas de fato”, afirma o documento do Carf.

A Receita entendeu que a incorporação do ponto de vista formal não representou a realidade e o que ocorreu de fato foi a transferência dos prejuízos para a Televisão Gaúcha S/A, a RBS TV de Florianópolis S/A, e a Rádio e TV Caxias S/A, que foram unificadas sob o nome da RBS Participações. Deste modo, a incorporação ocorrida em 2008 não pode produzir os efeitos desejados pelo contribuinte, qual seja, “conter a limitação imposta pelo art. 514 do RIR/99; isso porque a formalidade dos atos não reflete a realidade dos fatos, já que não havia verdadeira intenção de preservar a RBS Participações, mas de viabilizar o aproveitamento de seus prejuízos”.⁴⁹

Deste modo, a otimização advinda da unificação das atividades de três empresas televisão também poderia ser alcançada se a RBS TV Participações incorporasse as empresas operacionais, uma vez que a RBS TV Participações era sociedade saudável. “Mas se fosse utilizada para assumir diretamente as concessões se perderiam os irrecuperáveis prejuízos fiscais da RBS Participações”⁵⁰, diz o documento. Acrescentando ainda que a relação percentual de (custos + despesas)/receita bruta aumentou de 54,59% para 59,53% após a consolidação das atividades de televisão na RBS Participações.

Portanto, a alegada recuperação da RBS Participações, cuja situação financeira representava desprestígio para o grupo, não ocorreu de fato. Foi recuperado tão somente o prejuízo fiscal. A empresa não foi dotada de fundamentos econômicos e estrutura patrimonial, mas se transformou nas próprias empresas operacionais de televisão, que já

⁴⁹ Cf. Ministério da Fazenda, Conselho Administrativo de Recursos Fiscais (Carf), Primeira Seção de Julgamento, de 1/2/2016.

⁵⁰ Idem.

existiam e assim permaneceram de fato. As incorporadas subsistiram, revestidas de filiais, absorvendo tão somente o nome e os prejuízos da RBS Participações. Conclui o documento do Carf: “Não haveria outra forma de distribuir esses prejuízos”, pois “o endividamento da fiscalizada era com partes relacionadas, e não mais com terceiros; a perda no recebimento desses créditos seria indedutível para as pessoas ligadas, conforme o art. 340, §6º, do RIR/9.”⁵¹

Cronologia dos acontecimentos da Operação Zelotes

Os processos, envolvendo disputas tributárias do Grupo RBS no Carf, podem ser identificados nos seguintes CNPJs e Razão Social das empresas do grupo gaúcho (Quadro 1):

Quadro 1 – Razão Social e CNPJ da RBS

CNPJ	Razão Social
1) 68737857000122	RBS PARTICIPAÇÕES S/A
2) 94995693000143	RBS ADMINISTRAÇÃO E COBRANÇAS LTDA.
3) 92821701000100	RBS – ZERO HORA EDITORA JORNALÍSTICA S/A

Fonte: Organizado com o auxílio do Núcleo de Estudos Sociopolíticos do Sistema Financeiro (NESFI/UFSC).

Obs.: No site oficial do Carf procedemos à análise da votação dos pareceres relacionados aos recursos da RBS impetrados no órgão, tendo como base os CNPJs da RBS Administração e Cobranças, RBS Participações S/A e RBS Zero Hora Editora Jornalística. Verificamos, a partir da utilização do CNPJ da RBS Administração e Cobranças, a existência de um total de oito processos, envolvendo a RBS, quando constatamos perdas e ganhos por parte do grupo gaúcho. Inclusive, neles é citado o nome do ex-conselheiro do Carf, José Ricardo da Silva, sócio da SGR Consultoria Empresarial Ltda., condenado pela Justiça.

A atuação principal da RBS está no CNPJ da RBS Administração e Cobranças Ltda., cujo enredo é mais ou menos o seguinte:

⁵¹ Cf. Ministério da Fazenda, Conselho Administrativo de Recursos Fiscais (Carf), Primeira Seção de Julgamento, de 1/2/2016.

1) A autuação ocorre em 2001, referente a sonegação derivada de planejamento tributário com ágio fictício, que elevou custos e reduziu Imposto de Renda e Contribuição Social ocorrida em anos anteriores a 2001.

2) Após julgamentos e recursos no Carf em 2011, numa decisão relacionada à Zelotes, a autuação é derrubada. O valor original à época era de R\$ 258.434.739,03.

3) Depois dessa decisão, que criou um jurisprudência favorável à RBS, outras autuações posteriores referentes a mesma prática das mesmas irregularidades também foram derrubadas.⁵²

Abaixo, duas delas:

1º Acórdão: 101-96.796

Número do Processo: 11080.010647/2005-36

Data de Publicação: 27/3/2012

Contribuinte: RBS ADMINISTRAÇÃO E COBRANÇAS LTDA.

2º Acórdão: 1301-001.167

Número do Processo: 11080.010647/2005-36

Data de Publicação: 7/6/2013

Contribuinte: RBS ADMINISTRAÇÃO E COBRANÇAS LTDA.

Em outro acórdão, conforme já citado anteriormente, o de nº 1302-001.767, referente ao Processo nº 11080.725930/2013-76, analisado na sessão da 3ª Câmara da 2ª Turma Ordinária do Carf, ocorrida em 1/2/2016 (fl 02), portanto, após a deflagração da Operação Zelotes, a RBS sai perdendo. Na oportunidade o Carf nega recurso à RBS Participações S/A e mantém decisão da Receita Federal de Porto Alegre (RS), negando crédito tributário no valor total de R\$ 66.994.777,76 (fl. 03)⁵³, conforme a seguir:

⁵² Síntese elaborada com a colaboração dos pesquisadores do NESFI/UFSC.

⁵³ Cf. Ministério da Fazenda, Conselho Administrativo de Recursos Fiscais (Carf), Primeira Seção de Julgamento, de 1/2/2016, documento de 36 páginas. Fonte: carf.fa-

3º Acórdão nº 1302-001.767 – 3ª Câmara / 2ª Turma Ordinária

Sessão de 1 de fevereiro de 2016

Matéria IRPJ/CSLL Compensação de prejuízos e bases de cálculo negativa

Recorrente RBS PARTICIPAÇÕES S/A

Recorrida FAZENDA NACIONAL⁵⁴

Essa sessão debateu sobre o imposto sobre renda de pessoa jurídica (IRPJ), relativo aos anos base, respectivamente, de 2008, 2009, 2010, 2011 e 2012, com base nos saldos acumulados resultantes de atividade empresária descontinuada, compensados após a incorporação formal de outras empresas operacionais do grupo. De acordo com o parecer do Carf,

a reestruturação de grupo empresarial não pode servir para burlar texto cogente de lei, no caso, a vedação à compensação de prejuízos fiscais”, alegando que “inexiste erro na sujeição passiva quando o sujeito passivo indicado no auto de infração é o autor dos fatos objeto da autuação”.⁵⁵

Desse modo, de acordo com o parecer, “vistos, relatados e discutidos os presentes autos”, acordam os membros do colegiado em:

1) por unanimidade de votos, REJEITAR as arguições de nulidade da decisão recorrida e do lançamento; 2) por maioria de votos, NEGAR PROVIMENTO ao recurso voluntário, divergindo os Conselheiros Alberto Pinto Souza Junior e Talita Pimenta Félix; e 3) por unanimidade de votos, NEGAR CONHECIMENTO ao pedido de apreciação da regularidade dos saldos de prejuízos e bases negativas a compensar, nos termos do relatório e voto que integram o presente julgado.

zenda.gov.br/sincon/public/pages/ConsultarJurisprudencia/consultarJurisprudencia-Carf.jsf. Acesso em: 19 ago. 18.

⁵⁴ Cf. Ministério da Fazenda, Conselho Administrativo de Recursos Fiscais (Carf), Primeira Seção de Julgamento, de 1/2/2016 (fl. 02).

⁵⁵ Idem.

(documento assinado digitalmente) EDELI PEREIRA BESSA –
Presidente e Relatora.⁵⁶

Participaram da sessão de julgamento os conselheiros: Edeli Pereira Bessa (presidente da turma), Alberto Pinto Souza Júnior, Paulo Mateus Ciccone, Rogério Aparecido Gil e Talita Pimenta Félix. Ausente, momentaneamente, o Conselheiro Eduardo de Andrade. Ausentes, justificadamente, as Conselheiras Ana de Barros Fernandes Wipprich e Daniele Souto Rodrigues Amadio.⁵⁷

Portanto, em síntese, segue, abaixo, a cronologia dos fatos sobre a Operação Zelotes e a atuação do Grupo RBS. Como envolve personalidades com foro privilegiado, como é o caso do ministro do Tribunal de Contas da União (TCU), Augusto Nardes, a Procuradoria do Ministério Público Federal com sede no Rio Grande do Sul enviou relatório ao Supremo Tribunal Federal (STF). É o inquérito nº 4.150, cuja relatora é a ministra do STF, Carmem Lúcia.

Cronologia:

2001: a RBS é atuada. Deve à Receita Federal o montante de R\$ R\$ 258.434.739,03. É o resultado de uma operação chamada de “casa e separa”, através da qual se consegue deixar de pagar parte do que se deve ao fisco.

2002: A RBS decide recorrer. Contrata, para isso, o escritório de advocacia Dias de Sousa Advogados Associados. O recurso não leva. A dívida é confirmada.

2003: Em novo recurso a RBS leva a melhor.

2005: A Fazenda, finalmente informada, recorre.

2008: Fazenda perde.

⁵⁶ Cf. Ministério da Fazenda, Conselho Administrativo de Recursos Fiscais (Carf), Primeira Seção de Julgamento, de 1/2/2016 (fl 02).

⁵⁷ Cf. Ministério da Fazenda, Conselho Administrativo de Recursos Fiscais (Carf), Primeira Seção de Julgamento, de 1/2/2016 (fl 03).

2009 e 2010: Guerra de embargos declaratórios.

2010: Delegacia da Receita Federal de Porto Alegre recorre e ganha recurso.

2011: Novos recursos da RBS. Vitória definitiva. O escritório contratado leva mais de R\$ 7 milhões pelo êxito. Em 2005, contudo, a RBS contratou uma consultoria para cuidar do caso: a SGR Consultoria Empresarial Ltda., que se associou à N&P, que hoje se chama Planalto. Assinou o contrato pela RBS o então deputado Afonso Motta/PP.

A Planalto era de Augusto Nardes, que, no mesmo ano, tornou-se ministro do Tribunal de Contas da União. Assinou pela N&P Juliano Nardes, sobrinho de Augusto Nardes, que só entraria oficialmente na empresa em 2008.

Um dos envolvidos na operação RBS citado é José Ricardo da Silva, conselheiro do Carf, órgão encarregado de julgar os recursos da RBS contra a Receita Federal, que foi condenado e preso por causa da Operação Zelotes. Ele teria transferido recursos para a Ecoglobal Autolocadora de Automóveis, empresa de Juliano Nardes, sobrinho do ministro do TCU, citado anteriormente, conforme documentos originais do Relatório do Ministério Público Federal, pertinente ao inquérito policial da Operação Zelotes, vazados pela imprensa.

Relatório do Ministério Público Federal da Operação Zelotes

Em linhas gerais, de acordo com o Relatório da Procuradoria Federal (MPF) relacionado à Operação Zelotes da Polícia Federal (PF), item nº 4, afirma que “a empresa RBS Administração e Cobrança Ltda., pertencente ao Grupo RBS e centralizadora de custos do conglomerado foi submetida à procedimento de ação fiscal pela Receita Federal encerrada em 2001, culminando com o lançamento de Auto

de infração no valor originário de R\$ 258.434.739,03, incluído aí a multa qualificada de 150% em decorrência da fraude perpetrada. Assinou o recebimento do Auto o contador Ibanor Polessio (CPF 221.648.630-20) (DOC.01).⁵⁸

Segundo o documento, respectivamente, nos itens n°s 5 e 6, destaca que “a autuação constituída foi em decorrência de operação de compra e venda de participações societárias com objetivo de se eximir do pagamento de ganho de capital da transação, a denominada operação ‘casa e separa’”. Conclui o mesmo documento: “Importante salientar que a RBS Administração e Cobranças Ltda. foi citada na denúncia inicial da Operação Zelotes”, isto é, “como uma das empresas que foram beneficiadas com o esquema de tráfico de influência e venda de decisões administrativo-tributários perante o Conselho Administrativo de Recursos Fiscais – Carf.”⁵⁹

Para compreender porque houve a contratação da SGR Consultoria Empresarial Ltda. do ex-conselheiro José Ricardo da Silva, apesar do “sucesso” do escritório de advocacia de Dias de Sousa em favor da RBS no Carf, o inquérito esclarece no item n° 13 do documento que,

[...] a despeito de já haver contratado escritório de advocacia para execução de serviços de assessoria jurídica para atuar na defesa do processo em curso perante o Carf, a RBS Administração e Cobranças Ltda. celebrou, em março de 2005, contrato de ‘consultoria’ com a SGR Consultoria Empresarial Ltda., tendo por objeto a atuação da contratada com vista a desconstituição dos débitos do processo administrativo contra a RBS.⁶⁰

⁵⁸ Cf. Relatório da Procuradoria Federal do Ministério Público Federal (MPF) da Operação Zelotes da Polícia Federal.

⁵⁹ Cf. Relatório da Procuradoria Federal da Operação Zelotes.

⁶⁰ Cf. Relatório da Procuradoria Federal da Operação Zelotes, no qual lembra, no item n° 12 do inquérito, que “em função do êxito, ocorrido em 2011, a RBS Administração e Cobranças Ltda. pagou à Dias de Souza Advogados Associados, em agosto de 2011, o valor bruto de R\$ 7.062.129,64”.

Segundo o documento do Ministério Público, “embora não se tenha encontrado nenhum material técnico ou atuação formal da SGR Consultoria Empresarial Ltda. junto ao processo administrativo” [do Carf], e considerando “o desfecho favorável da controvérsia, a RBS Administração e Cobranças Ltda. realizou pagamentos líquidos (descontados tributos) que montam R\$ 11.970.567,48” à SGR de José Ricardo da Silva.⁶¹

Isto é, de acordo com o Relatório, a firma de consultoria de José Ricardo da Silva, “ainda em março de 2005, decorridos apenas 19 dias de seu contrato com a RBS, formalizou contrato de parceria com a empresa N&P Consultoria e Assessoria Empresarial S/A (atualmente Planalto Soluções e Negócios S/A).” E o contrato tinha por objeto o processo administrativo da RBS no Carf e “estipulava a divisão em partes iguais dos honorários líquidos advindos do possível êxito do processo.” Em razão da parceria, destaca o documento, “a empresa recebeu, por meio de seus diretores e pessoas físicas e jurídicas ligadas, o valor total de R\$ 2.556.974,00.” Destacando, contudo, ser “oportuno informar que a SGR não efetuou os pagamentos por vias normais, preferiu utilizar-se de mecanismos de ocultação para o repasse dos valores”.⁶²

Portanto, de acordo com a MPF,

reputados como atípicos e relacionados com o desfecho do processo administrativo fiscal da RBS também foram localizados aproximadamente R\$ 10 milhões em pagamentos para empresas de advocacia de conselheiros e ex-conselheiros do Carf, conforme apresentado no decorrer do relatório.⁶³

O relatório conclui, afirmando que,

em resumo, conforme será detalhado de forma definitiva adiante com a identificação dos envolvidos e sua participa-

⁶¹ Cf. Relatório da Procuradoria Federal da Operação Zelotes.

⁶² Idem.

⁶³ Idem.

ção, os investigados, em tese, atuaram por vias transversas, com o desiderato de obterem uma decisão administrativa que ao final beneficiasse a empresa [RBS] atuada pelo fisco federal.⁶⁴

⁶⁴ Cf. Relatório da Procuradoria Federal da Operação Zelotes.

5

A VENDA DA RBS EM SANTA CATARINA¹

Em videoconferência e cobertura ampla do seu noticiário, é anunciada, em 7 de março de 2016, a venda dos veículos de comunicação da RBS em Santa Catarina pelos irmãos Nelson e Pedro Sirotsky e pelo presidente do Grupo RBS, Eduardo Sirotsky Melzer, em solenidade realizada em Florianópolis, na moderna sede do *Diário Catarinense*, localizada na rodovia SC- 401 em direção as belas praias do norte da Ilha.² A mudança da marca RBS para NSC foi em agosto de 2017, em dia festivo na capital catarinense, e teve a presença de Roberto Irineu Marinho, representando o Grupo Globo, que havia dado aval ao negócio.

O comunicado oficial foi feito em uma reunião com colaboradores

¹ Cf. Revista *Making Off*, Claiton Selistre, “Grupo RBS do Rio Grande do Sul vendido”, 5 de outubro de 2018, informando em primeira mão que o Grupo RBS, proprietário de emissoras de TV, rádios e jornais no Rio Grande do Sul, já tem sua venda definida, ao que tudo indica para o mesmo Grupo NC, cujo anúncio oficial deveria ocorrer depois das eleições presidenciais de 2018, fato não confirmado até o momento do término de nossa pesquisa. Segundo o colunista, que foi diretor de Jornalismo por 25 anos da RBS TV, a negociação, por outro lado, já foi informada à Rede Globo, a qual as emissoras de TV do Grupo RBS são afiliadas, a quem cabe manifestar-se sobre a nova sociedade. Selistre recorda que, há um ano, as emissoras da RBS SC foram vendidas para uma parceria, que tinha, inicialmente, o empresário gaúcho Lírrio Parisotto e o paulista Carlos Sanchez, dono do grupo NC/EMS. “Porém, no último momento, a Globo pediu a saída de Parisotto devido à acusação de agressão formulada na justiça pela ex-modelo e atriz Luíza Brunet”, afirma o jornalista. Então, Carlos Sanchez ficou com o negócio catarinense. “É muito provável que o empresário paulista tenha comprado agora a parte gaúcha com outro sócio”, ressaltando que, “estrategicamente, a informação oficial sobre o assunto será dada depois da eleição”, completa Selistre.

² Cf. Fonte: www.gruporbs.com.br/noticias/2016/03/07/rbs-anuncia-venda-de-operacoes-de-midia-em-santa-catarina/. Acesso em: 1 ago. 2018.

e dirigida também para os anunciantes da RBS, transmitida por videoconferência para todas as áreas da organização no estado catarinense, na presença dos novos e sorridentes compradores, os megaempresários Lírio Parisotto e os sócios Carlos Sanchez e Marcus Sanchez, contrastando com a inusitada e surpreendente venda da cobiçada operação catarinense da RBS, após 37 anos de atuação no estado.³ Embora não tenham sido divulgados valores, o negócio foi considerado, na ocasião, um dos maiores no ramo de mídia no Brasil nos últimos anos, estimado em R\$ 700 milhões. A conclusão da venda ainda aguardaria a aprovação dos órgãos regulatórios, o que acabou acontecendo sem maiores transtornos.⁴

Aprovação pelo Cade

Em agosto de 2016, o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) permitiu que o Grupo RBS consumasse a venda de suas operações em Santa Catarina, anunciada oficialmente em março. O fechamento do acordo ocorreu em 16/8/16, envolvendo somente o Grupo NC, do empresário Carlos Sanchez – a família Parisotto não fazia mais parte do negócio –, cuja mudança societária ainda seria analisada pelo Cade e Ministério das Comunicações.⁵ O médico e empresário Lírio Albino Parisotto, proprietário da Videolar, frequentou o noticiário em julho daquele ano após ser acusado de agressão pela ex-companheira Luiza Brunet, que moveu processo contra ele e deu depoimentos à imprensa, especialmente ao jornal *O Globo* e ao *Fantástico* da TV Globo.⁶

³ Cf. Fonte: www.gruporbs.com.br/noticias/2016/03/07/rbs-anuncia-venda-de-operacoes-de-midia-em-santa-catarina/. Acesso em: 1 ago. 2018.

⁴ Cf. Fonte: dc.clicrbs.com.br/sc/noticias/noticia/2016/03/grupo-rbs-vende-suas-operacoes-em-santa-catarina-4992020.html. Acesso em: 1 ago. 2018.

⁵ Cf. *Meio & Mensagem*, “Cade aprova venda de RBS em Santa Catarina”, 24/8/2016, destacando que a entidade ainda analisa mudança de acionistas, após saída do empresário Lírio Albino Parisotto da negociação. Fonte: www.meioemensagem.com.br/home/midia/2016/08/24/cade-aprova-venda-de-rbs-em-santa-catarina.html. Acesso em: 18 ago. 2018.

⁶ Cf. *Meio & Mensagem*, “Cade aprova venda de RBS em Santa Catarina”, 24/8/2016.

A operação envolveu o controle acionário dos veículos *Diário Catarinense*, *Jornal de Santa Catarina*, *A Notícia*, *Hora de SC*, *ClicRBS SC* e *TVCOM*. Além das afiliadas da Rede Globo em Santa Catarina, incluindo as emissoras RBS TV em Florianópolis, Blumenau, Joinville, Centro-oeste, Chapecó e Criciúma, e as rádios CBN Diário, além das emissoras da Itapema e Atlântida em Santa Catarina. Portanto, Como sabemos a conclusão do negócio estava sujeita à condição suspensiva de aprovação prévia do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) e dos demais órgãos regulatórios do setor, a exemplo da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), que também precisariam dar anuência ao negócio, bem como ao cumprimento de determinadas condições precedentes usuais para estes tipos de transações. Em nota oficial, a direção do Grupo RBS confirmou que o Cade havia aprovado, sem restrições, o acordo para a compra das operações que atuam sob a marca RBS em Santa Catarina. O fechamento do negócio ocorreu no dia 16/8/16, após a formalização, "o Grupo NC passou a ter o controle acionário dos jornais *Diário Catarinense*, *Jornal de Santa Catarina*, *A Notícia* e *Hora de SC*, além de *ClicRBS SC* e *TVCOM*, e assumirá também a parte da família Parisotto, que deixará a sociedade".⁷

Como se trata ainda de concessões públicas de rádio e TV, o Congresso Nacional deve ser comunicado. Na ocasião, Nelson Sirotsky chegou a ligar para o próprio ministro das Comunicações, André Figueiredo, para antecipar a novidade da venda (Christofoletti, 2016).⁸ "Isto é, quem assume as operações da RBS em Santa Catarina o faz de forma concentracionista, pouco plural e violando regras constitucionais, como

⁷ Cf. AcontecendoAqui, "Lírio Parisotto anuncia sua saída da sociedade do Grupo RBS", 19/8/2016, que, segundo nota da RBS, "a mudança societária ainda passaria pela análise do Cade. A alteração de controle acionário das demais operações de televisão e rádio está em fase de aprovação do Ministério das Comunicações", completa a nota. Fonte: acontecendoaqui.com.br/comunicacao/lirio-parisotto-anuncia-sua-saida-da-sociedade-do-grupo-rbs. Acesso em: 19 set. 2018.

⁸ Cf. Portal do Sindicato dos Jornalistas de Santa Catarina, seção Crítica de Mídia, Rogério Christofoletti, "Quem ganha com a venda da RBS de SC?", 7/3/2016, lembra o professor do curso de Jornalismo da UFSC e pesquisador do objETHOS.

a que impede a propriedade cruzada dos meios de comunicação. Traduzindo: a Constituição Federal proíbe que o setor seja oligopolizado e que uma mesma empresa atue no segmento de jornal e rádio ou TV simultaneamente. Os Sirotsky – e outros por aí – ignoravam esses entraves e nada deve mudar sob nova direção”⁹, ressalta Christofoletti.

Operação Zelotes influenciou na venda

Apesar do silêncio tanto do Congresso Nacional quanto do judiciário catarinense em torno da questão legal de fundo sobre o monopólio da mídia pelo Grupo NC, que substituiu a RBS no controle midiático no estado, de acordo com a revista *Veja* do Grupo Abril, a Operação Zelotes foi determinante na venda dos veículos do Grupo RBS em Santa Catarina¹⁰, conforme procuramos demonstrar no Capítulo 2. “O lance anunciado hoje não aponta apenas mais um grande negócio no Brasil. É também pouco comum que conglomerados midiáticos – ao menos por aqui – sejam adquiridos numa única tacada”¹¹, afirma o professor Christofoletti. Segundo o pesquisador do objETHOS, “para alguns analistas, um fator foi decisivo nesta história: o suposto envolvimento da RBS num grande esquema de corrupção para abater ou perdoar dívidas fiscais, investigado na Operação Zelotes. A menção ao grupo não apenas teria trazido prejuízos financeiros e de imagem como teria azedado as relações com a TV Globo, principal parceira”, ressalta.

O raciocínio faz sentido, uma vez que a transação fez com que metade de um conglomerado de comunicação trocasse de mãos num

⁹ Cf. Portal do Sindicato dos Jornalistas de Santa Catarina, seção Crítica de Mídia, Rogério Christofoletti, “Quem ganha com a venda da RBS de SC?”, 7/3/2016.

¹⁰ Cf. *Veja*, Luís Lima, “Com a RBS, dupla de bilionários abre nova frente de diversificação”, 16 de março de 2016, afirmando que Carlos Sanchez e Lirio Parisotto, compradores da operação do grupo de mídia em Santa Catarina, fizeram da aquisição uma alternativa ao marasmo no mercado de capitais. Fonte: veja.abril.com.br/economia/com-a-rbs-dupla-de-bilionarios-abre-nova-frente-de-diversificacao/. Acesso em: 8 ago. 2018.

¹¹ Cf. Portal do Sindicato dos Jornalistas de Santa Catarina, seção Crítica de Mídia, Rogério Christofoletti, “Quem ganha com a venda da RBS de SC?”, 7/3/2016.

“passe de mágica”. “Não é pouca coisa, a se julgar que o Grupo RBS era o maior grupo regional privado de mídia do país, reunindo 57 veículos e atuando com supremacia no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina”¹², reforça Christofolletti. É o que também pensa a revista *Veja* como falamos anteriormente, afirmando que “por parte da RBS, o interesse da venda coincide com a citação do grupo na Operação Zelotes, da Polícia Federal, que apura irregularidades no Conselho Administrativo de Recursos Fiscais (Carf), espécie de tribunal da Receita Federal”¹³.

A revista paulista destaca em sua reportagem que “a RBS é suspeita de pagar mais de R\$ 10 milhões à SGR Consultoria Empresarial para anular multas aplicadas pelo órgão”¹⁴. Portanto, “com o risco de sofrer punições milionárias, a venda de ativos se torna estratégica para fazer caixa para um eventual pagamento de multas”.¹⁵ *Veja* conclui que “esse comentário zunia sempre que se falava da venda da operação catarinense da RBS”. Mas “oficialmente, o grupo afirmou apenas que a venda ocorreu para que ele pudesse centrar foco nas operações de seu Estado natal, o Rio Grande do Sul. Procurado, o grupo preferiu não conceder entrevista e que se manifestaria sobre o negócio apenas por comunicado oficial”¹⁶, completa a revista da Abril.

TV Globo aprova compra da RBS pelo Grupo NC

Não foi à toa que o negócio, envolvendo a transferência da RBS de SC para os novos *players* da comunicação no Sul do Brasil, foi efusivamente comemorado pela matriz do Grupo Globo da família Marinho, que passou a ter novos parceiros comerciais em solo catarinense.

¹² Cf. Portal do Sindicato dos Jornalistas de Santa Catarina, seção Crítica de Mídia, Rogério Christofolletti, “Quem ganha com a venda da RBS de SC?”, 7/3/2016.

¹³ Cf. *Veja*, Luís Lima, “Com a RBS, dupla de bilionários abre nova frente de diversificação”, 16/3/2016.

¹⁴ Idem.

¹⁵ Idem.

¹⁶ Idem.

Em nota, a Globo confirmou a operação, destacando que a negociação marca “momento de vitalidade e expansão de sua rede”, pois ela “traz novos investidores para o negócio de mídia”.¹⁷

Segundo explicou na nota o diretor-geral de Negócios da Globo, Willy Haas, “isso coroa um momento de grande vitalidade da Rede Globo, com o fortalecimento da nossa atuação regional e de nosso foco na brasilidade e no desenvolvimento dos talentos, da programação e dos mercados locais”.¹⁸ Para Haas, “movimentações como essa reforçam para nós uma grande certeza no futuro. A aquisição vai permitir que a RBS, histórico e importante parceiro da Globo, possa concentrar e fortalecer sua atuação no Rio Grande do Sul, ampliando seus investimentos e sua essencial contribuição para o desenvolvimento da economia gaúcha.”¹⁹

A primeira aproximação dos investidores com a RBS ocorreu há cerca de três anos. “As conversações haviam sido retomadas há meses, mas o acordo só foi fechado há poucos dias”²⁰, segundo reportagem do clicRBS. “Pelo acordo, o processo de transição pode durar até dois anos e será gerido a partir de comitês com o objetivo de garantir a continuidade e a excelência das operações”, afirma a matéria. Realizado na redação do *Diário Catarinense*, como já falamos anteriormente, o anúncio teve a presença de representantes de diferentes gerações de acionistas da RBS, a exemplo de Nelson Sirotsky, o primeiro a comandar as operações da empresa em Santa Catarina; Pedro Sirotsky, que também esteve à frente da RBS catarinense, e o presidente do Grupo RBS, Eduardo Sirotsky Melzer.

¹⁷ Cf. *Notícias da TV*, Daniel Castro, “Lírio Parisotto, namorado de Luiza Brunet compra afiliada da Globo em Santa Catarina”, 7/3/2016. Fonte: noticiasdatv.uol.com.br/noticia/mercado/namorado-de-luiza-brunet-compra-afiliada-da-globo-em-santa-catarina-10653. Acesso em: 7 mar. 2016.

¹⁸ Cf. *Notícias da TV*, Daniel Castro, “Lírio Parisotto, namorado de Luiza Brunet compra afiliada da Globo em Santa Catarina”, 7/3/2016.

¹⁹ Idem.

²⁰ Cf. [Clicrbs.com.br](http://clicrbs.com.br), “Grupo RBS vende suas operações em Santa Catarina”, 7/3/2016. Fonte: dc.clicrbs.com.br/sc/noticias/noticia/2016/03/grupo-rbs-vende-suas-operacoes-em-santa-catarina-4992020.html. Acesso em: 1 ago. 2018.

No encontro, os novos proprietários explicaram as razões da aquisição e se comprometeram a manter a independência editorial. Eles também anunciaram o nome de Mario Neves, então diretor-geral da RBS TV Santa Catarina, como novo presidente das operações em SC durante o período de transição da marca RBS para NSC dos novos donos. Em comunicado, as duas partes informaram que a aquisição surgiu a partir de uma associação dos novos proprietários para o desenvolvimento de negócios de mídia no Estado de Santa Catarina.²¹

Ainda segundo a reportagem, “com a venda, a RBS focará seus esforços de mídia no Rio Grande do Sul, onde o grupo empresarial foi fundado em 1957, com marcas jornalísticas como Zero Hora, Rádio Gaúcha e RBS TV. Além dos negócios de comunicação, o grupo é proprietário da e.Bricks, empresa de investimento digital com atuação no Brasil e nos Estados Unidos”²², como procuramos mostrar no Capítulo 1. Durante o anúncio, os acionistas da RBS ressaltaram a Carta Aberta aos catarinenses divulgada logo depois pelos veículos do Grupo RBS, e “agradeceram profundamente o apoio e a dedicação de todos os colaboradores.”²³

O inconformismo com a venda

Saudada, e quem sabe até estimulada pela matriz da Rede Globo (RJ), com quem está afiliada há mais de 40 anos, e, talvez, precipitada pelo escândalo da Operação Zelotes, a venda das empresas de comunicação do Grupo RBS em Santa Catarina foi, certamente, um ótimo negócio para a família Sirotsky. Pela pesquisa, num cálculo mais realista, a venda foi estimada em R\$ 700 milhões, quase o mesmo valor da dívida

²¹ Cf. Clicrbs.com.br, “Grupo RBS vende suas operações em Santa Catarina”, 7/3/2016.

²² Idem.

²³ Cf. Clicrbs.com.br, “Grupo RBS vende suas operações em Santa Catarina”, 7/3/2016, na qual recordaram “o envolvimento da RBS com o desenvolvimento do Estado e mencionaram momentos marcantes nestes quase 37 anos de presença da RBS em Santa Catarina – do engajamento da empresa para amenizar os efeitos das enchentes às bandeiras, como a duplicação da BR-101 e o projeto Viver SC.

com a Receita apontada na Zelotes, fixada em R\$ 672 milhões.²⁴ Mas num cálculo mais otimista, de acordo com outras fontes pesquisadas, esta cifra pode ter alcançado o valor de R\$ 1 bilhão.²⁵

Portanto, apesar de ter sido um bom negócio para a RBS, a relevância daquela transação não era o mais importante naquele momento, como confessaria Nelson Sirotsky, ao participar da cerimônia de lançamento da marca NSC TV, que substituiria a RBS TV em Santa Catarina em 2017. Também estava lá Roberto Irineu Marinho, já que a nova empresa continuava sendo a afiliada da Globo no estado. Nelson Sirotsky, no seu livro de “memórias” *O oitavo dia*, em coautoria com a famosa escritora de *A casa das sete mulheres*, Leticia Wierzchowski – obra dividida em quatro narrativas que se cruzam, num misto de relato franco do protagonista-autor com pesquisas e histórias reais, entrelaçadas pelo fio romanceado da escritora gaúcha –, confessa certo inconformismo com a venda.²⁶

De acordo com o relato do livro, aquele momento foi um dia triste para Nelson, que “construía aquela empresa do zero” [em SC] e “dera seu sangue, a sua juventude e a sua garra para erguer a RBS Santa Catarina”.²⁷ Pedro Sirotsky também estava na cerimônia, e sentia-se tris-

²⁴ Cf. Notícias da TV, Daniel Castro, “Lírio Parisotto, namorado de Luiza Brunet compra afiliada da Globo em Santa Catarina”, 7/3/2016, afirmando que “o valor da operação não foi revelado, mas especula-se que seja algo em torno de R\$ 700 milhões”.

²⁵ Cf. *Forbes*, “Dois bilionários brasileiros se unem para comprar parte das operações da RBS”, de 7/3/16, acrescentando que “o negócio, confirmado hoje em comunicado do grupo gaúcho RBS, depende ainda de aprovação do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade)”. Segundo a matéria, “o valor da transação não foi divulgado, mas está estimado pelo mercado na casa de R\$ 1 bilhão”, acrescentando que, “para a compra, Sanchez e Parisotto se associaram a um grupo de outros investidores minoritários”. Fonte: forbes.com.br/colunas/2016/03/dois-bilionarios-brasileiros-se-unem-para-comprar-parte-das-operacoes-da-rbs. Acesso em: 7 mar. 2016.

²⁶ Cf. Wierzchowski, Leticia; Sirotsky, Nelson P. *O oitavo dia*. Rio de Janeiro: Primeira Pessoa, 2018. 432p. Importante lembrar que a obra está dividida em quatro partes, sendo que as memórias sobre SC da RBS está estampada na parte II da obra, com o sugestivo entretítulo “A chave do cofre”, p. 193-205, e com algumas reminiscências do passado em SC nas p. 206-217.

²⁷ Cf. Wierzchowski, Leticia; Sirotsky, Nelson P., op. cit., p. 204.

te como o irmão. Afinal, ele também tinha construído vínculos muito fortes com Santa Catarina. “E Duda [Eduardo Sirotsky Melzer], o novo presidente, também, parecia um pouco incomodado na cerimônia. Nelson sentiu-se profundamente chateado”.²⁸ Na obra, há um diálogo de Roberto Irineu Marinho com Nelson, que ilustra muito bem esse desconforto provocado na família pela venda em SC. Segundo o relato, alguma coisa dessa dor de Nelson deve ter transparecido, pois, lá pelas tantas,

Roberto Irineu aproximou-se de Nelson e lhe perguntou: “Tu estás feliz com isso?”. Nelson respondeu: “Claro que não” – disse Nelson, completando: “Eu estou triste. Mas não me arrependo de nada. É que qualquer história que chega ao fim guarda a sua tristeza, né?”. Roberto olhou-o no fundo dos olhos e respondeu: “Tu gostas de inaugurar coisas, Nelson, não de fechá-las. Fins não são contigo.”²⁹

Os vínculos político-partidários dos novos donos da NSC-TV³⁰

A considerar as falas dos novos donos da RBS em Santa Catarina, bem como o cruzamento dos dados de que dispomos, afirmamos que a entrada tanto de Carlos Sanchez do Grupo NC quanto de Lírio Parisotto

²⁸ Idem.

²⁹ Idem.

³⁰ A notícia da compra da RBS em SC pelo empresário e investidor Lírio Parisotto foi dada em primeira mão pelo jornalista Paulo Alceu, colunista do Jornal Notícias do Dia (Grupo RIC), em 5 de fevereiro de 2016, no Twitter e Facebook. Em seu perfil no Facebook, Paulo Alceu publicou o que “não é de hoje que conversas de bastidor envolvem a venda da RBS de Santa Catarina. Abordei este tema nesta sexta feira de Carnaval de que teria sido concretizada a venda da operação aqui no Estado para o investidor Lírio Parisotto”. Segundo o colunista, “um assunto recorrente nos meios empresariais e políticos”, e “claro que por trás de uma venda que se comenta o envolvimento de R\$ 700 milhões haja uma série de interesses e implicações. Trata-se de uma concessão pública que exige anuência dos concessionários, ou seja, do governo federal. Sem entrar em detalhes nas repercussões de mercado devido à troca de comando de uma empresa de comunicação que escreveu uma história e escreve. Vamos aguardar o desenrolar dos fatos...”, ressaltou. Em nota, a RBS negou, na ocasião, a venda, e, finalmente, anunciada em videoconferência e noticiário da empresa, em 7 de março de 2016. (Cf. Fonte: acontecendoaqui.com.br/comunicacao/venda-do-grupo-rbs-e-boa-to-diz-comunicado-desta-sexta. Acesso em: 19 set. 2018).

da Innova/Videolar no negócio da compra das operações catarinenses, pode está relacionada a dois fatores principais: por um lado, a motivação de cunho empresarial, por outro, a de cunho político, devido aos vínculos político-partidários dos compradores.

Este último fator é especialmente verdadeiro em se tratando do médico e empresário Lírio Parisotto, eleito segundo suplente de senador na chapa do ex-governador Eduardo Braga (PMDB/MDB-AM) em 2010, com mandato até 2019. Parisotto integrou o conselho da Fundação Amazonas Sustentável, presidida pelo amigo Luiz Fernando Furlan, e ex-ministro da Indústria, Comércio e Desenvolvimento do governo de Fernando Henrique Cardoso (PSDB), do qual também fazia parte o seu padrinho político, o então governador Eduardo Braga.

Já no caso do economista formado pela USP e empresário Carlos Sanchez, esse vínculo não é menos importante, devido à afinidade ideológica com o PDSB de Fernando Henrique Cardoso (FHC) e José Serra (PSDB-SP), apesar de não ter filiação partidária. Por último, devemos levar em conta os laços estabelecidos pelos dois megaempresários, em função dos interesses empresariais comuns mantidos na Zona Franca de Manaus (AM), onde estão localizados alguns de seus principais polos industriais e paraíso de benefícios fiscais e isenção de impostos, berço político de Parisotto.

O ingrediente político-ideológico pode ter sido realmente o fator determinante na compra, cuja conjuntura nacional foi marcada por grave crise institucional e econômica. (A crise econômica e política de 2015-2016 não é a nossa preocupação central de pesquisa). Mas a pergunta que devemos fazer é: por que comprar as operações de uma empresa de comunicação numa época marcada por forte crise no setor de mídia e numa conjuntura econômica desfavorável?

A família Civita vendeu o Grupo Abril em dezembro de 2018 para o advogado Fábio Carvalho, dono da sociedade de investimentos Legion Holdings, cujo contrato o prevê a aquisição de 100% das ações do

grupo.³¹ Ele será o presidente do grupo, com a compra sendo efetivada em fevereiro de 2019. O acordo ainda prevê condições que devem ser cumpridas previamente, como a aprovação pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) e a injeção de novos recursos para o financiamento dos esforços de reestruturação. A Abril negociava a proposta de Fabio Carvalho e da Enforce, empresa de recuperação do banco BTG Pactual, sendo que R\$ 1,6 bilhão em dívidas da editora Abril, cerca de R\$ 1,1 bilhão é com bancos.

A Abril, um dos maiores grupos de comunicação do Brasil e líder na publicação, produção gráfica e distribuição de revistas e na entrega de encomendas, decidiu entrar com um pedido de recuperação judicial no dia 15 de agosto de 2018.³² A medida, prevista em lei, serve para que a empresa possa buscar um novo equilíbrio de suas contas. A empresa pretende levar à recuperação judicial dívidas que somam cerca de R\$ 1,6 bilhão.

Nossa tarefa é ainda mais árdua, pois, por tabela, temos que explicar porque dois empresários sem nenhuma experiência com jornalismo o fizeram. É claro que era uma ótima oportunidade de negócio, principalmente, na área da televisão, devido a sua rentabilidade e influência política. É o que vamos procurar tentar esclarecer na sequência. Mas não podemos deixar de tecer algumas palavras sobre a situação econômica vivida pelo país neste período.

A crise e a “elite da elite” econômica

Em longa matéria intitulada “O lucro encolheu. E agora?”, da jornalista Roseli Loturco, a revista *Exame* conclui que “num ano em que a economia brasileira não saiu do lugar, as 500 maiores empresas do país

³¹ Cf. *Valor Econômico*, Marcelle Gutierrez, “Grupo Abril é vendido para o advogado Fábio Carvalho”, 20/12/2018.

³² Cf. *Exame.com.*, “Como fica o Grupo Abril após o pedido de recuperação judicial”, 15/8/2018. Fonte: [Fonte: exame.abril.com.br/negocios/como-fica-abril-recuperacao-judicial/](http://exame.abril.com.br/negocios/como-fica-abril-recuperacao-judicial/). Acesso em: 15 ago. 18.

cresceram apenas 2% e reduziram o lucro 34% – o pior resultado desde 2002. O desafio agora é encarar mais um ano ou dois, pelos menos, de tempos difíceis”.³³ A economia encolheu 3,8% em 2015, e a elite empresarial do país levou um dos maiores tombos da história, uma vez que depois de cinco anos seguidos de crescimento, a receita das 500 maiores empresas caiu 4,6%, as dívidas subiram 12% e 178 mil empregos nessas companhias desapareceram de um ano para o outro.³⁴

O lucro de US\$ 18 bilhões em 2014 virou prejuízo de US\$ 19 bilhões em 2015. A rentabilidade sobre o patrimônio ficou negativa em 4,9% – a pior taxa desde o lançamento da primeira edição de Melhores e Maiores em 1974. Segundo *Exame*, “no ambiente conturbado do Brasil em 2015, quase todos os setores da economia acusaram o golpe. A construção civil viu seu PIB setorial encolher 7,6%, enquanto o PIB da indústria diminuiu 6,2%. O consumo das famílias caiu 4%”.³⁵

Apesar da crise econômica, de acordo com *Exame*, “os maiores grupos empresariais do Brasil faturaram mais no ano passado do que em 2014. Foram 720 bilhões de dólares, valor 7% superior ao alcançado no ano anterior. E entre os dez grupos com as maiores receitas, nove haviam aparecido no *ranking* de 2014, como o Itaú Unibanco, Bradesco e J&F Investimentos.”³⁶ (Dado que mascara as duras condições enfren-

³³ Cf. *Exame*, Edição Especial 2015, Melhores e Maiores: As 1000 Maiores Empresas do Brasil. SP: Editora Abril, de julho de 2015, p. 56-70.

³⁴ Cf. *Exame*, Edição Especial 2016, Melhores e Maiores: As 1000 Maiores Empresas do Brasil. SP: Editora Abril, de julho de 2016, p. 54.

³⁵ Cf. *Exame*, Edição Especial 2016, Melhores e Maiores: As 1000 Maiores Empresas do Brasil. SP: Editora Abril, de julho de 2016, p. 54. Na reportagem “Em busca do ajuste perdido” (Cf. *Exame*, Edição Especial 2015, p. 110-115), do jornalista Patrick Cruz, metade dos 120 dirigentes de grandes empresas ouvidos por Melhores e Maiores, de maio a junho de 2015, para conhecer seus prognósticos para a economia e as alternativas que eles têm para que suas próprias companhias continuem a crescer, disse que “está demitindo e adiando investimentos” (p. 112-113). O enfraquecimento da economia atrapalha a arrecadação: segundo os dados da Receita Federal, de janeiro a abril as receitas do governo foram 4,4 % menores do que no mesmo período de 2014 (p. 114).

³⁶ Cf. *Exame*, Edição Especial 2015, Melhores e Maiores: As 1000 Maiores Empresas do Brasil. SP: Editora Abril, de julho de 2015, p. 70.

tadas pelos negócios no Brasil em um ano marcado por restrição ao crédito, inflação alta e desemprego crescente).

Outro dado relevante da pesquisa, diz respeito a diversificação dos negócios, que segundo Melhores e Maiores, podem fazer a diferença para a rentabilidade. Os grandes conglomerados brasileiros, espécie de “elite da elite” empresarial do país – lucraram menos, é verdade, mas escaparam do vermelho (Idem). Para *Exame*, o destaque “positivo” ficou para os conglomerados do setor financeiro, os mais lucrativos do país. Das cinco posições no *ranking*, três são ocupadas por bancos – Itaú Unibanco Holding com receita de quase R\$ 54 bilhões, seguido do Bradesco (R\$ 45 bilhões, sendo que das dez empresas que mais aumentaram a receita no ano, cinco também são bancos).³⁷

O quadro abaixo ajuda a ilustrar o poderio econômico da “elite da elite” brasileira em 2014, apesar da crise, que inclui no *ranking* o Grupo Globo da família Marinho, único grande grupo de comunicação brasileiro dentre os grupos de mídia, que sempre aparece no topo das pesquisas. Principais controladas e coligadas do Grupo Globo: TV Globo, Globosat Programadora, Editora Globo, Video Som, Zap Empreendimentos Imobiliários. (Quanto a participação dos principais acionistas no total do grupo não foi informado). Lembramos que em 2014, o Grupo Marinho ocupou a 28ª colocação no *ranking*, com lucro legal de US\$ 773, 3 bilhões e patrimônio legal de US\$ 3, 6 bilhões (vendas líquidas, respectivamente, de R\$ 17, 5 bilhões ou US\$ 5, 8 bilhões).

A seguir, *Exame* lista os 200 maiores grupos do país, trazendo um perfil dos maiores grupos privados com atuação no país, classificados por vendas líquidas, destacando que, juntos, eles tiveram receita de US\$ 720 bilhões em 2015, mantendo 2,9 milhões de empregos. Os lucros alcançaram US\$ 9 bilhões, uma redução de 71% em relação ao valor do ano anterior. ³⁸ Para efeitos de nosso estudo, apresentamos

³⁷ Cf. *Exame*, Edição Especial 2015, op. cit, de julho de 2015, p. 70.

³⁸ Cf. *Exame*, Edição Especial 2016, Melhores e Maiores: As 1000 Maiores Empresas do Brasil. SP: Editora Abril, de julho de 2016, p. 219-227.

por ordem de classificação apenas os cinco maiores, incluindo o Grupo Globo da família Marinho (35ª colocação), que, como já dissemos, aparece em todos os levantamentos referentes às mil maiores empresas do país, sendo que três são bancos, incluindo o Banco Santander (5º no *ranking*).³⁹

O *ranking* mostra a evolução da receita líquida de venda em reais, descontada a inflação média apontada pela variação do IPCA-IBGE. As vendas líquidas são calculadas pela diferença aritmética entre o valor das vendas brutas, deduzidos os abatimentos e as devoluções, e os impostos sobre vendas.

Tabela 1 – Os 200 maiores grupos privados nacionais por vendas líquidas em 2015

Ordem por receita líquida	Grupo Privado Sede no Brasil	Setores de atuação e participação de cada um no total da receita do grupo	Vendas Líquidas – Em R\$ mil e em US\$ mil	Lucro Legal+ Em US\$ mil	Patrimônio Legal++ Em US\$ mil
1	Itaú Unibanco Holding São Paulo (SP)	Financeiro	209.603.947 53.678.536	6.073.526	27.714.012
2	Bradesco Osasco (SP)	Financeiro	191.333.423 48.999.545	4.429.394	22.869.730

³⁹ Cf. *Exame*, Edição Especial 2015: Melhores e Maiores: As 1000 Maiores Empresas do Brasil. SP: Editora Abril, de julho de 2015. Vide Critérios Indicadores, p. 166-168, que informa que os valores usados nesta edição são expressos em reais de dezembro de 2014, sendo que a conversão para dólares foi feita excepcionalmente, com a taxa do fim de abril de 2015 (p. 166). As empresas que não publicaram demonstrações contábeis com correção monetária integral tiveram suas vendas atualizadas por Melhores e Maiores. (Os valores foram convertidos para moeda com poder aquisitivo de 31 de dezembro de 2014), p. 167.

3	J&F Investimentos	Bens de Consumo; papel e celulose; financeiro; outros.	177.747.843 45.520.345	1.354.524	8.516.479
4	Odebrecht/ ODBinv Salvador (BA)	Ind. de Construção; química e petroq.; transporte; outros.	137.510.254 35.215.697	NI*	NI
5	Santander (SP) Espanhol	Financeiro	96.976.376 24.835.171	1.841.222	14.539.849
35	Organizações Globo** Rio de Janeiro (RJ)	Comunicação e Gráfica	17.485.593 4.477.974	764.830	2.410.501

Fonte: Organizado pelo autor com base nos dados da pesquisa da revista *Exame*, Edição Especial 2016.

Obs.: *NI = dado não fornecido. **Apesar de trabalharmos com a denominação Grupo Globo da família Marinho, neste tipo de publicação se utiliza o nome das empresas, que, segundo *Exame*, "é o nome mais conhecido da empresa, que nem sempre coincide com sua razão social" (Cf. *Exame*, Edição Especial 2015, p. 168). No final de cada edição, o leitor encontra a informação mais detalhada, contando com duas entradas: uma pelo nome mais conhecido e outra pela razão social. Mas em nenhum momento a revista define o que chama por "grupo econômico"; o mesmo vale para o *ranking* do jornal *Valor Econômico*. +Lucro líquido legal: É o resultado nominal do exercício, apurado de acordo com as regras legais (sem considerar os efeitos da inflação), depois de descontados o imposto de renda e a contribuição social, e ajustados os juros sobre o capital próprio, se considerados despesas financeiras. (Idem). ++Patrimônio líquido legal: É a soma do capital, das reservas e dos ajustes de avaliação patrimonial, menos a soma do capital a integralizar, das ações em tesouraria e dos prejuízos acumulados, sem considerar os efeitos da inflação. (Mede a riqueza da empresa, embora distorcida pela ausência de correção monetária desde 1996), p. 168.

Sintomas da crise: endividamento e pedido de socorro

Segundo o jornal *Valor Econômico*, na matéria intitulada "Impacto profundo nos balanços", do jornalista Felipe Datt, em 2015 houve índices altos de inadimplência, endividamento e de pedidos de recuperação judicial com marcas negativas sem precedentes na economia.

“2015 foi um ano para esquecer.⁴⁰ Ainda de acordo com *Valor*, na série histórica desde 1999, esta é a terceira vez em que o resultado do lucro somado das companhias é negativo – e nunca, nesse período, o prejuízo foi tão grande: R\$ 81, 6 bilhões, uma queda de 209%. O resultado final foi um recuo de 3,8% na atividade econômica no ano de 2015, o pior desempenho desde 1990. O dado preocupante de Valor 1000 é o que aponta para a variação de 27,7% no endividamento oneroso, que inclui as dívidas bancárias das companhias, para um total de R\$ 1,89 trilhão.

Os vilões estão na ponta da língua: de um lado, os juros altos, que elevaram os custos de captação e de pagamento das dívidas. De outro, o câmbio fortemente depreciado, que atingiu empresas importadoras ou que tomaram recursos em moeda estrangeira nos últimos anos para efetuar investimentos. Na prática, se em 2014 as empresas geraram quase duas vezes os recursos necessários para arcar com suas despesas financeiras, em 2015 essa relação não chegou a uma vez.⁴¹ Em 2015, o recuo do PIB foi de 3,8 %, o maior m 25 anos. “O tombo em 2016 já é garantido”, de acordo com o boletim Focus, do Banco Central (BC).⁴²

Cenário que engloba crise financeira da mídia

Este cenário pode explicar a crise financeira no ramo de mídia em 2015-2016, cujos indicadores levaram muitas empresas a decretar falência e entrar com o pedido de recuperação judicial, como o Grupo Abril, posteriormente vendido. Reproduzimos alguns desses cenários:

⁴⁰ Cf. *Valor Econômico*, Edição Especial 2016/ 1000 Maiores Empresas, nº 16, ano 16, set. 2016, p. 22-38.

⁴¹ Cf. *Valor Econômico*, Edição Especial 2016, op. cit, set. 2016, p. 28. “Há relevantes empresas no Brasil cuja moeda funcional é o dólar, produzindo um efeito contábil de crescimento de ativos quando divulgados os balanços em reais. A Embraer é um exemplo”, diz João Machado, da Serasa Experian). (Perfil mais exportador, como a Embraer, que tem 90% da receita obtida lá fora, p. 42).

⁴² Cf. *Valor Econômico*, Edição Especial 2016, op. cit, set. 2016, p. 38, que na matéria “Primeiros sinais de lenta recuperação”, do mesmo repórter jornalista Felipe Datt, considerando que o país “ainda demore três ou quatro anos para levar o PIB a patamares anteriores à crise”.

(a) “A maior crise da história econômica do Brasil”, de acordo com a matéria intitulada “A ordem é não perder receita”, da jornalista Márcia R. Corradini de Valor, que afirma que “as incertezas exigem calibragem nos ajustes para evitar a tomada de mais crédito para capital de giro”.⁴³

Segundo a matéria, a calibragem é entre um mercado doméstico reprimido e um câmbio flutuante, o que faz com que nenhuma empresa pode se dar ao luxo de perder a mínima fatia de vendas, nem interna, nem externamente. A ordem do dia é: mitigar qualquer risco potencial de novas perdas de receita. Isso porque a necessidade de capital de giro já levou a maioria das empresas a negociar, no limite extremo, a tomada de mais crédito com seus parceiros financeiros.

(b) A questão do recuo brutal na oferta de crédito está no centro das preocupações. Após série de ajustes, desde 2014, para maior eficiência operacional, com grande impacto em dívidas trabalhistas e tributárias, a emergência é a recuperação do fôlego financeiro das empresas.

Há um represamento muito grande de crédito nos bancos que operam no país. Os riscos de estrangulamento financeiro, com o descompasso do mercado e receita frente a compromissos tributários, trabalhistas e amortização de dívida, cujo ápice, acredita-se, já ocorreu no primeiro semestre de 2016, são os maiores já vistos no Brasil. Especialmente nas empresas de porte médio e/ou de controle familiar (caso da RBS e do Grupo Abril).⁴⁴

⁴³ Cf. *Valor Econômico*, Edição Especial 2016/ 1000 Maiores Empresas, nº 16, Ano 16, set. 2016, p. 50-54.

⁴⁴ Cf. *Exame. Com.*, “Como fica o Grupo Abril após o pedido de recuperação judicial”, 15 de agosto de 2018. Para atacar os problemas que afetam o negócio, a família Civita, controladora do Grupo Abril, contratou a consultoria internacional Alvarez & Marsal, especializada em reestruturação organizacional. O executivo Marcos Haaland, sócio da consultoria Alvarez & Marsal, assumiu a presidência executiva do Grupo Abril em 19 de julho de 2018. Com larga experiência em casos complexos de reestruturação financeira e operacional, ele atuou em projetos de renegociação de dívidas e melhoria de desempenho de empresas de diversos setores. Na Abril, Haaland e sua equipe já implementaram medidas de redução de despesas, que incluíram a diminuição do quadro de funcionários e a interrupção da publicação de algumas revisas, entre ou-

(c) E, por isso, justamente, o “middle market” é que catapultou a contratação de especialistas e consultorias para “profunda revisão da lição de casa” (caso da RBS em 2014), antes de procurar os credores para a renegociação das dívidas ou atrair um novo sócio ou fundo de investimento. Ao lado da reorganização administrativa e financeira em si, que tem levado empresas a alienar ativos e partes do negócio – mesmo com preços aviltados num mercado francamente ofertante – para reforçar o caixa, o momento crítico torna imprescindível a revisão estratégica de longo prazo para cada área de atuação da companhia. A questão prioritária é saber quais as chances de sobrevivência de cada produto ou serviço. Mesmo porque as novas tendências mundiais da era digital tornaram muitos negócios obsoletos, e os momentos críticos da economia só aceleram a mortalidade desse tipo de operação.⁴⁵

(d) De acordo com matéria de Valor, intitulada “Pedido de socorro não é vergonha”, da jornalista Márcia R. Corradini, de janeiro a julho de 2016, 925 empresas conseguiram nos tribunais mais prazo para quitar suas dívidas – 145 delas são de grande porte. Podemos incluir aí o Grupo Abril.⁴⁶ De acordo com a matéria, entre mortos e feridos, das cerca de 8 milhões de empresas em operação no país, 4, 45 milhões tiveram o nome negativado por dívidas vencidas e não pagas, que no final de junho de 2016 somavam R\$ 106, 6 bilhões, de acordo com os dados da Serasa Experian.

Segundo Luiz Rabi, economista-chefe da entidade, “o ano de 2016 deverá fechar como o pior da histórica para as companhias do país, porque os dados de inadimplência continuam crescendo”, e “a nossa expectativa é que somente em 2017 haverá uma estabilização”. De janeiro a julho de 2016, em torno de 1.098 empresas entraram com

tras iniciativas. Fonte: exame.abril.com.br/negocios/como-fica-abril-recuperacao-judicial/. Acesso em: 15 ago. 2018.

⁴⁵ Cf. *Valor Econômico*, Edição Especial 2016/ 1000 Maiores Empresas, nº 16, Ano 16, set. 2016, p. 54.

⁴⁶ Cf. *Valor Econômico*, Edição Especial 2016/ 1000 Maiores Empresas, nº 16, Ano 16, Setembro 2016, p. 58-60.

pedidos de recuperação judicial, após acertarem um plano em um prazo de pagamento com seus credores, sendo que das 925 que formalmente estão em recuperação judicial, 145 delas têm faturamento acima de R\$ 700 milhões por ano, ou seja, são companhias de grande porte.

Resumo da ópera: “Estudo da Accenture Strategy com base nos balanços das companhias abertas listadas no IbrX-100 – com exceção dos bancos, Vale, Petrobras e Gerdau – mostrou que no ano de 2015, enquanto o lucro caiu 47%, para R\$ 26,4 bilhões, as dívidas cresceram 27%, para R\$ 439 bilhões”.⁴⁷

Os vínculos políticos de Sanchez com FHC

Sanchez não é filiado a nenhum partido. Mas construiu os seus vínculos políticos com o PSDB de Fernando Henrique Cardoso (FHC), sendo Conselheiro do Instituto de Estudos para o Desenvolvimento Industrial (IEDI), sediado em São Paulo, e com vínculos com os tucanos.⁴⁸ Foi beneficiado pela Lei dos Genéricos durante a gestão do então ministro da Saúde José Serra (PSDB-SP), no final dos anos 1990. Por essa razão, foi apelidado pela mídia pelo acróstico “Empresa do Ministro Serra”⁴⁹, numa alusão à farmacêutica EMS. Em 2002. “surgiram denúncias de que o empresário valeu-se dos préstimos de Jorge Negri, irmão do então ministro da Saúde, Barjas Negri, para acessar importantes gabinetes

⁴⁷ Cf. *Valor Econômico*, Edição Especial 2016/ 1000 Maiores Empresas, nº 16, Ano 16, Setembro 2016, p. 69. (Cf. “A Espera do momento da virada”, do jornalista de Valor Luiz Sérgio Guimarães, que destaca na matéria que a “qualidade do ajuste dará o tom da retomada”, e a “estratégia é cuidar do caixa e alongar dívidas”, p. 68-72).

⁴⁸ Cf. IEDI, Edição nº 621, “O Segredo do Investimento – Entrevista com Carlos Sanchez da EMS”, 25/4/2014. Na longa e inédita entrevista concedida pelo dono do Grupo NC, o presidente da EMS, empresário e Conselheiro do IEDI, Carlos Sanchez, afirma que “o segredo do crescimento e do sucesso empresarial reside no investimento”.

⁴⁹ Cf. *Valor Econômico*, “O quase ‘rei’ dos genéricos enxerga longe”, 8/1/2011, afirmando que “Carlos Sanchez herdou de seu pai o laboratório EMS aos 26 anos de idade e construiu um império.” Fonte: www.pressreader.com/brazil/valorecon%C3%B4mico/20110801/281908769815756. Acesso em: 26 out.18.

da República, inclusive, ou principalmente, na própria Pasta”.⁵⁰

O fato é que o empresário goza de ótimo trânsito entre políticos e autoridades em Brasília⁵¹, pois “sua circulação entre veias e artérias do poder é outro ponto que gera burburinhos da concorrência, notadamente entre os laboratórios internacionais”.⁵² Portanto, Jorge Negri teria sido responsável também por garantir a presença de diversas autoridades do governo tucano na inauguração da fábrica da EMS em Hortolândia (SP).⁵³ Naquele momento, a célere escalada de Carlos Sanchez e da EMS já chamava a atenção no setor. Em 2002, dois anos após o governo autorizar a produção de medicamentos genéricos no País, a empresa já fabricava 95 biossimilares. O segundo, a Eurofarma, somava então 62 remédios sem patentes.⁵⁴ “Sanchez reagiu ao episódio como

⁵⁰ Cf. Portal iG São Paulo, “Os 60 mais poderosos do País”, 7/3/2016, acrescentando que Sanchez, no comando da EMS, foi o primeiro laboratório nacional a produzir medicamentos genéricos no Brasil. A matéria lembra que o filho do dono de uma modesta farmácia na cidade de Santo André (SP), curiosamente chamada de Farmácia Santa Catarina, “construiu um império e se tornou o magnata dos medicamentos genéricos no Brasil”, com o Grupo NC ocupando a posição 52º no ranking dos 60 grupos mais poderosos do País.

⁵¹ Cf. Revista *Exame*, Tatiana Bautzer, “Menos briga, mais ciência na EMS”, de 3 de outubro de 2013, destacando que “Carlos Sanchez colecionou desafetos para fazer da EMS a maior fabricante de remédios nacional. Agora, ele investe como nunca para mostrar que também pode inovar”. Importante destacar que durante o governo de Dilma Rousseff, Sanchez era o único representante do setor farmacêutico no Conselho Nacional de Ciência e Tecnologia, que tinha contato direto com a presidente, criticado pela concorrência, que afirmava que a preferência “deveria ser dada a laboratórios reconhecidamente inovadores — o que não é o caso da EMS. Pelo menos, não foi até agora” Fonte: exame.abril.com.br/revista-exame/menos-briga-mais-ciencia/. Acesso em: 26 out. 18.

⁵² Cf. Portal iG São Paulo, “Os 60 mais poderosos do País”, 7/3/2016.

⁵³ Cf. Valor, “O quase ‘rei’ dos genéricos enxerga longe”, 8/1/2011, afirmando que Carlos Sanchez herdou de seu pai o laboratório EMS aos 26 anos de idade e construiu um império, 8/1/2011. Fonte: www.pressreader.com/brazil/valorecon%C3%B4mico/20110801/281908769815756. Acesso em: 26 out. 18. Em 1999, a EMS inaugurou em Hortolândia um complexo industrial de medicamentos. Três anos depois, o centro de pesquisa e desenvolvimento (P&D) do grupo começou a operar no mesmo local. É dali que a EMS trabalha no desenvolvimento das moléculas para compor a versão genérica de seus produtos.

⁵⁴ Fonte: mundodasmarcas.blogspot.com/2008/11/ems.html. Acesso em: 26 out. 18. A EMS, maior laboratório farmacêutico brasileiro e com capital 100% nacional, pos-

uma divisão panzer”, na época, ao ser questionado pela imprensa sobre o número de viagens que havia feito a Brasília na companhia de Jorge Negri, foi curto e grosso: “Estive uma p... de vezes”⁵⁵.

Era estimado que até 2003 a participação dos genéricos atingisse a um terço do mercado e, com isso, seu faturamento poderia saltar para R\$ 1,6 bilhão de dólares⁵⁶. Segundo a reportagem de *Veja*, “na disputa por esse filé, já existe um campeão: o laboratório EMS, cuja sede fica em Hortolândia, no interior paulista”. Segundo dados oficiais do Ministério da Saúde, “dos 574 genéricos já autorizados a circular nas farmácias brasileiras, o EMS é o fabricante de 95. Essas são as informações públicas e oficiais sobre o assunto.”⁵⁷ De acordo com a revista da Abril, “o que quase ninguém sabe é que nesse mercado circula um personagem polêmico. Chama-se Jorge Negri, 43 anos. Ele é irmão do atual ministro da Saúde, Barjas Negri. Jorge Negri já teve vínculos com o laboratório EMS, o campeão nacional do pedaço”⁵⁸, afirma *Veja*.

Há três anos, quando o EMS estava para inaugurar uma fábrica em Hortolândia, Jorge Negri foi genericamente acionado para atrair autoridades tucanas à festa. Nessa missão, ele levou o empresário Carlos Sanchez, dono do EMS, para encontros importantes. Em São Paulo, abriu as portas do gabinete do então governador Mário Covas e de seu vice, Geraldo Alckmin. Segundo *Veja*, “em Brasília, foi com Sanchez ao gabinete de seu irmão, Barjas Negri, na época secretário executivo do

sui cinco complexos industriais estrategicamente localizados em São Bernardo do Campo, Hortolândia (região metropolitana de Campinas, no estado de São Paulo, onde está instalado também seu Centro de Pesquisa & Desenvolvimento), em Manaus (AM), Brasília (DF) e Jaguariúna (SP). Os produtos são comercializados no mercado nacional e em outros 40 países na Europa, África, Ásia, América Latina e Oriente Médio. Com mais de 7 mil trabalhadores, a EMS é a empresa farmacêutica líder no Brasil há dez anos consecutivos, tanto em unidades comercializadas (mais de 1 bilhão) quanto em faturamento (estimado em R\$ 4 bilhões).

⁵⁵ Cf. Portal iG São Paulo, “Os 60 mais poderosos do País”, de 7/3/2016.

⁵⁶ Cf. *Veja*, Alexandre Oltramari, O laboratório campeão de genéricos, 25/5/2002.

⁵⁷ Idem.

⁵⁸ Idem.

Ministério da Saúde. No auge de seu trabalho, Jorge Negri conseguiu marcar uma audiência de Carlos Sanchez com o então ministro da Saúde José Serra, hoje candidato à sucessão de Fernando Henrique Cardoso. A festa de inauguração foi um sucesso”.⁵⁹

Na ocasião, Jorge Negri tornou-se amigo do maior empresário de genéricos do país. Nas frequentes idas de Carlos Sanchez a Brasília, Jorge Negri acompanhou-o em algumas oportunidades.⁶⁰ Segundo *Veja*, “o empresário faz questão de esclarecer, no entanto, que as visitas a Brasília com o irmão do atual ministro foram sempre para tratar, especificamente, da tal festa de inauguração em Hortolândia, e não por quaisquer outros motivos genéricos – mas até hoje o empresário telefona para Jorge Negri pedindo conselhos”.⁶¹

Veja publicou o diálogo entre os dois. Conforme conta Jorge Negri:

Ele liga pra mim e diz assim: “Jorginho, você sabe como eu faço isso, como eu faço para conseguir?”. Mais nada. A gente só troca ideia por telefone. Não sou funcionário dele, conta Jorge Negri.

Na sua fala, o empresário Carlos Sanchez confirma a conversa, inclusive, citando honorários a Negri. “Ele abriu as portas. Eu nunca tinha feito uma festa de vulto. Não tinha entrosamento político”, conta Sanchez, falando sobre a inauguração da fábrica em Hortolândia. E completa: “Não fiz contrato. Foi informal. Eu dei um presente a ele na ocasião. Um presente em dinheiro. Acho que foram uns R\$ 2.000.”⁶²

⁵⁹ Cf. *Veja*, Alexandre Oltramari, O laboratório campeão de genéricos, 25/5/2002.

⁶⁰ Idem.

⁶¹ Cf. Idem, destacando que Barjas Negri lembra-se de ter recebido o empresário, levado por seu irmão, mas também diz que foi para falar da festa de Hortolândia. “Não acredito que meu irmão faça lobby. Não tenho conhecimento disso”, afirma o ministro.

⁶² Cf. *Veja*, Alexandre Oltramari, O laboratório campeão de genéricos, 25/5/2002. *Veja* teve acesso ao conteúdo de uma fita cassete em que se ouviu um diálogo. Segundo *Veja*, “de um lado da linha está o diretor da Anvisa, Luiz Felipe Moreira Lima. A conversa ocorreu há cerca de dez dias. Existem trechos curiosos. Num deles, perguntado se Jorge Negri faz lobby para laboratórios, Moreira Lima responde o seguin-

O nascimento do Grupo NC

Portanto, a EMS começou a ganhar projeção nacional no fim dos anos 1990, com a aprovação da Lei dos Genéricos, em 1999.⁶³ Os empreendimentos de Sanchez tiveram grande impulso com o aporte do Estado, inclusive a fundo perdido, como fica em claro em suas declarações. “É importante. Nós temos a maior verba da Finep. Nós temos quase R\$ 500 milhões de financiamento da Finep. O último projeto agora tem R\$ 300 milhões aprovados, já liberaram para mim R\$ 150 milhões e ainda tem 150 milhões a mais pela frente. E já tive um financiamento anterior de R\$ 180 milhões. Eu tenho incentivo do BNDES”.⁶⁴ Completa Sanchez, afirmando que “então, qual é o gargalo do Brasil hoje em dia? É esse. Não é dinheiro porque tem dinheiro no BNDES que você não consegue sacar porque não consegue fazer o produto. Por exemplo, eu tenho um projeto aprovado pela Finep e pelo BNDES de R\$ 10 milhões

te:’ É. Disso não há dúvida. Ele vai lá, ciceroneia. Mas o que ele faz na hora que entra na sala e vai conversar, isso eu não sei”. Em outro trecho da gravação, de acordo com *Veja*, “ao ser questionado sobre se o irmão do ministro seria sócio do laboratório EMS, o diretor da Anvisa é cuidadoso. ‘Não, atuar assim como dono, isso eu não sei, não. E atuar como lobista? ‘Isso é óbvio. Ele vai lá na Vigilância (refere-se à Anvisa) para reunião com empresário. Isso faz parte do trabalho dele, entendeu? É um trabalho de intermediação, né?’”

⁶³ Cf. *Valor Econômico*, “O quase ‘rei’ dos genéricos enxerga longe”, 8/1/2011, destacando a fala de um empresário do setor que critica o *modus operandi* do Carlos Sanchez. Segundo o Portal IG São Paulo, “de fato, não são poucos os que se incomodam com a forma como o empresário guia a EMS entre retas e gincanas”. A contudente política de preços mantida pela companhia é constante alvo de críticas no setor. O mesmo se aplica à estratégia de guerra montada por Sanchez para produzir medicamentos sem patentes. “Na EMS, o departamento jurídico e o laboratório de pesquisas são operações xifópagas”, completa o Portal IG. (Cf. Cf. Portal iG São Paulo, Entenda o *ranking* “Os 60 mais poderosos do País: Carlos Sanchez”, 7/3/2016). Fonte: www.pressreader.com/brazil/valorecon%C3%B4mico/20110801/281908769815756. Acesso em: 26 out. 2018.

⁶⁴ Cf. IEDI, Edição nº 621, “O Segredo do Investimento – Entrevista com Carlos Sanchez da EMS”, 25/4/2014. Apesar de criticar a Anvisa, o dono da EMS reforça a importância do governo no crescimento de suas empresas, destacando: “O dinheiro do governo para incentivo é importante. Só falta combinar com a Anvisa. O resto tem. Tem dinheiro, tem Ministério da Ciência e Tecnologia querendo desenvolver, mas não tem a Anvisa. Eu tenho dinheiro, mas não tenho aprovação do protocolo clínico para gastar o dinheiro. Então no nosso caso, não falta a presença do governo.

para usar a fundo perdido, mas eu não consigo sacar porque não consigo aprovar o estudo clínico na Anvisa.⁶⁵

Por último, lembramos que o dono do Grupo NC também foi beneficiado pelos incentivos fiscais em Manaus, onde tem algumas de suas fábricas. De acordo com matéria do Jornal *Valor Econômico*, “serão quase R\$ 400 milhões para construir três novas fábricas para fazer frente à concorrência e à crescente demanda por medicamentos.”⁶⁶ Sobre os benefícios fiscais, a reportagem de Valor destaca que “a primeira delas [fábrica] será erguida em Manaus, na região da Zona Franca, beneficiada pelos subsídios do Estado, com aportes de R\$ 180 milhões. A estratégia é avançar no Norte do país e penetrar em todos os grotões onde a EMS ainda não conquistou.”⁶⁷

Foi justamente durante a inauguração de uma das suas novas unidades em Manaus, que Sanchez fez o anúncio oficial da criação do Grupo NC, que passou a ser o dono da RBS em Santa Catarina. O Grupo NC nasceu em 25 de agosto de 2014, com sede em São Paulo, cujo anúncio foi feito por Sanchez, presidente do conselho de administração da farmacêutica EMS.⁶⁸ Portanto, o Grupo NC passou a abarcar todos os negócios da companhia, incluindo a operação dos veículos de comu-

⁶⁵ Cf. IEDI, Edição nº 621, “O Segredo do Investimento – Entrevista com Carlos Sanchez da EMS”, 25/4/2014, ao falar sobre a necessidade de ter uma mudança institucional relevante por parte dos estudos clínicos na Anvisa para que esse setor possa pensar em ter uma fase mais avançada em inovação.

⁶⁶ Cf. *Valor Econômico*, “O quase ‘rei’ dos genéricos enxerga longe”, 8/1/2011,

⁶⁷ Cf. *Valor Econômico*, “O quase ‘rei’ dos genéricos enxerga longe”, 8/1/2011, completa a reportagem, afirmando que “apenas nesse local deverão ser fabricados 1,5 bilhão de comprimidos por mês. O terreno já foi adquirido e as obras deverão começar até o fim do ano.”

⁶⁸ Cf. Revista *Exame*, Mônica Scaramuzzo, do Estadão Conteúdo, “EMS cria grupo para concentrar novos negócios”, 26/8/2014, informando que “os ativos farmacêuticos, composto pelas empresas EMS, Germed, Legrand e Novamed, além de CPM e Natures, está agora sob o guarda-chuva do NC Farma”. Segundo a matéria, a nova unidade inaugurada na zona Franca recebeu investimentos de R\$ 385 milhões. A fábrica terá capacidade de produção para 1,5 bilhão de comprimidos por mês. Fonte: exame.abril.com.br/negocios/noticias/ems-cria-grupo-para-concentrar-novos-negocios. Acesso em: 7 mar. 2016.

nicação adquiridos da família Sirotsky, e terá quatro frentes de negócios. Os ativos farmacêuticos, composto pelas empresas EMS, Germed, Legend e Novamed, além de CPM e Natures, está agora sob o guarda-chuva do NC Farma, além das empresas de comunicação. A EMS, que era a holding para as empresas do grupo, tem sob seu controle ainda a Brace Pharma, sediada em Maryland, nos EUA.⁶⁹

Zona Franca de Manaus berço político de Parisotto

Como sabemos o presidente do Conselho de Administração do conglomerado Videolar-Innova e segundo suplente de senador (MDB-AM), o empresário gaúcho Lírio Parisotto, era membro da Fundação Amazonas Sustentável, entidade sem fins lucrativos que tinha por objetivo angariar fundos para financiar alguns dos projetos lançados pelo governo do estado na época de Eduardo Braga (MDB-AM), então senador, e presidida pelo ex-ministro da Indústria, Comércio e Desenvolvimento do governo FHC, Luiz Fernando Furlan.⁷⁰

⁶⁹ Cf. Revista *Exame*, Mônica Scaramuzzo, do Estadão Conteúdo, “EMS cria grupo para concentrar novos negócios”, 26/8/2014. A Brace é o braço internacional da farmacêutica, que recentemente anunciou duas parcerias – uma com o laboratório francês BioAlliance e o outro com a Iroko Pharmaceutical, dos EUA, para licenciamento de medicamentos inovadores para serem comercializados no Brasil. Além da NC Farma, foram criadas a NC Invest, que buscará novos investimentos, e a NC Par, que terá agregará empresas na qual o grupo já tem participação acionária, caso da Bionovis, joint venture entre EMS, Aché, Hypermarcas e União Química para produzir biossimilares. Os negócios de incorporação imobiliária ficam a cargo abaixo da ACS.

⁷⁰ A Fundação Amazonas Sustentável era composta pelos seguintes membros: Eduardo Braga – Governador do Amazonas (então, senador); Luiz Fernando Furlan – Presidente da Fundação Amazonas Sustentável e ex-ministro do Desenvolvimento; Márcio Cypriano – Presidente do Banco Bradesco; Lírio Parisotto – Presidente do Conselho de Administração da Videolar; Phelippe Daou – Diretor-presidente da Rede Amazônica de Rádio e Televisão; Flávia Grosso – Superintendente da Suframa; Denis Minev – Secretário de Planejamento do Amazonas; Adalberto Val – Diretor do INPA; Carlos Nobre – Diretor do INPE; Jaques Marcovich – Diretor da USP; Manoel Cunha – Presidente do Conselho Nacional de Seringueiros; Estevão Tucano – Dirigente da Coordenação das Organizações Indígenas do Amazonas, e Mário Mantovani – Presidente do SOS Mata Atlântica. Fonte: epocanegocios.globo.com/Informacao/Acao/noticia/2014/10/aquisicao-da-petroquimica-innova-pode-custar-ate-r-127-bilhao-videolar.html. Acesso em: 10 out. 2018.

Foi numa dessas viagens a Manaus, que “o político mais rico do Brasil e rei dos acrílicos poliestirenos no AM”, como é conhecido na Zona Franca, parece demonstrar desenvoltura e intimidade no trato com a cúpula do PSDB, seguindo o mesmo exemplo do sócio Carlos Sanchez.⁷¹ Apesar de não aparecer na foto, o ex-presidente FHC embarcou neste voo rumo a capital amazonense no jato particular de Parisotto para participar do Fórum Amazonas Sustentável, presidido por Furlan, juntamente com seu filho Paulo Henrique Cardoso, José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o ex-diretor do Banco Central, Nelson Carvalho, e o presidente de honra da Rede Accor no Brasil, Firmin Antonio.⁷²

Não é por acaso que “o ano de 2002 marca assim a largada da Videolar no setor petroquímico”, período que coincide com o governo FHC, algo almejado desde 1995, a partir da ampliação de uma petro-

⁷¹ Cf. Zero Hora, Nilson Mariano e Simone Kafruni, “Como vive o gaúcho que acumulou uma fortuna de US\$ 2,4 bilhões”, 8/4/2012, matéria que se tornou famosa, não somente em razão das circunstâncias em que foi redigida, mas, sobretudo, em função dos personagens envolvidos, a exemplo do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso (FHC). Ela traz uma foto emblemática na qual Parisotto aparece no interior de seu jato particular, em primeiro plano, bebendo champanhe, na companhia do ex-presidente FHC, do ex-ministro Furlan e José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, o ex-poderoso executivo da Rede Globo de Televisão, sócio da TV Vanguarda, com sede em São José dos Campos (SP), afiliada da Rede Globo na região do vale do Paraíba e litoral norte de São Paulo, que transmite a programação da TV Globo para mais de 50 cidades. Fonte: zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/economia/noticia/2012/04/como-vive-o-gaucha-que-acumulou-uma-fortuna-de-us-2-4-bilhoes-3719028.html. Acesso em: 7 mar. 2016.

⁷² Cf. Zero Hora, Nilson Mariano e Simone Kafruni, “Como vive o gaúcho que acumulou uma fortuna de US\$ 2,4 bilhões”, 8/4/2012, que, de acordo com a matéria, pouco antes de aterrissar em Manaus, “Lirio estava servindo champanhe Dom Perignon aos seus ilustres convidados, a bordo do [jato] Sovereign, onde foi o único a tirar os sapatos italianos, confortável na posição de dono do luxuoso jatinho, com largas poltronas de couro”, informando o valor de cada garrafa: “Cada Dom Perignon custa cerca de R\$ 800”. O clima de descontração e amizade entre os convivas durante o voo pode ser sintetizado na fala do ex-ministro Furlan, quando faz questão de comentar aos repórteres sobre a origem humilde do anfitrião bilionário gaúcho: “O mais curioso no Lirio é que, mesmo depois de enriquecer e de se transformar um empresário poderoso e em um grande investidor, ele nunca esqueceu as origens. Fala com o sotaque da roça, é muito direto e objetivo. Um fofoqueiro de primeira”, diz Furlan.

química que é parte do grupo e produz resinas em Manaus.⁷³ A unidade foi construída em 2002 para, inicialmente, fornecer plástico à Videolar e, eventualmente, vender o excedente a outras indústrias de eletrônicos da Amazônia.⁷⁴

Mas a mudança estratégica mais importante da Videolar, fundada em 30 de junho de 1988 pelo empresário Lírio Parisotto na cidade de Caxias do Sul (RS), foi a compra da petroquímica Innova S.A. da Petrobrás em 2014, localizada em Triunfo (RS), e desta maneira sua denominação passou para Videolar-Innova,⁷⁵ Com fundos de ações responsáveis pela maior parte do seu patrimônio avaliado em US\$ 2,4 bilhões,

⁷³ Em 2002, a Videolar inaugurou a primeira petroquímica da região Norte para produzir a resina plástica poliestireno (inicialmente com capacidade de 120.000 toneladas/ano). O poliestireno era usado como matéria-prima na fabricação dos estojos de compact discs (CDs) e videocassetes produzidos pela própria companhia, além de atender à demanda de diversos segmentos instalados no Polo Industrial de Manaus, dos eletroeletrônicos e eletrodomésticos (gabinetes em geral, como os de aparelhos de ar condicionado, refrigeradores e TVs), materiais de escritório e escolar, além da indústria de embalagens alimentícias.

⁷⁴ Ao longo dos anos, a Videolar foi incorporando novas linhas de produtos e sua principal planta industrial foi transferida para a cidade de Manaus. Em 2012, a companhia iniciou numa fábrica de 65.000 m², em Manaus, para a fabricação dos filmes plásticos de polipropileno biorientado (BOPP), para atender às indústrias de embalagens. Ainda em 2012, Parisotto comprou a Microservice e fundiu as duas linhas de produção, criando a AMZ Mídia Industrial S.A., a maior empresa de mídias ópticas gravadas do Brasil.

⁷⁵ Em outubro de 2014, a empresa assumiu o controle da petroquímica Innova S.A., localizada em Triunfo, no Rio Grande do Sul, e desta maneira sua denominação passou para Videolar-Innova, líder brasileira do setor de poliestireno, detentora de cerca de 70% do mercado. No ano de 2016, a AMZ Mídia Industrial S.A. deixou de ser uma subsidiária e foi incorporada pela Videolar-Innova. Em abril de 2017, a Videolar-Innova deu início ao projeto de duplicação de uma de suas fábricas em Triunfo (RS), com investimento da ordem de R\$ 500 milhões, visando aumentar a sua capacidade de produção até 2019. Portanto, em 2014, a Videolar encerrou as atividades na sua área de origem, das mídias virgens e gravadas, como CDs, DVDs e fitas-cassete que era a expertise da Videolar, para se dedicar ao ramo da Innova, de produção de resinas e produtos plásticos. A Innova decolou, sendo eleita a campeã do setor de química e petroquímica do anuário as Melhores da Isto É Dinheiro de 2017, uma vez que em 2016, a Innova apresentou resultados positivos, cuja receita líquida quase que dobrou, ficando em R\$ 2,05 bilhões, ante R\$ 1,13 bilhão em 2015. (Cf. Isto É Dinheiro, "Anuário As Melhores da Isto É Dinheiro 2017: Innova em primeiro lugar em todo o país no Setor Químico e Petroquímico", 15/9/2017).

cerca de R\$ 4,3 bilhões, além de investir em imóveis, o faturamento da Videolar-Innova é resultado dos investimentos em fundos de ações – 90% nos setores de siderurgia, mineração, bancos e companhias elétricas⁷⁶ –, como acionista minoritário da Usiminas⁷⁷ e Celesc.⁷⁸

Como podemos observar, a essa aproximação antiga com o PSDB de FHC, soma-se a ligação partidária do novo dono da RBS com o ex-ministro de Minas e Energia do governo Dilma, Eduardo Braga (MDB-AM), que governou o estado do Amazonas por oito anos (2003-2010). O novo proprietário da RBS em Santa Catarina, que ficou com 25% do negócio, numa operação estimada em R\$ 700 milhões, foi um dos apoiadores da campanha de Eduardo Braga ao Senado em 2010⁷⁹, tendo sido eleito segundo suplente de senador na chapa encabeçada pela esposa do político amazonense, a empresária Sandra Backsmann Braga,

⁷⁶ Cf. Zero Hora, Nilson Mariano e Simone Kafruni, “Como vive o gaúcho que acumulou uma fortuna de US\$ 2,4 bilhões”, de 8/4/2012.

⁷⁷ Cf. Isto É Dinheiro, Milton Gamez e Carlos Eduardo Valim, “A Usiminas no ritmo de Parisotto”, 10/4/2015, destacando que “o bilionário gaúcho lidera acionistas minoritários e chega ao topo da segunda maior siderúrgica de Minas Gerais”, da qual é um dos maiores investidores, com 3,5% do capital total, através do fundo Geração L.Par, que administra na sua corretora, a Geração Futuro.

⁷⁸ Cf. Redação NT – Na Telinha, “SC: Jornalista da RIC Record divulga venda do Grupo RBS; empresa nega”, de 5/2/2016, destacando que o novo dono possui negócios em SC, como uma participação minoritária na Centrais Elétricas de Santa Catarina (Celesc Distribuição S.A.), companhia de comercialização e distribuição de energia. De acordo com matéria da jornalista Estela Benetti, do NSC Total, de 7/11/2018, intitulada “EDP faz aquisição e se torna a maior acionista da Celesc”, Parisotto continua como o maior acionista individual da estatal, “com 6,98% do capital da companhia, apesar de já ter vendido parte das ações”, que continua na gestão do governo estadual. Segundo a colunista, Parisotto sempre foi “um grande crítico da gestão da Celesc”, ficando logo atrás da multinacional EDP Energias do Brasil, controlada da EDP de Portugal, que detém 23,56% do capital total da estatal, o que significa investimento da ordem de R\$ 360 milhões na companhia.

⁷⁹ Cf. D24am, “Suplente de Braga para o Senado declara R\$ 616 milhões em bens”, 9/7/2010, afirmando que, de acordo com o site do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), “o empresário Lírio Albino Parisotto, ex-presidente da Videolar, é de longe o candidato a cargo eletivo mais rico do Amazonas. Entre as propriedades, obras de arte, ouro e motos”. Segundo a matéria, “Parisotto têm R\$ 10 milhões em quotas de ações da empresa Segurança Táxi Aéreo, empresa dona do jatinho de luxo utilizado pelo ex-governador Eduardo Braga”.

cujo mandato termina em 2019.⁸⁰ Portanto, para financiar campanhas partidárias, “Senado tem suplentes ricos”, a exemplo do bilionário da *Forbes*, Lirio Parisotto e dono da RBS.⁸¹

O controle da mídia regional

No final das contas, a venda da RBS em Santa Catarina para o Grupo NC e para o dono da Innova-Videolar, que depois abandonou a sociedade, “foi uma ótima notícia para seus compradores. Ganham os empre-

⁸⁰ Cf. O Globo.com, “Eduardo Braga tem a mulher como suplente no Senado”, 7/4/2012, destacando que o ex-governador repete uma prática típica de políticos tradicionais, tendo como primeira suplente sua mulher, Sandra Braga. Segundo O Globo, “Braga diz que esse não é o seu caso”, justificando que “escolheu a esposa para a função para evitar briga entre seus aliados pelo posto”, e também para que ela não disputasse um cargo eletivo, “o que geraria problemas em seu grupo político.”

⁸¹ Cf. O Globo.com, “Eduardo Braga tem a mulher como suplente no Senado”, 7/4/2012, informando que Parisotto declarou à Justiça Eleitoral que “tinha um patrimônio de R\$ 292,5 milhões em 2010”, destacando que “não existem doações registradas para a campanha que elegeu sua chapa para o Senado.” Na ocasião, o ex-governador Eduardo Braga justificou a escolha do dono da Innova na chapa, afirmando que “o Parisotto é o maior investidor privado do Amazonas. Ele é o maior interessado no polo industrial de Manaus.” Também a esse respeito vide matéria da rádio AC24Horas (Cf. AC24Horas, “Suplente de Eduardo Braga é o político mais rico do Brasil, revela *Forbes*”, 6/2/2014), que afirma que o dono de uma das maiores empresas instaladas no Polo Industrial do Manaus (PIM), Lirio Albino Parisotto (PMDB-AM), suplente de Eduardo Braga no Senado, “foi eleito o político mais rico do Brasil pela revista norte-americana *Forbes*: o empresário conta com uma fortuna estimada em US\$ 1,9 bilhão (algo em torno de R\$ 4 bilhões).” Sobre a matéria original da *Forbes*: Cf. Anderson Antunes, “The Richest Politicians In Brazil”, 3/2/2014, que enfatiza que “take the example of Lirio Albino Parisotto, Brazil’s richest politician with a net worth pegged by *Forbes* at US\$ 1.9 billion. Parisotto, who was elected second alternate Senator along with Eduardo Braga, a Senator currently representing the state of Amazonas, is one of largest investors in Brazil’s stock market.” Por ultimo, sobre o financiamento de suplentes milionários: Cf. O Globo.com, “Para financiar campanhas, Senado tem suplentes ricos” de 7/4/2012, acrescentando que “ter suplentes ricos que financiam parte das campanhas, cada vez mais caras a cada eleição, também é praxe no Senado.” E ainda: Cf. Revista *Época*, Leandro Loyola e Marcelo Rocha, “A riqueza dos políticos”, lembrando “os candidatos que mais enriqueceram em seus atuais mandatos, segundo um levantamento feito por *Época* a partir do patrimônio declarado ao TSE”, de 16/7/2010. Segundo *Época*, entre os quatro candidatos mais ricos estão 3 suplentes de senador, “cada um deles tem mais de R\$ 500 milhões”, citando “Lirio Parisotto (PMDB-AM), com R\$ 616 milhões”, valor declarado ao TSE, na ocasião.

sários porque amealham uma marca forte, uma estrutura consolidada e um mercado servil”.⁸² A força do Grupo RBS em Santa Catarina se traduz pelo destino de mais da metade da verba publicitária do estado, além de sua firme liderança de audiência como retransmissora da programação da TV Globo, que limitam os riscos da operação de compra.

Esses indicadores contrabalançam o fato de Santa Catarina ser um estado secundário no mercado publicitário, sendo que em 2014, o setor movimentou R\$ 1,19 bilhão (cf. Instituto Mapa/SC), ou seja, menos de 2% do PIB publicitário nacional.⁸³ Contudo, um estímulo extra para a aquisição é a vocação de Santa Catarina para a inovação. O Estado tem várias incubadoras de *startups* e centros de ensino que formam mão de obra para atuar em novas mídias, área que, para reduzir custos, os compradores querem priorizar no grupo.⁸⁴

Todos esses fatores somados, além das razões de ordem político-partidária, já mencionados anteriormente, motivaram os dois megaempresários a fechar negócio com a família Sirotsky. A NSC Comunicação nasceu no dia 15 de agosto de 2017, empresa que integra o Grupo NC e “produz conteúdo multiplataforma, levando informação e entreteni-

⁸² Cf. Sindicato dos Jornalistas de Santa Catarina – Crítica de Mídia, Rogério Christofoletti, “Quem ganha com a venda da RBS de SC?”, 7/3/2016, acrescentando que, com a venda de todas as operações da RBS no estado, “o mercado continua a ter um *player* gigante, agora com apetite renovado.” Segundo Christofoletti, “o discurso usado nesta segunda-feira foi de que nada muda, esperado para tranquilizar o mercado. Se for assim, teremos apenas a troca de letras: de RBS por NC. Se o grupo tivesse se pulverizado, poderíamos ter uma nova correlação de forças em diferentes segmentos, mas isso não se deu”. Ele lembra que estamos diante de “concorrentes fragilizados como a TV Band SC – que fechou recentemente duas sucursais no interior e atrasa salários há meses – também pouco podem fazer para reequilibrar a balança local”. O mesmo argumento pode valer para a RIC-Record e SBT, que, ao que tudo indica, não parecem ameaçar a principal afiliada de Rede Globo no estado catarinense.

⁸³ Cf. Veja, Luís Lima, “Com a RBS, dupla de bilionários abre nova frente de diversificação”, 16 de março de 2016, afirmando que “Carlos Sanchez e Lirio Parisotto, compradores da operação do grupo de mídia em Santa Catarina, fizeram da aquisição uma alternativa ao marasmo no mercado de capitais.” Fonte: veja.abril.com.br/economia/com-a-rbs-dupla-de-bilionarios-abre-nova-frente-de-diversificacao/. Acesso em: 8 ago. 2018.

⁸⁴ Cf. Veja, Luís Lima, “Com a RBS, dupla de bilionários abre nova frente de diversificação”, 16/3/2016.

mento a todos os cantos de Santa Catarina por meio de marcas reconhecidas no mercado regional e nacional. Entre elas, está a NSC TV, afiliada da Globo no estado, que também ganha uma nova identidade.”⁸⁵ A partir deste posicionamento, a NSC Comunicação estabeleceu também o seu propósito:

Produzir conteúdo que gera valor para a sociedade catarinense. Este é o norte de toda a produção de conteúdo para televisão, jornal, rádio e digital, 24 horas por dia, para todos os perfis de público. Além de estar na tela da NSC TV, este conteúdo chega ao público pelo *Diário Catarinense*, *Jornal de Santa Catarina*, *A Notícia*, *Hora de Santa Catarina*, *Atlântida*, *CBN Diário* e *Itapema*.⁸⁶

A cerimônia marcou a etapa final do processo de transição das operações do Grupo RBS em Santa Catarina ao Grupo NC, com a presença do presidente do grupo gaúcho, Eduardo Sirotsky Melzer, e do acionista Nelson Pacheco Sirotsky. Outros executivos importantes no cenário nacional da indústria da comunicação também participaram do evento, como Roberto Irineu Marinho, presidente do Grupo Globo; Carlos Henrique Schroder, diretor-geral da TV Globo; Willy Haas, diretor-geral de negócios da Globo; e Marcelo Rech, presidente da Associação Nacional de Jornais (ANJ)⁸⁷. Participaram ainda autoridades como Gilberto Kassab, ministro da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações; e Raimundo Colombo, governador de Santa Catarina. Já representando o empresariado, prestigiaram a solenidade nomes reconhecidos no cená-

⁸⁵ Cf. Redação ANJ, “NSC Comunicação chega a Santa Catarina para movimentar ainda mais o Estado”, 17/8/2017, acrescentando que o lançamento ocorreu durante a programação da NSC TV na noite de 15/8, quando o público conheceu a nova marca da emissora, juntamente com os novos slogans da NSC Comunicação – “Conteúdo que move é o que conta”, e da NSC TV – “Tudo que move a gente.” Segundo a ANJ, “simultaneamente, autoridades, empresários e formadores de opinião da sociedade catarinense se reuniram em um evento exclusivo no SC-401 Square Corporate”, em Florianópolis, antiga sede do jornal *Diário Catarinense*.

⁸⁶ Cf. Redação ANJ, “NSC Comunicação chega a Santa Catarina para movimentar ainda mais o Estado”, 17/8/2017.

⁸⁷ Idem.

rio econômico catarinense como Antônio Koerich, presidente das Lojas Koerich, e Luciano Hang, diretor-presidente da Havan.⁸⁸

Ao discursar em seu nome e também dos acionistas Marcus Sanchez e Leonardo Sanchez, o presidente do Grupo NC, Carlos Sanchez, declarou:

Este investimento que estamos fazendo no setor de mídia representa a profunda crença que o Grupo NC tem na comunicação e no futuro deste negócio. São infinitas as possibilidades que surgem a cada momento. E nós queremos continuar sempre à frente neste cenário tão dinâmico e desafiador, com o mesmo espírito inovador e ousado que nos fez tão bem-sucedidos nos setores de energia, construção e farmacêutico, em que somos líderes de mercado há 11 anos consecutivos com um histórico de pioneirismos, como o relevante lançamento de medicamentos genéricos no Brasil.⁸⁹

Padrão conservador e o poder das elites

Como já levantamos ao longo do trabalho, as justificativas pela compra da RBS em Santa Catarina não são somente por razões de ordem financeira-comercial como querem fazer crer os donos da NSC Comunicação, considerando que a família Sirotsky sempre foi identificada com o ramo das comunicações. Mas de ordem político-partidária, pois defendemos a hipótese do interesse partidário tanto do Grupo NC como do suplente de senador e empresário Lírio Parisotto (MDB-AM), no quadro da nova geopolítica conservadora nacional no Sul do Brasil, a partir dos seus vínculos históricos com o MDB-PSDB.

Essa é a principal e, talvez, a razão mais plausível da compra, já que os novos donos do grupo gaúcho em Santa Catarina passam a ter em mãos, a partir de agora, verdadeira “máquina eleitoral”, capaz de

⁸⁸ Cf. Redação ANJ, “NSC Comunicação chega a Santa Catarina para movimentar ainda mais o Estado”, 17/8/2017.

⁸⁹ Idem.

eleger a si próprio a cargos eletivos ou seus apadrinhados políticos, como sempre fez a RBS no dois estados do Sul. Caso contrário, fica difícil compreender o que pretendem com comunicação os novos donos da mídia catarinense, nesta área que tem enfrentado graves crises financeiras, ainda mais por se tratar de dois bilionários da *Forbes*, e neófitos na área de jornalismo, já que Carlos Sanchez construiu seu império no setor dos fármacos, e Lírio Parisotto na indústria petroquímica e mercado de capitais.⁹⁰

Isto é, a considerar também a possibilidade da compra da RBS do Rio Grande do Sul pelo Grupo NC, negócio avaliado em algo em torno de R\$ 2 bilhões, a entrada da família Sanchez no setor de mídia, não traz grandes novidades em relação ao padrão do monopólio regional da comunicação no Brasil. Ele reproduz a mesma lógica do controle regional da mídia brasileira pelas elites econômicas e políticas conservadoras (Lima, 2001), cujos exemplos mais notórios na região Norte são o de Jader Barbalho (MDB-PA), e no nordeste brasileiro temos os casos dos ex-presidentes Fernando Collor de Mello (ver Partido) em Alagoas e de José Sarney (MDB-MA) no Maranhão, além do controle da mídia pela família de Antônio Carlos Magalhães (ACM) na Bahia, Fenômeno que praticamente se reproduz em todo País, e que em Santa Catarina não é diferente.

Luta pela comunicação democrática em Santa Catarina

Nossa tese parece ser corroborada tanto pela literatura em Mídia e Política (Guareschi; Ramos, 1988; De Marco, 1991; Aguiar, 1995, 2012, 2014; Cruz, 1996; Souza, 1996; Scarduelli, 1996; Souza, 1999; Miguel, 2000; Lima, 2001; Liedtke, 2006; Lopes, 2009; Zuculoto, 2010; Liedtke; Aguiar, 2011; Giovanaz, 2017 e Mick; Kamradt, 2017, entre outros) como pelos partidos e profissionais da área do jornalismo em oposição às elites tradicionais catarinenses.

⁹⁰ Cf. Sindicado dos Jornalistas de Santa Catarina – Crítica de Mídia, Rogério Christofoletti, “Quem ganha com a venda da RBS de SC?”, 7/3/2016.

O deputado estadual Dirceu Dresch (PT-SC), um dos idealizadores da Frente Parlamentar pela Democratização da Comunicação em Santa Catarina da Assembleia Legislativa (Alesc), partilha da mesma tese, assim como o presidente do Sindicato dos Jornalistas Profissionais de Santa Catarina (SJPSC), Aderbal João da Rosa. Ideia também reiterada durante a realização do Seminário Internacional pelo Direito Humano à Comunicação na Alesc, em 27/11/2018, organizado pelo Frente Parlamentar.⁹¹

Para Dresch, a linha editorial conservadora da cobertura jornalística do ex- Grupo RBS, “não deve mudar muita coisa” com a entrada do grupo NSC Comunicação.⁹² “A estratégia de fundo é a mesma [da ex-RBS], do grande capital, dos grandes grupos econômicos que dominam as pessoas através da comunicação”. Segundo o deputado opositorista, “o capital não tem partido. O capital está no partido que o beneficia. Normalmente vinculado aos partidos de direita, que não têm compromissos sociais, que não se importa com as pessoas, só se importa com o dinheiro”.⁹³ Completa Dresch:

A saída para a conquista da comunicação como um direito social em benefício da sociedade “passa pela construção de uma verdadeira regra, uma legislação em prol da democratização dos meios de comunicação, capaz de impedir que cinco ou seis famílias controlem tudo que é produzido em comunicação no país. Se a gente quiser avançar na democracia no Brasil, é urgente democratizar os meios de

⁹¹ Cf. Discriminação – Inconstitucionalidades e Desobediência Civil, Seminário Direito Humano à Comunicação (Alesc), 27/11/2018. Segundo o documento básico do seminário, o Direito Humano à comunicação é uma das essências da existência humana, lembrando a resistência da sociedade civil através das rádios comunitárias, criadas oficialmente pela Lei 9.612 de dezembro de 1998, após muita pressão dos movimentos sociais. Segundo o documento, o direito humano à comunicação “é corrompido pelos sistemas manipulados por elites dominantes, que se apropriam do mesmo a fim de gerar monopólios ou grupos hegemônicos, buscando preservar seus interesses e privilégios espúrios, fazendo do Estado e Instituições Públicas uma longa mão para assegurar-los, combatendo de forma velada resistências ou ativismos”.

⁹² Cf. Entrevista gravada com o deputado Dirceu Dresch (PT-SC) em seu gabinete na Alesc, em 10/10/2018.

⁹³ Idem.

comunicação de massa. Sem isso não podemos pensar em democracia no País.⁹⁴

O presidente do Sindicato dos Jornalistas de SC, Aderbal João da Rosa, é da opinião que o Grupo NSC Comunicação “quer o poder”, isto é, o objetivo do Grupo NC com a comunicação em Santa Catarina não é puramente econômico.⁹⁵ “É a influência política que a comunicação lhe permite. No sentido de arranjos, negócios”, considerando que o seu principal negócio é a indústria farmacêutica. Para o dirigente sindical, “a comunicação lhe permite articulação com órgãos governamentais, estaduais e municipais e a influência política”⁹⁶, e completa:

Mantém relações, certamente, com os partidos no plano ideológico de direita – citando o MDB, PSD, DEM e PSDB – onde eles têm maior influência – certamente!”. “Eles [Carlos Sanchez] também têm vínculo com o governo do estado de São Paulo e relação com o Boni”⁹⁷ [José Bonifácio de Oliveira Sobrinho], dono de emissora de TV no interior paulista.

Portanto, de acordo com Rosa, “o objetivo, a meu juízo é esse. Ampliar as relações de negócio e de possibilidade de faturamento dos espaços onde a corporação atua. Principalmente, no plano da indústria farmacêutica”. E, agora, buscando crescer no plano da comunicação, “quando você também exerce poder político pela via empresarial. E através dessas estruturas de poder também fatura”⁹⁸, afirma Rosa.

⁹⁴ Cf. Entrevista gravada com o deputado Dirceu Dresch (PT-SC) em seu gabinete na Alesc, em 10/10/2018.

⁹⁵ Cf. Entrevista gravada com o presidente do Sindicato dos Jornalistas Profissionais de Santa Catarina (SJPSC), Aderbal João da Rosa, em 8/10/2018, concedida na sede do sindicato no edifício da Federação dos Trabalhadores do Comércio no Estado de Santa Catarina (FECESC).

⁹⁶ Cf. Entrevista gravada com o presidente do Sindicato dos Jornalistas Profissionais de Santa Catarina (SJPSC), Aderbal João da Rosa, em 8/10/2018.

⁹⁷ Idem.

⁹⁸ Cf. Entrevista gravada com o presidente do Sindicato dos Jornalistas Profissionais de Santa Catarina (SJPSC), Aderbal João da Rosa em 8/10/18, que observa que, “praticamente, 50% da verba publicitária do governo estadual e das prefeituras das cinco maiores municípios de Santa Catarina são destinados aos veículos do NSC Comuni-

Grande parte do faturamento da mídia televisão em Santa Catarina, como de resto no país, vem da publicidade paga pelo setor público.⁹⁹ Com o que concorda Rosa, afirmando que

[...] se fores observar, praticamente, 50% da verba publicitária do governo estadual e das prefeituras das cinco maiores cidades de Santa Catarina são destinadas aos veículos da NSC. Os restantes 50% vão para os demais veículos, formados por três redes de televisão [SBT, RIC-Record e Band], diversas redes de rádio e de cerca de 200 jornais impressos espalhados pelos municípios catarinenses, etc.¹⁰⁰

Mesmo com a mudança no comando da mídia no estado, segundo o sindicalista, essa relação se mantém intacta. E completa:

Essa relação se mantém e se aprofunda de parte do grande veículo de comunicação – mesmo com a perda de conteúdo jornalístico e do telejornalismo –, e ganha à relação comercial da empresa com os órgãos de Poder, incluindo aí o governo estadual, o Judiciário e o Legislativo”, conclui Rosa.¹⁰¹

ção”, seguindo a tradição da RBS. Os demais 50% vão para as outras redes de TV (RIC-Record, Band e SBT), diversas redes de rádio, e de cerca de 200 jornais impressos do interior. Segundo Rosa, “essas relações se mantêm e se aprofundam com o Poder Público”, sublinha.

⁹⁹ Para saber mais sobre o assunto, vide estudo de nossa autoria, “O assalto aos cofres públicos e a luta pela comunicação democrática no Brasil” (cf. Editoria em Debate/UFSC, 2014), quando apresentamos os dados relativos aos gastos com publicidade paga pelo governo no plano nacional. E também os gastos estaduais com publicidade, cobrindo um período de quase duas décadas, confirmando que a maior parte do bolo publicitário vai para a afiliada da TV Globo em Santa Catarina. Com um detalhe importante, pouco conhecido do público: o Secretário de Estado da Comunicação do Governo de Santa Catarina (Secom), geralmente, sai dos quadros da RBS, como foi o caso de Derly Anunciação, que participou da gestão Luiz Henrique da Silveira (PMDB/MDB), durante dois mandatos consecutivos (2003-2010), e continuou na gestão do governo de Raimundo Colombo, sendo membro do Conselho de Administração da Celesc, substituído por Walter Bier, com mais de 15 anos de RBS. Fonte: acontecendoaqui.com.br/comunicacao/entrevista-walter-bier-secretario-de-comunicacao-do-governo-de-santa-catarina. Acesso em: 12 set. 2018.

¹⁰⁰ Cf. Entrevista gravada com o presidente do Sindicato dos Jornalistas Profissionais de Santa Catarina (SJPSC), Aderbal João da Rosa, em 8/10/2018.

¹⁰¹ Idem.

CONCLUSÃO

Em conclusão, procuramos demonstrar com o nosso estudo as circunstâncias em que ocorreu a venda da RBS em Santa Catarina, precipitada em razão da Operação Zelotes, assim como o perfil econômico e político-partidário dos novos donos, os bilionários da Forbes, Carlos Sanchez e Lírio Parisotto, que inauguram uma nova fase no controle regional da mídia brasileira.

Portanto, sem a Operação Zelotes, talvez o negócio não tivesse se concretizado, considerando que a RBS vinha passando por um processo de reestruturação produtiva, com a contratação do escritório do “Mãos de Tesoura”, o paulista Cláudio Eugênio Stiller Galeazzi.

O sinal de alerta da crise econômica do Grupo RBS foi disparado em 2011, com a queda financeira registrada nos anos seguintes, sendo que em 2014 Galeazzi é contratado para promover o “enxugamento” do grupo gaúcho, que deveria perdurar, pelo menos, até o ano 2015, coincidindo com as medidas administrativas tomadas pela 3ª geração da família Sirotsky.

Formado nas melhores escolas de Administração dos Estados Unidos, coube a Eduardo Sirotsky Melzer, representante da 3ª geração da família, com formação no universo digital, desenvolver o perfil da “nova RBS”, principalmente a partir de 2014, agora voltada para bebidas, serviços, inovação tecnológica e e-commerce. Quando, em 2016, vem a notícia inusitada da venda das operações de todos os veículos do Grupo RBS em Santa Catarina. Portanto, não houve tempo suficiente para Galeazzi concluir o seu trabalho, e a RBS confirma o negócio com os

empresários do Grupo NC e Innova-Videolar, surpreendendo o mercado e a imprensa nacional.

Como defendemos em nosso estudo, apesar de a Operação Zelotes não ter tido a mesma visibilidade pública da Operação Lava Jato, a divulgação do escândalo pela mídia nacional, inclusive pelos veículos de comunicação do Grupo Globo, do qual a RBS é afiliada nacional na região Sul do país, envolvendo a suspeita de fraude no Carf, pegou muito mal para a família Sirotsky.

Por isso, ela pode ter sido a principal responsável pela venda dos veículos em Santa Catarina, justamente no momento em que o Grupo RBS promovia a maior reestruturação da empresa em toda a sua história, conforme mostramos ao longo da pesquisa. Isto é, a venda dos veículos do Grupo RBS, seja no Rio Grande do Sul ou em Santa Catarina, no todo ou em parte, poderia até ocorrer. Mas talvez não naquele momento, em 2016, pelas razões já comentadas anteriormente e mostradas no trabalho.

Não foi à toa que ela provocou certo desconforto no seio da família Sirotsky, conforme as falas e os depoimentos apresentados. Afinal, a RBS já havia passado por situações de crise financeira muito mais agudas, como mostramos no capítulo que abordou os investimentos equivocados em telefonia e TV a Cabo. Na ocasião, de acordo com os dados analisados, nenhuma empresa de vulto do Grupo RBS foi negociada.

Agora, com a venda das operações em Santa Catarina, para desgosto da família Sirotsky, o Grupo RBS teve de se desfazer da “joia da coroa” de todo o grupo econômico de comunicação, que são as suas emissoras de televisão, inclusive, no caso de Santa Catarina, uma das empresas de TV mais rentáveis do grupo gaúcho, a RBS TV de Florianópolis.

Por último, a pesquisa procurou traçar um perfil dos donos da NSC Comunicação, abordando a manutenção da linha editorial anterior, com a manutenção de alguns diretores da ex-RBS em cargos de chefia importantes. O trabalho procurou abordar, sobretudo, os vínculos político-

-partidários de Carlos Sanchez e Lírio Parisotto com o PSDB de Fernando Henrique Cardoso (FHC) e com o ex-ministro e ex-governador e senador Eduardo Braga (MDB-AM), do qual Parisotto é segundo suplente de senador, com mandato até 2019.

Dessa forma, estabelecemos elo entre os dois megaempresários com a política partidária, fato inédito na vida da família Sirotsky, cujo clã jamais fora ligado diretamente a partidos políticos, apesar de ter apoiado a ditadura de 1964. E sempre ter ajudado a eleger seus apadrinhados e testas de ferro no Rio Grande do Sul, Santa Catarina, e no Congresso Nacional, conforme falamos no trabalho. Ou seja, com a família Sanchez e Parisotto, é inaugurada uma nova fase no controle midiático regional da comunicação, que reproduz o padrão já estudado pela literatura na área.

Finalmente, debatemos no texto que a solução para o monopólio da comunicação no Brasil passa pela democratização da mídia, a partir dos depoimentos das lideranças envolvidas com os movimentos vinculados à democratização da comunicação em Santa Catarina. Concordamos com a tese de que o capital “não tem partido”, mas está sempre do lado dos setores mais conservadores da sociedade.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Itamar. **O assalto aos cofres públicos e a luta pela comunicação democrática no Brasil**. Florianópolis: Editoria em Debate/UFSC, 2014.
- AGUIAR, Itamar. **TV Brasil: algo novo no ar**. Florianópolis: Tribo da Ilha, 2012.
- AGUIAR, Itamar. **Eleições presidenciais de 2002: partidos, elites e perspectiva de mudança**. Tese (Doutorado em Sociologia Política) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.
- AGUIAR, Itamar. **Violência e golpe eleitoral: Jaison e Amin na disputa pelo governo catarinense**. Blumenau (SC): Editora da FURB, 1995.
- AMORIM, José Salomão David. A proteção do interesse público na televisão de sinal aberto: a experiência da Europa Ocidental. In: PORTO, Dayrell Sérgio; MOUILLAND, Maurice (Orgs.). **O jornal: da forma ao sentido**. 2. ed. Brasília : Ed. da UnB, 2002.
- ANAYA, E. **Los grupos de poder económico: un análisis de la oligarquía dinanciera**. Lima (Peru): Editorial Horizonte, 1990.
- BRANDÃO, Elizabeth Pazito. **Significados e história da comunicação pública**. Brasília: Instituto de Educação Superior de Brasília (IESB), s/d.
- BRETON, Philippe; PROULX, Serge. **A explosão da comunicação**. 2. ed. Lisboa: Editorial Bizâncio, 2000.
- BULGARELLI, Waldirio. **Manual das Sociedades Anônimas**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 1996a.
- BULGARELLI, Waldirio. **Concentração de empresas e direito antitruste**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1996b.
- BULGARELLI, Waldirio. **O direito dos grupos e a concentração de**

empresas. São Paulo: Ed.Univ. de Direito, 1975.

CAMACHO, Daniel. Movimentos sociais: algumas discussões conceituais. In: SCHRERER-WARREN, I.; KRISCHKE, P. J. **Uma revolução no cotidiano? Os novos movimentos sociais na América Latina.** São Paulo: Brasiliense, 1987. p. 214-245.

CAMARGO, Bruna Faccin. **Práticas de governança relevantes para o processo de sucessão em empresas familiares:** o caso do Grupo RBS. Dissertação (Mestrado em Gestão Empresarial). Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Ijuí, 2016.

COSTA, Sylvio; BRENER, Jayme. Coronelismo eletrônico: o governo de Fernando Henrique Cardoso e o novo capítulo de uma velha história. **Comunicação & Política**, Rio de Janeiro, v. IV, n. 2, p. 29-53, maio/ago. 1997.

CRUZ, Dulce M. **Televisão e negócio:** a RBS em Santa Catarina. Florianópolis: Editora da UFSC/Blumenau: Editora da FURB, 1996.

CUSTÓDIO, Mônica. **Precarização do trabalho jornalístico no Diário Catarinense:** estudo de caso do período de 2014-2016. Monografia (Graduação em Jornalismo) – Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, 11 de novembro de 2017.

DE MARCO, Benhur. **O controle da mídia em Santa Catarina: 1940-1991.** Dissertação (Mestrado em Sociologia Política) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1991.

DEMO, Pedro. **Participação é conquista:** noções de política social participativa. São Paulo: Cortez, 1988.

DREIFUSS, René Armand. **A internacional capitalista:** estratégias e táticas do empresariado transnacional (1818-1986). Rio de Janeiro: Espaço e Tempo, 1986.

DREIFUSS, René Armand. **O jogo da direita na Nova República.** Petrópolis: Vozes, 1989.

FAUSTO NETO, Antônio et al. **Políticas midiáticas e espaço público.** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

GIOVANAZ, Daniel Piassa. **O oligopólio da RBS:** uma rede contra a democracia. Florianópolis: Editora Insular, 2017.

- GOLBSPAN, Ricardo Boklis. **Gestão de marca e comunicação integrada de marketing:** o caso do Grupo RBS no Rio Grande do Sul. Monografia (Graduação em Comunicação Social). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.
- GONÇALVES, Reinaldo. **Grupos econômicos:** uma análise conceitual e teórica. Rio de Janeiro: FGV, 1991.
- GRANOVETTER, Mark. Economic Action and Social Structure: *The Problem of Embeddedness*. **American Journal of Sociology**, Chicago, p. 481-510, nov. 1985.
- GUARESCHI, Pedrinho; RAMOS, Roberto. **A máquina capitalista:** Como funciona e se reproduz. Por que paga baixos salários. Papel do intelectual na luta pelas mudanças. Um exemplo: RBS. Petrópolis: Vozes, 1988.
- GUARESCHI, Pedrinho; BIZ, Osvaldo. **Mídia & Democracia**. 4. ed. Porto Alegre: P.G./O.B., 2007.
- LEAL FILHO, Laurindo. **A melhor TV do mundo**, o modelo britânico de televisão. São Paulo: Summus, 1997.
- LEAL FILHO, Laurindo. **A TV sob controle:** a resposta da sociedade ao poder da televisão. São Paulo: Summus, 2006.
- LIEDTKE, Paulo Fernando. **Governando com a mídia:** duplo agendamento e enquadramento no governo Lula (2003-2006). Tese (Doutorado em Sociologia Política) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.
- LIEDTKE, Paulo Fernando; AGUIAR, Itamar. Políticas Públicas de Comunicação no Governo Lula (2003-2010): Avanços e Retrocessos Rumo à Democratização do Setor. In: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação Recife (PE), 2 a 6 de setembro de 2011. **Anais...** 2011.
- LIMA, Venício Arthur de. **Mídia:** teoria e política. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.
- LIMA, Venício Arthur de. **Política de comunicações:** um balanço dos governos Lula (2003-2010). Publisher Brasil, SP, 2012.
- LOCATELLI, Carlos. **Livre e sob controle:** o desafio de regular a mídia

no Brasil. Dissertação (Mestrado em Economia) – Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, agosto de 2001.

LOPES, Ivonete da Silva. **TVs educativas catarinenses:** relações entre política, mercado e sociedade civil. 142 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, Niterói, 2010.

MATTOS, Heloiza. Agenda temática da pesquisa em Comunicação Política. In: MATTOS, Heloiza (Org.). **Mídia, eleições e democracia.** São Paulo: Scritta, 1994.

MICK, Jacques; KAMRADT, João. **O fim da notícia:** a monopolização da mídia e o trabalho dos jornalistas. Florianópolis: Editora Insular, 2017.

MIGUEL, Luís Felipe. **Um ponto cego nas Teorias da Democracia:** os meios de comunicação. Rio de Janeiro: ANPOCS/BIB, n. 49, p. 51 -77, 1º sem. 2000,.

MORAES, Dênis de. **A batalha da mídia.** RJ: Editora Pão e Rosas, 2009.

MOTTER, Paulino. **A batalha invisível da Constituinte:** interesses privados versus caráter público da radiodifusão no Brasil, 1994. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Universidade de Brasília, Brasília, 1994.

NOGUEIRA, Marco Aurélio. As três ideias de sociedade civil, o Estado e a politização. In: COUTINHO, Carlos Nelson; TEIXEIRA, Andréa de Paula. **Ler Gramsci, entender a realidade.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

SANDRONI, Paulo (Org.) **Novíssimo Dicionário de Economia.** 10. ed. São Paulo: Editora Best Seller, 2002.

PEDROSO, Elizabeth; BIZ, Osvaldo. **Participação política:** limites e avanços. Porto Alegre: Evangraf, 1992.

PEREIRA, Moacir. **Imprensa & poder:** a comunicação em Santa Catarina. Florianópolis: Lunardelli/FCC, 1992.

PORTUGAL JR., José Geraldo (Org.). **Grupos Econômicos:** Expressão institucional da unidade empresarial contemporânea. São Paulo:

Fundap/IESP/Estudos de Economia do Setor Público, 2, 1994.

RUBIM, Antonio Albino Canelas; AZEVEDO, Fernando Antônio. **Mídia e política no Brasil:** literatura e agenda de pesquisa, s/d.

SARDÁ, Laudelino J. **Da Olivetti à Internet.** Tubarão: Editora da UNISUL, 2007.

SCARDUELLI, Paulo. **Network de Bombacha:** Os segredos da TV regional da RBS. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – ECA/USP, São Paulo, 1996.

SCHERER-WARREN; CHAVES, Iara Maria (Orgs.). **Associativismo civil em Santa Catarina** – trajetórias e tendências. Florianópolis: Insular, 2004.

SCHERER-WARREN; ROSSIAUD, Jean. **Democratização em Florianópolis:** resgatando a memória dos movimentos sociais. Itajaí: Editora da Univali/Florianópolis: Diálogo, 1999.

SCORSIM, Ericson Meister. **TV digital e comunicação social:** aspectos regulatórios: TVs públicas, estatal e privada. Belo Horizonte: Fórum, 2008.

SILVA, Rodrigo Orlando. **Redes Transassociativas:** análise da participação dos grupos econômicos e financeiros na estrutura de representação de classe no Brasil. Monografia (Graduação em Ciências Sociais) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2018.

SILVA, Terezinha. **Gestão e mediações nas rádios comunitárias:** um panorama do estado de Santa Catarina. Chapecó (SC): Argos, 2008.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e da mídia.** Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

SOUZA, Carlos Alberto de. **O fundo do espelho é outro:** quem liga a RBS liga a Globo. Itajaí: Editora da Univali, 1999.

SOUZA, Marcio Vieira de. **As vozes do silêncio:** o movimento pela democratização da comunicação no Brasil. Paris: Fondation pour le progrès de l'homme; Florianópolis: Dialogo, 1996.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade:** uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 1998.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna:** teoria social

crítica na era dos meios de comunicação de massa. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 1995.

TORRES, Rodrigo Murinho de. Múltiplas configurações de TVs públicas no Brasil – um estudo preliminar. Natal, Intercom, XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais...** Natal, 2 a 6 set. 2008.

TORVES, José Carlos. **Televisão pública**. Porto Alegre: Evangraf, 2007.

VALENTE, Jonas Chagas Lúcio. **TV Pública no Brasil: A criação da TV Brasil e sua inserção no modo de regulação setorial da televisão brasileira**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2009.

WOLTON, Dominique. [1990]. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão**. São Paulo: Ática, 1996.

WOLTON, Dominique. [1997]. **Pensar a comunicação**. Lisboa: Difel, 1999.

WOLTON, Dominique. A mídia é o pulso da democracia. **MídiaComDemocracia, Revista do FNDC**, n. 8, jan. 2009.

ZUCULOTO, Valci. **A construção histórica da programação de rádios públicas brasileiras**. Tese de doutorado, PUCRS, 2010.

WIERZCHOWSKI, Leticia; SIROTSKY, Nelson P. **O oitavo dia**. Rio de Janeiro: Primeira Pessoa, 2018.

LANÇAMENTOS EDITORIA EM DEBATE 2019

Arte, ensino, utopia e revolução: os ateliês artísticos
VKhUTEMAS/VKhUTEIN (Rússia/URSS, 1920-1930)

Jair Diniz Miguel

Trabalho, capital e formação da classe trabalhadora

Paulo Sergio Tumolo

Marx e Engels... Notas introdutórias para Além d'O capital
Deise Luiza da Silva Ferraz e Janaynna de Moura Ferraz (Org.)

A Operação Zelotes e a venda do Grupo RBS

Itamar Aguiar

As transfigurações da educação na teoria de Florestan Fernandes:
escola e socialização política na formulação
estratégica da revolução socialista

Ricardo Scopel Velho

Conquistando corações e mentes: uma análise da
National Endowment for Democracy no Equador (2006-2016)

Letícia Cristina Bizarro Barbosa

Duas estrelas e dois projetos de hegemonia: a influência do
pensamento de Gramsci no Partido dos Trabalhadores (BRA)
e no Bloco de Esquerda (POR)

Eric Araujo Coimbra

Juventude pobre e escolarização: trabalho, cultura e perspectivas de
futuro nos territórios do Maciço do Morro da Cruz – Florianópolis

*Luciana Pedrosa Marcassa, Soraya Franzoni Conde
e Sandra Luciana Dalmagro*

Itamar Aguiar

Graduado em Jornalismo pela UFSC e pós-graduado em Sociologia Política pela mesma universidade, com estágio de doutorado na Universidade Técnica de Lisboa/Portugal. É professor do Departamento de Sociologia e Ciência Política da UFSC e desenvolve pesquisa sobre Mídia e Política no Brasil e em Santa Catarina. Autor de *Violência e golpe eleitoral: Jaison e Amin na disputa pelo governo catarinense* (Blumenau: Edifurb, 1995); *TV Brasil: algo novo no ar* (Florianópolis: Tribo da Ilha, 2012); *O assalto aos cofres públicos e a luta pela comunicação democrática no Brasil* (Florianópolis: Editoria em Debate/UFSC, 2014). Coautor de *Saber militante: teoria e crítica nas políticas de comunicação do Brasil* (Santa Maria: FACOS-UFSM; São Paulo: Intercom, 2013).

E-mail: itamar.aguiar@ufsc.br

O livro traz uma análise da Operação Zelotes e a venda das empresas de comunicação do Grupo RBS em Santa Catarina pela família Sirotsky, maior Grupo de Mídia do Sul do Brasil e dono de marcas como a RBS TV, afiliada da Rede Globo no Rio Grande do Sul e no estado catarinense, proprietária de diversas emissoras de rádio, jornais e portais na internet. E da compra pelos bilionários da Forbes, *outsiders* do setor da Comunicação. Inovou-se em termos teórico-metodológicos ao apresentar uma conceituação dos Grupos de Comunicação (Grupos de Mídia) a partir de pesquisa realizada sobre a Teoria dos Grupos Econômicos. Esse estudo de caso demonstrou que o conceito de Grupo de Mídia ou de Comunicação pode ser bastante útil à compreensão desse importante e complexo ator social que são os conglomerados da comunicação no Brasil e na América Latina.

Agência Brasileira do ISBN

ISBN 978-85-68267-32-5



9 788568 267325

