BRUNO MANDELLI PEREZ

A ABRIL E A NASPERS: UM ESTUDO DE CASO DO CAPITAL ESTRANGEIRO NA MÍDIA BRASILEIRA

São Paulo
2008

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO E EDITORAÇÃO

A ABRIL E A NASPERS

Um estudo de caso da entrada do capital estrangeiro na mídia brasileira

---

BRUNO MANDELLI PEREZ

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo como exigência para a obtenção do Bacharelado em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, sob a orientação da Professora Doutora Elizabeth Saad Corrêa

São Paulo
2008

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora, professora Elizabeth Saad.

À minha mãe, Cacilda Mandelli, por minha formação.

À Daniela Alarcon, pela revisão, pelo auxílio e pelo companheirismo que tornaram este trabalho possível.

La merce è quel foglio a quattro o sei pagine
che va ogni mattino od ogni sera a iniettare nello spirito del lettore
le maniere di sentire e di giudicare i fatti dell'attuale politica, che convengono
ai produttori e venditori di carta stampata.

Antonio Gramsci
“I giornali e gli operai” (1916)

ÍNDICE

4 AGRADECIMENTOS

7 INTRODUÇÃO
8 Abordagem metodológica

10 CAPÍTULO 1: A EMENDA
15 A Proposta de Emenda à Constituição nº203 de 1995
16 Tramitação
22 Legislação sob encomenda
24 A oposição à PEC fora do Parlamento

27 CAPÍTULO 2: A NASPERS
31 Diversificação e internacionalização
35 Organização interna
37 Panorama atual

43 CAPÍTULO 3: A ABRIL
46 Diversificação
47 Crise
50 A Abril após a Naspers
54 Publicações
55 Internet
56 Resultados financeiros

57 CONSIDERAÇÕES FINAIS

61 FONTES E BIBLIOGRAFIA
61 Depoimento
61 Conferência
61 Correspondência
62 Relatórios e pareceres
63 Documentos da Anatel
64 Documentos legislativos
64 Legislação
65 Livros
65 Dissertações
66 Periódicos
69 Sítios da internet

INTRODUÇÃO

Em 5 de maio de 2006, a empresa de mídia sul-africana Naspers adquiriu 30% das ações do Grupo Abril. Tratou-se da terceira transação a fazer uso das possibilidades abertas pela emenda constitucional nº36, de 2002, que permite a presença de capital estrangeiro em empresas jornalísticas e de radiodifusão – antes completamente vedada – até o limite de 30%. O novo dispositivo constitucional fora "inaugurado" pela própria Abril, quando, em agosto de 2004, ela recebeu um aporte do fundo de investimentos *Capital Group*, que passou a deter 13,8% da empresa.

Comparada à transação com o *Capital Group*, a entrada da Naspers no quadro de sócios da Abril é diferente quantitativamente – já que envolve uma porcentagem maior do capital da empresa, chegando ao limite estabelecido pela Constituição – e qualitativamente. O *Capital Group* é um administrador de fundos, ou seja, presumidamente, não possuía, ao investir na Abril, outro interesse além de receber dividendos da empresa ou revender sua parcela da mesma a um preço superior ao da aquisição. Já a Naspers é uma empresa de mídia, e o investimento na Abril, um dos pontos de sua tática de expansão global. As diversas atividades da Naspers, em diferentes continentes e plataformas, compõem uma bagagem de técnicas, modelos e estratégias que pode ser transferida, mesmo que parcialmente, aos veículos do Grupo Abril.

Ainda que a Abril, em termos de faturamento, seja apenas a terceira maior empresa de mídia brasileira, ela ocupa um importante papel na formação da opinião pública nacional. No mercado de revistas, voltado em boa parte para a elite econômica do país, a Abril exerce uma hegemonia quase absoluta. Seu "carro-chefe", a revista *Veja*, é a semanal de maior circulação, e cada uma de suas edições atinge, segundo a própria editora, oito milhões de leitores.

Passados seis anos da aprovação da emenda constitucional, não está colocada, publicamente, a possibilidade de outro grande grupo de mídia brasileiro concluir uma transação semelhante em curto prazo. Em seus primeiros anos, a emenda teve um efeito aquém do que se especulava antes da aprovação – tanto por parte de seus entusiastas como de seus opositores. Ainda assim, não há razões para acreditar que o acordo firmado entre a Abril e a Naspers será o último do tipo no setor de mídia brasileiro.

A entrada do capital da Naspers na Abril foi noticiada à época, em matérias da grande imprensa e em veículos especializados. A maioria delas não foi muito além do que dizia o *release* divulgado pela própria Abril, e informava pouco mais que a nacionalidade do novo investidor e as cifras envolvidas. A primeira reportagem crítica a respeito, "A *Abril* e o apartheid", assinada por Renato Pompeu e publicada pela revista *Caros Amigos* em agosto de 2006, centrou-se em apontar as estreitas ligações entre a Naspers o regime de segregação racial que vigorou na África do Sul até 1994.

As relações entre a Naspers e o Apartheid foram de fato determinantes para que a empresa se tornasse o que é hoje. Porém, o levantamento dessa história não basta para se entender a atual constituição da empresa e quais as possíveis conseqüências de sua associação com o maior editor de revistas brasileiro.

Devido tanto à importância da Abril como à possibilidade de a emenda constitucional nº36 trazer ainda novas conseqüências para a mídia nacional – e à inexistência, até o momento, de pesquisas acadêmicas abordando o assunto –, acredito que as implicações dessa parceria devem ser examinadas de forma mais detida.

ABORDAGEM METODOLÓGICA

Procurei realizar um estudo, bastante preliminar, aportando elementos que possam ser úteis na compreensão do real significado dessa transação. Com esse intuito, busquei resgatar os argumentos que permearam as discussões, no Congresso Nacional e na sociedade brasileira, a respeito da abertura da mídia brasileira ao capital estrangeiro e o processo de aprovação da emenda nº36. Além disso, esboço um perfil das duas empresas, Abril e Naspers, incluindo tanto o desenvolvimento histórico das mesmas como um panorama geral de suas atividades no último período. Por fim, procuro examinar o desenvolvimento do grupo Abril nos dois últimos anos, após a chegada de seu novo sócio.

No que toca ao processo de aprovação da emenda nº36, as fontes utilizadas foram, essencialmente, os pareceres e atas oficiais das comissões e do plenário da Câmara dos Deputados, os posicionamentos públicos de entidades do setor – como as associações patronais ou o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação – e matérias da grande imprensa publicadas à época.

Em relação à Abril e à Naspers, foram utilizados documentos oficiais das empresas – seus relatórios anuais de administração e informes à imprensa [*press releases*] –, matérias da imprensa especializada sul-africana e brasileira, além de bibliografia pertinente e outras fontes que ajudassem a reconstituir a história das duas empresas.

Para estudar a Naspers, foi preciso recorrer essencialmente a fontes na internet, em razão da escassa bibliografia disponível no Brasil a esse respeito. Os dados financeiros da Naspers foram apresentados sempre em dólares, já que a moeda sul-africana, o rand, é mais instável. As conversões foram realizadas de acordo com a cotação vigente na época dos fatos narrados.

No primeiro capítulo, retomo o histórico da proibição ao capital estrangeiro na mídia brasileira, presente nas cartas constitucionais; os motivos que levaram a uma rediscussão desse veto, a partir da segunda metade da década de 90; e o processo que conduziu ao relaxamento da proibição, através da Emenda Constitucional nº36. Busquei identificar os atores sociais que atuaram contra e a favor da aprovação da mudança constitucional, e as justificativas e críticas apresentadas durante a tramitação da emenda no Congresso.

Já no segundo, debrucei-me sobre a Naspers, sua situação atual, os mercados onde atua, e sua estratégia. Para compreender a situação atual da empresa, foi preciso também traçar o desenvolvimento histórico da mesma, desde sua criação, em 1915. Ainda que bastante preliminar, acredito que esse levantamento é pertinente, já que a empresa ainda é muito pouco conhecida no Brasil.

A seguir, busco descrever as condições da Abril no momento anterior à entrada do capital da Naspers, e as motivações que levaram o grupo a aceitar o acordo. Para tanto, traço um relato do desenvolvimento da Abril, desde sua fundação, em 1950, até sua história mais recente e a crise financeira que a atingiu no início dos anos 2000. Em seguida, descrevo o acordo entre a Abril e a Naspers, e as alterações pelas quais a Abril vem passando a partir de então, desde o ponto de vista de seus resultados financeiros, até o lançamento de novas publicações ou mudanças de estratégia nos veículos já existentes, para, finalmente, esboçar uma análise dessas mudanças sob a luz dos pontos levantados ao longo do estudo.

A EMENDA

A Constituição Federal promulgada em 1988 foi a primeira Constituição brasileira a dedicar um capítulo (capítulo V do título VIII) à Comunicação Social. Nele, a Assembléia Nacional Constituinte incluía pontos ausentes nas Cartas Magnas que a antecederam, especialmente a garantia à liberdade de expressão e o veto à censura (artigo 220) – que, nas Constituições anteriores, não eram garantidos de forma tão clara. O texto também definia princípios ao quais deve atender a programação de emissoras de rádio e televisão (artigo 221) e determinava a criação do Conselho de Comunicação Social (artigo 224).

No que tange à regulamentação da propriedade de empresas jornalísticas e de radiodifusão, porém, a Constituição de 1988, fundamentalmente, fez pouco mais que reproduzir as limitações presentes em versões anteriores. Em seu artigo 222, estabeleceu que:

> Art. 222. A propriedade de empresa jornalística e de radiodifusão sonora e de sons e imagens é privativa de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, aos quais caberá a responsabilidade por sua administração e orientação intelectual.
>
> § 1º - É vedada a participação de pessoa jurídica no capital social de empresa jornalística ou de radiodifusão, exceto a de partido político e de sociedades cujo capital pertença exclusiva e nominalmente a brasileiros.
>
> § 2º - A participação referida no parágrafo anterior só se efetuará através de capital sem direito a voto e não poderá exceder a trinta por cento do capital social[1].

[1] Constituição da República Federativa do Brasil, Brasília, Senado, 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constitui%C3%A7ao.htm, acessado em 14 nov. 2008.

Os pontos principais desse artigo – isto é, a limitação da participação de estrangeiros e pessoas jurídicas na propriedade de empresas jornalísticas e de radiodifusão – estavam presentes já na Constituição de 1934, a primeira Constituição brasileira do século XX, que estabelecia, em seu artigo 131:

> Art. 131. É vedada a propriedade de empresas jornalísticas, políticas ou noticiosas a sociedades anônimas por ações ao portador e a estrangeiros. Estes e as pessoas jurídicas não podem ser acionistas das sociedades anônimas proprietárias de tais empresas. A responsabilidade principal e de orientação intelectual ou administrativa da imprensa política ou noticiosa só por brasileiros natos pode ser exercida. A lei orgânica de imprensa estabelecerá regras relativas ao trabalho dos redatores, operários e demais empregados, assegurando-lhes estabilidade, férias e aposentadoria[2].

Todas as Constituições seguintes mantiveram limitações semelhantes: a de 1937, no item 15 de seu artigo 122; a de 1946, no artigo 160; e a de 1967, no artigo 166.

A Constituição de 1998 representou apenas uma pequena flexibilização, na medida em que abriu a participação a pessoas jurídicas nacionais, respeitado o limite máximo de 30% do capital social. Essa alteração foi sugerida à Assembléia Constituinte por Roberto Civita, então presidente da Associação Nacional de Editores de Revistas (ANER) e filho do proprietário do Grupo Abril, Victor Civita.

Para o pesquisador Octavio Pieranti, a manutenção desses dispositivos nas diversas Constituições deve-se a um sentimento nacionalista e à percepção das empresas de comunicação como estratégicas para a manutenção da soberania nacional. Pieranti afirma que

> O avanço do capital estrangeiro na mídia brasileira era visto, na prática, como força responsável pela propagação de cultura outra que não a brasileira e pela disseminação de diretrizes políticas estrangeiras. Pela superioridade econômica das empresas estrangeiras, sua presença em território nacional era apontada, a médio prazo, como impedimento para o desenvolvimento da imprensa nacional e, a longo prazo, como o fim das empresas de comunicação nacionais[3].

De 1988 até hoje, porém, o artigo 222 da Constituição foi o que sofreu a alteração mais significativa, se comparado aos outros dispositivos do capítulo sobre Comunicação Social. A Proposta de Emenda à Constituição (PEC) nº203 de 1995, depois de tramitar durante sete anos no Congresso Nacional - período em que sofreu alterações significativas –, foi promulgada em 29 de maio de 2002, conferindo uma nova redação ao artigo:

> Art. 222. A propriedade de empresa jornalística e de radiodifusão sonora e de sons e imagens é privativa de brasileiros natos ou naturalizados há mais

---

[2] Constituição da República dos Estados Unidos do Brasil, Rio de Janeiro, 1934. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constitui%C3%A7ao34.htm, acessado em 14 nov. 2008.

[3] Octavio Penna Pieranti, "O Estado e as comunicações no Brasil: Uma análise da Constituição Federal de 1988", in: *Revista Comunicação e Política*, 23 (3), Rio de Janeiro, set.-dez. 2005, p. 45. Disponível em: http://www.cebela.org.br/imagens/Materia/1ART2Octavio.pdf, acessado em 14 nov. 2008.

> de dez anos, ou de pessoas jurídicas constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sede no País.
> § 1º Em qualquer caso, pelo menos setenta por cento do capital total e do capital votante das empresas jornalísticas e de radiodifusão sonora e de sons e imagens deverá pertencer, direta ou indiretamente, a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, que exercerão obrigatoriamente a gestão das atividades e estabelecerão o conteúdo da programação.
> § 2º A responsabilidade editorial e as atividades de seleção e direção da programação veiculada são privativas de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, em qualquer meio de comunicação social.
> § 3º Os meios de comunicação social eletrônica, independentemente da tecnologia utilizada para a prestação do serviço, deverão observar os princípios enunciados no art. 221, na forma de lei específica, que também garantira a prioridade de profissionais brasileiros na execução de produções nacionais.
> § 4º Lei disciplinará a participação de capital estrangeiro nas empresas de que trata o § 1º.
> § 5º As alterações de controle societário das empresas de que trata o § 1º serão comunicadas ao Congresso Nacional[4].

Ficava permitida, portanto, a posse de empresas jornalísticas ou de radiodifusão por pessoas jurídicas, que, por sua vez, poderiam ter até 30% de seu capital controlado por estrangeiros, de acordo com o § 1º.

A abertura parcial do setor ao capital estrangeiro veio no bojo da adoção do modelo neoliberal no país, iniciada no governo Fernando Collor de Mello (1990-92) e aprofundada nos governos seguintes. Como parte desse processo, houve uma redução da presença do Estado na economia brasileira, evidenciada na privatização de empresas estatais – levada a cabo através do Programa Nacional de Desestatização (PND), criado por Collor em 1990 e reformulado por Fernando Henrique Cardoso em 1997 –, muitas das quais foram adquiridas por empresas estrangeiras.

O ingresso de Investimento Estrangeiro Direto (definido como aquele que representa uma relação de longo prazo e o controle de uma empresa nacional) no Brasil, que em 1993 tinha sido de mirrados US$ 1,29 bilhão, subiu continuamente nos anos seguintes (exceto por uma pequena queda, entre 1998 e 1999), até atingir US$ 32,77 bilhões em 2000[5].

Em especial, destaca-se a crescente presença estrangeira no setor de telecomunicações, conforme aponta João Brant: "em 1998 acontece a privatização da Telebrás, e pela primeira vez o Brasil recebe investimentos estrangeiros nas comunicações. Essa abertura faria instalarem-se no Brasil empresas que nutririam também um interesse pelo mercado da radiodifusão"[6].

---

[4] Constituição da República Federativa do Brasil, *op. cit.* nota 1.

[5] Sítio da Rede Nacional de Informações sobre o Investimento (http://investimentos.desenvolvimento.gov.br/arquivos/IED-fluxo-SITERENAI.pdf). Acessado em 14 nov. 2008.

[6] João Caldeira Brant Monteiro de Castro, *Políticas nacionais de radiodifusão (1985-2001) e espaço público:* Estudos para uma aproximação crítica, trabalho de conclusão do curso de Comunicação Social, com habilitação em Radialismo, apresentado à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 2002, pp. 191-192.

Com efeito, em apenas cinco anos, entre 1995 e 2000, o estoque de investimento estrangeiro direto no setor de Correio e Telecomunicações cresceu 4605%, passando de US$398 milhões para mais de US$18 bilhões, segundo dados do Banco Central do Brasil[7].

Embora o avanço do modelo neoliberal e a abertura da economia brasileira constituíssem um cenário favorável a uma alteração no texto do artigo 222, seriam questões específicas do setor de mídia que impulsionariam, de fato, a mudança. Em um primeiro momento, buscava-se novas fontes de financiamento, para que as empresas nacionais do setor pudessem manter a competitividade e se adequar às novas tecnologias de mídia.

Era nesse sentido que argumentava, em 1997, Fernando Ernesto Corrêa, então vice-presidente da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT) e também diretor da Associação Nacional de Jornais (ANJ), ao defender a abertura ao capital estrangeiro:

> O satélite, a Internet, a economia e de mercado e a globalização, entre outros fatores, passaram a exigir um esforço de atualização de nossas empresas, incapaz de ser alcançado pela tomada de empréstimos a altos custos altíssimos. Sem dúvida, somente o ingresso de capitais de risco, através de associações e parcerias, poderia fazer-nos modernos e competitivos[8].

São argumentos semelhantes os levantados pelo deputado federal Aloysio Nunes, ao justificar seu projeto de emenda constitucional que buscava retirar as limitações ao capital estrangeiro:

> Tais problemas dificultam a capitalização das empresas de comunicação, comprometendo conseqüentemente, sua competitividade, inibindo o mercado de trabalho dos jornalistas e demais profissionais do setor.
> O que propomos, em suma, é a capitalização das empresas de comunicação, abrindo o caminho para trazer mais dinheiro na forma de capital de risco, para fazer jornalismo[9].

Em um segundo momento, porém, o argumento principal na defesa da entrada do capital estrangeiro passaria a ser a delicada situação financeira enfrentada pelas empresas do setor, que se agravara especialmente com os efeitos da crise econômica mundial provocada pela moratória da Rússia, em agosto de 1998. Como conseqüência, o PIB brasileiro registraria um crescimento de 0,0% em 1998 e 0,3% em 1999, e a moeda nacional perderia cerca de 40% do seu valor frente ao dólar em apenas dois meses, entre dezembro de 1998 e janeiro de 1999.

A crise afetaria as empresas jornalísticas, afetando o investimento em publicidade, que, entre 1998 e 2000 , teve crescimento abaixo da inflação, representando uma queda em números reais, e na desaceleração da circulação de jornais e revistas.

---

[7] Sítio do Banco Central do Brasil (http://www.bcb.gov.br/rex/IED/Port/ingressos/htms/index2.asp?idpai=invedir). Acessado em 14 nov. 2008.

[8] Fernando Ernesto Corrêa, "A necessidade da abertura do capital", in: *Revista Rádio e TV* [antiga *Revista ABERT*], 13 (116), Brasília, mar.-abr. 1997, p. 18.

[9] Aloysio Nunes Ferreira, Proposta de Emenda Constitucional nº 455/1995, Diário da Câmara dos Deputados, LII (49), Brasília, 26 mar. 1997, p. 8014.

O aspecto mais negativo da crise, porém, foi seu reflexo nas dívidas dos grandes grupos de mídia. Durante a década de 90, todos os grandes grupos de mídia do país haviam tomado dinheiro emprestado, entre outros motivos, para realizar investimentos fora de seu *core bussines*, ou seja, fora de sua área de atuação tradicional. Antonio Biondi e Cristina Charão afirmam que as dívidas "vieram ora de aventuras no ramo da telefonia, como nos casos do Grupo Estado e da RBS; ora da confiança exagerada no crescimento dos mercados de TV por assinatura e Internet banda larga, casos da Globo e da Abril[10]."

Os investimentos, longe de trazer o retorno esperado, em muitos casos resultaram em prejuízos. O capital havia sido em boa parte levantado junto a bancos estrangeiros, com dívidas lastreadas no dólar, e, com a desvalorização do real, ficava cada vez mais difícil, para as empresas de mídia, fechar a conta.

No caso dos jornais e revistas, somava-se mais um fator: seu principal insumo, o papel, era em grande parte importado e, portanto, sujeito às variações cambiais.

Quando o deputado Henrique Alves, parecerista da emenda constitucional que alteraria o artigo 222, apresentou seu relatório, favorável à abertura ao capital estrangeiro, em 1999, a debilidade financeira das empresas de mídia já aparecia como um dos principais fatores:

> Em que pese o faturamento e a participação de mercado detido pelas principais empresas jornalísticas e de radiodifusão brasileiras, a sua saúde financeira declinou nessa década. Os principais grupos apresentam elevado nível de endividamento (...) Em decorrência dessa situação de endividamento, alguns veículos de imprensa e radiodifusão nacionais enfrentam o fantasma da falência[11].

A questão apareceria de forma ainda mais evidente quando o mesmo deputado fez a defesa da abertura do capital estrangeiro na primeira votação a respeito na Câmara dos Deputados, em 2001:

> De lá para cá, a crise foi se acentuando e acabou por atingir, de maneira brutal, todas as empresas de comunicação do País, das mais fortes e capitalizadas às mais frágeis, de jornais e revistas a emissoras de rádio e televisão. Tanto assim que a votação da matéria exigiu trabalho espontâneo e ao mesmo tempo consciente de todos os segmentos[12].

---

[10] Antonio Biondi e Cristina Charão, "Terra de Gigantes", in: *Revista Adusp*, 15 (42), São Paulo, jan. 2008, p. 8.

[11] Henrique Eduardo Alves, Parecer apresentado à Comissão Especial destinada proferir parecer à PEC nº203/95", Diário da Câmara dos Deputados, LIV (148), Brasília, 14 set. 1999, p. 40871.

[12] Ata da sessão 262 da 51ª Legislatura da Câmara, Diário da Câmara dos Deputados, LVI (192), Brasília, 12 dez. 2001, p. 64685.

A PROPOSTA DE EMENDA À CONSTITUIÇÃO Nº203 DE 1995

Proposta pelo deputado Odenir Laprovita Vieira, do Partido Progressista Brasileiro (PPB) do Rio de Janeiro, a PEC nº203 de 1995, que alterava o artigo 222 da Constituição, mantinha na sua redação original o veto ao capital estrangeiro, alterando apenas as limitações à propriedade de empresas jornalísticas e de radiodifusão por pessoas jurídicas.

Em sua emenda, Vieira abria a propriedade para entidades sem fins lucrativos e suprimia o § 2º, que limitava a propriedade por pessoas jurídicas a 30% do capital e lhes vetava o poder de voto dentro das empresas[13].

O deputado legislava em prol dos interesses da Igreja Universal, da qual era pastor, e de outras congregações evangélicas. Em sua estratégia de expansão, as Igrejas Evangélicas investiam cada vez mais em emissoras de rádio e televisão, porém, pelas limitações da Constituição, não podiam controlá-las diretamente. As mesmas eram registradas no nome de pessoas físicas, em geral pastores ou bispos. A situação era incômoda, porque eles poderiam abandonar suas congregações e levar as emissoras consigo.

O capital estrangeiro só entraria em pauta a partir da proposição da PEC nº455 de 1997, apresentada ao Congresso pelo deputado Aloysio Nunes Ferreira. Por também tratar do artigo 222, a PEC de Aloysio Nunes foi apensada à proposta de Vieira, passando a tramitar junto a ela, sob o número 203/1995.

A proposta de Nunes estabelecia que as empresas de jornalismo e radiodifusão poderiam ser propriedades de empresas nas quais houvesse participação de capital estrangeiro, desde que este não ultrapassasse 30% do capital total e votante. Ela também eliminava qualquer outra restrição às pessoas jurídicas, suprimindo ainda a garantia de que a responsabilidade pela administração e orientação intelectual fosse privativa de brasileiros[14].

Embora seja, formalmente, o autor da emenda, Aloysio Nunes não foi o responsável pela sua formulação. A PEC foi apresentada sob encomenda das associações patronais do setor, Associação Brasileira de Emissora de Rádio e Televisão (ABERT), Associação Nacional de Jornais (ANJ) e a Associação Nacional dos Editores de Revistas (ANER), conforme afirma Fernando Ernesto Corrêa:

---

[13] Na proposta de Vieira, o artigo 222 passaria a ter a seguinte redação:
"Art. 222. A propriedade de empresa jornalística e de radiodifusão sonora e de sons e imagens é privativa de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, aos quais caberá a responsabilidade por sua administração e orientação intelectual.
§ 1º - É vedada a participação de pessoa jurídica no capital social de empresa jornalística ou de radiodifusão, exceto a de partido político, de entidades sem fins lucrativos e de sociedades cujo capital pertença exclusiva e nominalmente a brasileiros".
Laprovita Vieira, Proposta de Emenda Constitucional nº 203/1995, Diário da Câmara dos Deputados, L (3), Brasília, 5 out. 1995, p. 337.

[14] Na redação proposta por Aloysio Nunes, o artigo 222 passaria a ter a seguinte redação:
"Art. 222. A propriedade de empresa jornalística e de radiodifusão é privativa de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, ou de empresas constituídas sob as leis brasileiras, que tenham sede e administração no País e cuja titularidade de pelo menos 70% (setenta por cento) do capital total e votante pertença nominalmente a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos".
Aloysio Nunes Ferreira, *op. cit.* nota 9, p. 8013.

> Ouvimos a ABERT, a ANJ e a ANER, através de seus órgãos diretivos e por intermédio de consultas a vários operadores, e concluímos que havia um consenso na linha de abertura do capital de nossas empresas (...)
> Levamos essa posição ao Deputado Aloysio Nunes Ferreira que, acolhendo nossa pesquisa, dispôs-se a ingressar com uma emenda para modernizar o texto constitucional[15].

Na justificativa de sua proposta, Aloysio Nunes fez questão de ressaltar que não enxergava qualquer problema no ingresso do capital estrangeiro, e que o limite de 30% presente na emenda foi incluído na redação por "prudência política", já que se tratava de "uma questão que suscita ainda muita polêmica e desperta paixões"[16].

TRAMITAÇÃO

As propostas de emendas constitucionais têm uma tramitação mais complexa que outros tipos de proposições legislativas. Foi preciso um longo intervalo entre a apresentação da primeira proposta de modificação do artigo 222, em 1995, e a promulgação da emenda, em 2002.

A primeira etapa da tramitação, a análise pela Comissão de Constituição e Justiça e da Cidadania (CCJC), foi superada sem dificuldades. À CCJC cabe verificar a admissibilidade da emenda, isto é, se a mesma foi proposta adequadamente e se não modifica as cláusulas pétreas da Constituição. A PEC nº203/1995, bem como a PEC 455/1997, a ela apensada, foi considerada admissível pela CCJC, por unanimidade, em 19 de junho de 1997.

A PEC aguardaria dois anos na "fila", até que a presidência da casa constituísse uma Comissão Especial, em 28 de abril de 1999, para analisar seu mérito. A partir daí, se intensificariam os debates sobre seu conteúdo, tanto no Parlamento como na sociedade.

Ao final de seus trabalhos, em 1 de setembro de 1999, a Comissão Especial aprovou o parecer do deputado Henrique Alves, favorável à abertura tanto a pessoas jurídicas como ao capital estrangeiro, embora ressaltando que esta deve "estar acompanhada de restrições, com vista a proteger a cultura e o idioma nacionais, elementos essenciais à integridade do País, e evitar uma oligopolização ainda maior do setor ou um controle indevido deste por parte de governo estrangeiro ou de grupos econômicos"[17].

O parecer de Henrique Alves fundia as propostas de Laprovita Vieira e Aloysio Nunes em substitutivo, com restrições que não estavam presentes nas redações anteriores. Na nova versão, as empresas de radiodifusão e jornalísticas eram tratadas de formas diferentes. No caso das primeiras, as pessoas jurídicas, mesmo se de capital nacional, não poderiam controlar mais que 30% do capital, e caberia exclusivamente a brasileiros o controle efetivo da empresa. Já as empresas jornalísticas teriam como único limite o máximo de 30% ao capital estrangeiro, sem qualquer limite às pessoas jurídicas, e sem garantias de que seriam controladas por brasileiros[18].

---

[15] Fernando Ernesto Corrêa, *op. cit*., nota 8.

[16] Aloysio Nunes Ferreira, *op. cit*. nota 9, p. 8013.

[17] Henrique Eduardo Alves, *op. cit*. nota 11.

[18] O substitutivo de Henrique Alves propunha a seguinte redação para o artigo 222:

Quatro deputados da Comissão Especial (Walter Pinheiro, Pedro Celso, Dr. Rosinha e Gilmar Machado), todos do Partido dos Trabalhadores (PT), apresentaram um voto em separado, em oposição ao parecer apresentado por Henrique Alves. O voto em separado repudiava claramente a abertura ao capital estrangeiro:

> No nosso entendimento, a discussão é extemporânea, já que em seu bojo contempla uma abertura aleatória para o capital estrangeiro, sem as necessárias salvaguardas.
> Para nós, do PT, é absurdo se pensar que isso pode acontecer exatamente com o setor institucional que mais afeta os cenários sócio-econômico e político cultural de qualquer nação, com repercussões profundas sobre a cidadania e a democracia, que é o setor da comunicação social (...).
> Para nós, os serviços jornalísticos e de radiodifusão, apesar de serem empreendimentos comerciais, são fundamentais para a construção da democracia e não se pode compará-los com outros setores da economia (...).
> Num cenário internacional adverso, com uma posição única de idéias e valores trazida com a globalização, é imperativo assegurar a identidade nacional de nossa cultura.
> Portanto, considerando-se a conjuntura atual, é altamente inadequada e inaceitável a abertura ao capital estrangeiro das empresas jornalísticas e de radiodifusão sonora e de sons e imagens[19].

Para a aprovação de uma emenda constitucional, é necessário que a mesma obtenha, em dois turnos, os votos favoráveis de três quintos dos deputados (309), em votação nominal. A PEC nº203/1995 precisaria, portanto, do apoio das quatro maiores bancadas da casa (PFL, PMDB, PSDB e PPB), que compunham a base aliada do governo Fernando Henrique. Mais que isso: seria necessário também o apoio de setores da oposição, já que poderia haver dificuldades para a obtenção do quorum e mesmo alguns votos contrários de deputados da própria base aliada.

Sem ter certeza de que seriam vitoriosos, os defensores da emenda evitaram levá-la a votação. O deputado Henrique Alves afirmou que "com os votos contrários da oposição, precisaríamos ter 480 deputados no plenário para a aprovação, e o assunto é muito importante para arriscarmos uma derrota"[20]. Dessa forma, a PEC foi retirada da pauta em duas ocasiões e sua aprovação, adiada.

"Art. 222. A propriedade de empresas jornalísticas e de radiodifusão sonora e de sons e imagens é privativa de brasileiros natos ou naturalizados há mais de 10 anos, ou de pessoas jurídicas constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sede no país.
§ 1º No caso de empresas de radiodifusão, a participação de pessoa jurídica ficará limitada a trinta por cento do capital total e votante, devendo o setenta por cento restantes pertencer exclusiva e nominalmente a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, os quais terão o controle efetivo da empresa, assim entendido como o exercício do poder decisório para gerir suas atividades.
§ 2º Tratando-se de empresas jornalísticas, pelo menos setenta por cento do seu capital total e votante deverá pertencer, direta ou indiretamente a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos".
Henrique Eduardo Alves, *op. cit.* nota 11, p. 40873.

[19] Walter Pinheiro et. al., Voto em separado à Comissão Especial destinada a proferir parecer à PEC nº 203/95, Diário da Câmara dos Deputados, LIV (148), Brasília, 14 set. 1999, p. 40874.

[20] Elvira Lobato, "Abertura da mídia emperra no Congresso" [Entrevista com Henrique Eduardo Alves], in: *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 20 out. 2001.

A PEC só foi levada a votação em plenário, ainda em primeiro turno, em 11 de dezembro de 2001, depois que o relator Henrique Alves conseguiu fechar um acordo com algumas bancadas da oposição (PT, PC do B, PSB e PPS). O único partido que manteve sua posição contrária ao capital estrangeiro foi o PDT, cuja pequena bancada não oferecia riscos à aprovação da emenda, e que seguia uma ordem expressa de seu dirigente nacional, Leonel Brizola:

> Com efeito, trata-se de lesão inédita à nossa soberania nacional esta aberração que se intenta instaurar ao permitir que os meios de comunicação de nosso país, que controlam a informação e exercem papel fundamental na edificação da consciência fiquem sujeitos ao controle de empresas e cidadãos de outros países (...)[21].

Com o acordo das principais bancadas, a PEC foi aprovada pela Câmara por 406 votos favoráveis e 23 contrários. Além de 15 votos contrários dos deputados do PDT, houve ainda 8 votos de dissidentes de outras legendas, em especial do PTB, que também se opuseram ao projeto.

O PT, que, na Comissão Especial, havia repudiado a proposta, votou a favor por unanimidade. Durante a votação, porém, os deputados petistas Ivan Valente (PT -SP), Padre Roque (PT -PR), Adão Preto (PT -RS), Orlando Desconsi (PT -RS), Clovis Ilgenfritz (PT -RS), Tilden Santiago (PT -MG) e Luci Choinacki (PT -SC) pediram a palavra para manifestar sua posição contrária à proposta, explicitando que seu voto a favor era em respeito à disciplina partidária.

O abandono, por parte do PT, de sua posição original, foi negociado em um acordo, em que os partidos da base aliada do governo Fernando Henrique fizeram concessões. A primeira delas foi atender à reivindicação do PT e de outros partidos de esquerda de instalação do Conselho de Comunicação Social.

Órgão auxiliar do Congresso, previsto já pela Constituição de 1988 e regulamentado por lei em 1991, o Conselho ainda não havia sido instituído. Para Alberto Dines,

> O atraso não resultou da preguiça ou do excesso de trabalho dos nobres parlamentares. Foi resistência ostensiva de sucessivas Mesas Diretoras do Senado, às quais não interessava a existência de um fórum de consulta, cobranças e debate sobre mídia instalado dentro do parlamento, com todas as prerrogativas deste tipo de suporte[22].

Com o apoio dos partidos governistas, o Conselho começou a funcionar em 25 de junho de 2002. Reunia representantes da sociedade civil, das empresas de comunicação e dos profissionais do setor, todos indicados pelo Congresso Nacional. Em seus primeiros anos de funcionamento, debateu em suas reuniões diversos temas referentes às políticas públicas de comunicação, porém não possuía poder deliberativo, sendo apenas um órgão consultivo do Congresso.

---

[21] Leonel Brizola, Nota do Presidente Nacional do PDT a sua bancada, Diário da Câmara dos Deputados, LVI (192), Brasília, 12 dez. 2001, p. 64696.

[22] Alberto Dines, "Seqüestraram o Conselho de Comunicação Social", in: *Observatório da Imprensa*, 18 mar. 2008. Disponível em: http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=477JDB001, acessado em 14 nov. 2008.

O órgão, porém, logo se esvaziou, tornando-se completamente inativo. Atualmente, o Conselho sequer se reúne; sua última reunião ocorreu em 20 de novembro de 2006.

Outra concessão feita pelos partidos governistas para garantir os votos favoráveis da oposição foi modificar a redação da emenda. Dessa forma, o relator, Henrique Alves, apresentou ao plenário um novo texto que, preservando o essencial, isto é, a abertura às pessoas jurídicas e ao capital estrangeiro, continha algumas mudanças em relação ao primeiro substitutivo apresentado pelo deputado.

Em primeiro lugar, as empresas jornalísticas e de radiodifusão passavam a ser tratadas da mesma forma, e para ambas ficava restrito aos brasileiros o "poder decisório para gerir suas atividades e para estabelecer o conteúdo da sua programação" e a "responsabilidade editorial". Além disso, foram acrescentados novos parágrafos, prevendo a “garantia a prioridade de profissionais brasileiros na execução de produções nacionais” e que as alterações de controle societários das empresas deveriam ser comunicadas ao Congresso Nacional[23].

A oposição enxergava nessas alterações uma forma de minorar os possíveis efeitos negativos da abertura ao capital estrangeiro, preservando a linha editorial e o conteúdo do controle estrangeiro, salvaguardando o mercado de trabalho dos profissionais brasileiros do setor, e estabelecendo formas de fiscalizar os cumprimentos dos limites estabelecidos.

Ao orientar a sua bancada na votação, o líder do PC do B, deputado Inácio Arruda, descreveu o acordo da seguinte forma:

> Foi proposta uma série de emendas, fruto de discussão com os partidos de oposição da casa, mas não todos. Participamos da discussão, com o PSB, o PPS e o PT, que desejavam examinar as garantias para a produção e o poder de decisão das empresas nacionais, se 70% do capital significavam,

---

[23] A proposta de emenda apresentada por Henrique Alves ao plenário na votação em primeiro turno, em 11 de dezembro de 2001, dava ao artigo 222 a seguinte redação:
“Art. 222. A propriedade de empresa jornalística e de radiodifusão sonora e de sons e imagens é privativa de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, ou de pessoas jurídicas constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sede no País.
§ 1º Em qualquer caso, pelo menos setenta por cento do capital total e do capital votante das empresas jornalísticas e de radiodifusão sonora e de sons e imagens deverá pertencer, direta ou indiretamente, a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, que terão poder decisório para gerir suas atividades e para estabelecer o conteúdo da programação.
§ 2º A responsabilidade editorial e as atividades de seleção e direção da programação veiculada são privativas de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, em qualquer meio de comunicação social.
§ 3º Os meios de comunicação social eletrônica, independentemente da tecnologia utilizada para a prestação do serviço, deverão observar os princípios enunciados no art. 221, na forma de lei específica, que também garantira a prioridade de profissionais brasileiros na execução de produções nacionais.
§ 4º Lei disciplinará a participação de capital estrangeiro nas empresas de que trata o § 1º.
§ 5º As alterações de controle societário das empresas de que trata o § 1º serão comunicadas ao Congresso Nacional.
Henrique Eduardo Alves, Emenda Aglutinativa Substitutiva nº1, de 2001, Diário da Câmara dos Deputados, LVI (192), Brasília, 12 dez. 2001, p. 64685.

> efetivamente, garantias para nossas as empresas e se os 30% não iam burlar essa garantia.
> Todas as emendas foram acolhidas pelo relator. Buscamos fazer algumas salvaguardas e encaminhamos a discussão para um acordo[24].

O deputado Rubens Bueno, líder do PPS, partido que também aderiu ao acordo, também a posição de seu partido:

> Quanto ao texto da primeira proposta, a bancada do PPS votaria contra e assim declarou não só aos líderes dessa Casa, mas também a Imprensa. Entretanto, levando em conta o fato de que a proposta evoluiu para um acordo, chegou-se a conclusão de que seria possível fazer amarrações. Assim, em vez de se perderem os dedos, perdem-se os anéis. Abre-se a possibilidade dos 30%, mas se amarra em vários parágrafos que não existiam, exatamente para que esse controle se mantenha nas mãos de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos[25].

Deve-se levar em contar ainda que a proximidade das eleições nacionais de 2002 desencorajava os deputados a tomar qualquer posição que se opusesse ao interesse dos maiores grupos de mídia do país – em especial a bancada petista, que almejava eleger um presidente da república. Roberto Mangabeira Unger aponta nesse sentido, ao descrever a votação:

> A proposta de emenda constitucional que abre a mídia para o capital estrangeiro no limite de 30% passou em primeira votação na Câmara dos Deputados por maioria avassaladora. Os votos favoráveis se dividem em três grupos: os convictos, os intimidados e os interessados, estes os numerosos parlamentares proprietários de meios de comunicação – um quarto do Congresso – que votaram ilegalmente em causa própria. Na Câmara, só um partido fechou questão contra: o PDT. (...)
> Não é que todos os outros concordem com a direção imposta ao Congresso pelos donos da mídia. É que muitos têm medo de dizer o que pensam
> A fórmula escolhida para justificar a adesão dos partidos de esquerda foi grotesca. Não serve para enganar nem os deputados mais desesperados para se enganarem. Reservam-se aos brasileiros a condução da linha editorial dos veículos e a escolha da programação. Como se jamais houvessem faltado no Brasil, ou em qualquer outro país, jornalistas e produtores dispostos a fazer tudo o que o dono e seus parceiros mandam (...)
> E aí a tentativa do Congresso de se entregar aos donos da mídia e a tentativa da mídia de se entregar ao dinheiro de fora se ligam à sucessão presidencial[26].

Depois da aprovação em primeiro turno na Câmara dos Deputados, a PEC teve uma tramitação tranqüila. Foi aprovada com folga, tanto no segundo turno da Câmara, como nos dois turnos do Senado, e definitivamente promulgada em 26 de maio de 2002, sob a denominação de Emenda Constitucional nº36.

---

[24] Ata da sessão 262 da 51ª Legislatura da Câmara, *op. cit*. nota 12, p. 64699.

[25] *Ibidem*, p. 64701.

[26] Roberto Mangabeira Unger, "A entrega e a sucessão", in: *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 18 dez. 2001.

Entre a aprovação no primeiro turno e a promulgação, a redação da emenda sofreu mais uma mudança em seu texto. No § 1º, o trecho "a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, que terão poder decisório para gerir suas atividades e para estabelecer o conteúdo da programação" foi substituído por "a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, que exercerão obrigatoriamente a gestão das atividades e estabelecerão o conteúdo da programação"[27].

Uma vez aprovada a PEC, as empresas de mídia já podiam ser controladas por pessoas jurídicas. Porém, no que dizia respeito à abertura ao capital estrangeiro, o novo texto constitucional ainda não podia ser colocado em prática, pois dependia ainda de regulamentação em lei.

O governo federal iniciou a preparação de um projeto de lei, colocando em consulta pública, por meio do Ministério das Comunicações, uma proposta inicial de texto para a lei, em 26 de julho de 2002. Porém, sem esperar pelo processo legislativo, que poderia ser lento, o governo optou por regulamentar o capital estrangeiro via medida provisória (MP 70/2002), em 1 de outubro de 2002.

À época, especulou-se que a opção pela medida provisória, mais ágil que um projeto de lei, atendia aos interesses específicos de grupos de mídia que já teriam negociações com grupos estrangeiros. A *Folha de S.Paulo*, em 3 de outubro de 2002, noticiava:

> A *Folha* apurou que era um desejo da maioria dos grupos de comunicação a antecipação da regulamentação da abertura do setor ao mercado estrangeiro. No entanto, dois grupos (Organizações Globo e Editora Abril) eram os que mais desejavam uma medida imediata do governo, via MP. Ambas estão em negociação com investidores estrangeiros[28].

Contudo, nenhum acordo com grupos estrangeiros foi concluído nos meses seguintes. A Abril só teria parte de seu capital controlado por estrangeiros a partir de 2004, e a Globo não concluiu qualquer acordo do tipo até a presente data.

A regulamentação definitiva seria estabelecida com a ratificação da MP pelo Congresso, transformando-a na lei nº10.610/02, em 20 de dezembro de 2002. A lei avançou pouco além do que já estava estabelecido na Constituição, apenas reafirmando os limites expressos no artigo 222 e atribuindo ao Poder Executivo a capacidade para fiscalizar o cumprimento dos mesmos. As empresas jornalísticas ficavam obrigadas, também, a prestarm contas anualmente sobre a composição do seu capital social.

A lei modificou ainda dois artigos do Código Brasileiro de Telecomunicações (Lei nº4.117, de 27 de agosto de 1962), estabelecendo que concessionárias e permissionárias de serviços de radiodifusão deveriam ter, como administradores e gerentes, somente brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, além de prever a pena de cassação da concessão ou permissão para empresas que desrespeitassem os dispositivos do artigo 222 da Constituição[29].

---

[27] Constituição da República Federativa do Brasil, *op. cit*. nota 1. Ver a redação final do artigo 222, dada pela Emenda nº36, na página 13.

[28] "Governo acelera entrada de capital estrangeiro na mídia", in: *Folha de S.Paulo*, 3 out. 2002.

[29] Lei nº 10.610, de 20 de dezembro de 2002. Disponível em:

LEGISLAÇÃO SOB ENCOMENDA

Tendo formulado a proposta de entrada de capital estrangeiro, apresentada por Aloysio Nunes, os grandes empresários do setor de mídia continuaram atuantes em todo o processo de tramitação da emenda, tanto diretamente como por meio de suas associações, ABERT, ANER e ANJ. A última afirma, com orgulho, no balanço de atividades de seu comitê de "relações governamentais", que:

> A Associação Nacional de Jornais, a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT) e a Associação Nacional de Editores de Revistas (ANER) trabalharam intensamente pela aprovação, pelo Congresso Nacional, da Emenda Constitucional nº36, que veio permitir a participação de capital estrangeiro nas empresas de comunicação e de pessoas jurídicas na sua composição acionária[30].

Como parte das articulações para a aprovação da emenda, o maiores empresários do setor se reuniram por duas vezes com o presidente Fernando Henrique Cardoso. Na primeira delas, em 17 de maio de 2005, o presidente recebeu, em um jantar, os empresários Luís Sandoval (SBT), Johnny Saad (Bandeirantes), Paulo Cabral (Diários Associados), Roberto Civita (Grupo Abril) e Domingo Alzugaray (Editora Três). Na ocasião, Aloysio Nunes, que havia assumido o posto de secretário-geral da presidência, garantiu aos empresários que o governo estaria empenhado na aprovação da emenda[31].

Na segunda, em 20 de novembro de 2001, Fernando Henrique recebeu o presidente da Empresa Folha da Manhã Ltda., Luís Frias, o diretor-superintendente de *O Estado de S. Paulo*, Francisco Mesquita Neto, o presidente do Grupo Abril, Roberto Civita, o vice-presidente de Relações Institucionais das Organizações Globo, Evandro Guimarães, o diretor-presidente da Rede Brasil Sul, Nelson Sirotsky, e o presidente dos Diários Associados, Paulo Cabral de Araújo. Desta vez, já às vésperas da aprovação em primeiro turno da emenda, o próprio presidente se comprometeu a conversar com o presidente da Câmara, Aécio Neves (PSDB-MG), para apressar a tramitação da emenda[32].

A ausência de um representante das Organizações Globo na primeira reunião com o presidente da república e a presença na segunda refletem a mudança no posicionamento da empresa. Inicialmente vacilante quanto a abertura ao capital estrangeiro, a Globo passaria a ter uma posição definida a favor da emenda, com a deterioração de sua saúde financeira. Gustavo Gindre afirma que:

> Durante anos a Globo foi contra a entrada do capital estrangeiro por temer deixar de competir com Band, SBT e Record e ter que disputar o mercado brasileiro com Sony, Warner, News e similares, com muito mais poder de

---

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/2002/L10610.htm, acessado em 14 nov. 2008.

[30] Associação Nacional de Jornais, Atividades 2002-2004 [do Comitê de Relações Governamentais]. Disponível em: http://www.anj.org.br/comite/relacoes-governamentais/atividades-2002-2004, acessado em 14 nov. 2008.

[31] "FHC arbitra debate entre grupos", in: *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 18 maio 2000.

[32] "FHC quer apressar emenda que abre capital da mídia", in: *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 21 nov. 2001.

> fogo. Foi a crise financeira que lhe obrigou aceitar a idéia de que pode ser necessário ter um sócio estrangeiro[33].

Não restam dúvidas de que o apoio das Organizações Globo foi decisivo para a aprovação da emenda. Questionado, à época, sobre o poder da Globo no Congresso, o deputado Henrique Alves respondeu: "se ela [a Globo] quiser acionar, tem um bocado de votos [na Câmara]"[34].

O mesmo deputado assumiu que foi procurado pelas empresas de mídia para acelerar a tramitação do projeto: "retomei meu mandato para defender a aprovação das emendas favoráveis a meu Estado no Orçamento. Mas fui contatado por empresas de televisão que querem a aprovação da emenda"[35].

Como parte dos esforços finais para a aprovação da emenda, em dezembro de 2001, ABERT, ANJ e ANER divulgaram um manifesto conjunto, no qual apelavam ao Congresso pela aprovação:

> Capitalizadas e revigoradas, as empresas poderão fazer frente ao aumento da concorrência e à entrada no mercado de gigantes internacionais das telecomunicações e internet, que operam livres de restrições. Em um cenário de transformações contínuas, como o advento da TV a cabo, internet, TV por satélite e TV digital, dispor de recursos que permitam uma rápida readequação tecnológica é absolutamente vital. (...)
> Temos a convicção de que a Câmara dos Deputados será sensível às necessidades advindas com a revolução tecnológica da última década. Precisamos ter a consciência de que a realidade mudou e buscar o melhor caminho para o País. Só um mercado livre das atuais restrições dará a nossas empresas condições de enfrentar os desafios do futuro[36].

O Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) denunciou, em manifesto contrário à emenda, a atuação de lobistas de grandes empresas, durante a votação em primeiro turno:

> Os lobbistas do empresariado – entre estes os representantes da Globo, da Abril**,** da Folha de São Paulo e da RBS – circulavam com desenvoltura pelo plenário, mesmo sem crachás de acesso especial, confraternizando com parlamentares e sendo contatados seguidamente pelas lideranças governistas que apoiavam a PEC, inclusive o próprio relator Henrique Eduardo Alves (PMDB-RN)[37].

---

[33] Gustavo Gindre, "Globo: o desafio da convergência", in: *Projeto Software Livre Brasil*, 31 jul. 2005. Disponível em: http://www.softwarelivre.org/news/4511, acessado em 14 nov. 2008.

[34] Elvira Lobato, *op. cit.* nota 20.

[35] *Ibidem*.

[36] Associação Nacional de Jornais, Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão, e Associação Nacional dos Editores de Revista, "Por um mercado de comunicação moderno", s.d. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/ipub051220013.htm, acessado em 14 nov. 2008.

[37] Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, "Aceitando abrir a mídia ao capital estrangeiro oposições fazem aposta de alto risco para o país", Brasília, 17 dez. 2001. Disponível em: http://www.fndc.org.br/arquivos/Manifesto_3_votacao_PEC_11-12.doc.

Para Venício Lima, as empresas do setor de mídia também promoveram, em seus veículos, uma campanha pela aprovação da emenda:

> Elas fizeram inclusive, muito bem articulada, a agenda de mídia, o suporte à aprovação dessa emenda, com matérias, coberturas falando da modernização, enquanto as vozes contrárias foram muito pouco ouvidas, tiveram muito pouca presença na mídia neste período[38].

A OPOSIÇÃO À PEC FORA DO PARLAMENTO

Um dos aspectos da PEC, a liberação da propriedade do capital das empresas jornalísticas e de radiodifusão por parte de pessoas jurídicas, que permitiria às empresas lançarem ações na bolsa, entre outros tipos de reorganização institucional, não encontrou opositores. As limitações existentes eram vistas como um dos motivos para a sobrevivência das antiquadas empresas familiares no setor de mídia.

Quanto à entrada do capital estrangeiro, embora no Congresso a maioria dos opositores da emenda tenha se dobrado, fora do Parlamento houve quem mantivesse sua posição contrária.

Um dos repúdios mais claros veio do FNDC, fórum que reúne 151 entidades, entre elas a Federação Nacional de Jornalistas (FENAJ), a Executiva Nacional de Estudantes de Comunicação Social (ENECOS), o Fórum Nacional de Professores de Jornalismo (FNPJ) e a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM).

O Fórum expressou sua oposição em uma série de manifestos divulgados durante a fase final da tramitação da emenda. Para o FNDC:

> *em síntese, esta PEC procura resolver o problema imediato de liquidez das empresas de comunicação à custa de sérios riscos à soberania nacional, ao interesse popular e à própria racionalidade do setor das comunicações*[39].

Na visão do FNDC, era necessário, em nome da soberania nacional, preservar o controle sobre as empresas de mídia, e até mesmo o limitado modelo de empresas familiares seria preferível à entrada do capital estrangeiro, vista como "*a entrega dos principais meios contemporâneos de produção da cultura e de disseminação de idéias, valores e concepções a interesses estranhos aos do país*[40]".

Além disso, a discussão em torno do capital estrangeiro seria extemporânea, na medida em que não era acompanhada de um debate mais amplo, levando em conta a defasagem da

---

[38] Associação dos Docentes da Universidade de São Paulo, "Debate: Capital estrangeiro, para onde vai a mídia?", in: *Revista Adusp*, 9 (28), São Paulo, dez. 2002, p. 36.

[39] Grifo deles. Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, "Controle estrangeiro da mídia brasileira ameaça a soberania popular, a democracia e a nacionalidade: Posicionamento em relação à Proposta de Emenda à Constituição 203-B/95, que abre o capital das empresas de mídia do Brasil ao capital estrangeiro", Brasília, 2 dez. 2001. Disponível em: http://www.fndc.org.br/arquivos/ManifestoPEC203-B-95.doc.

[40] *Ibidem*.

legislação da área, que deveria ser rediscutida como um todo, formulando-se um novo modelo. O Fórum colocava em dúvida também o argumento central para a entrada de capital estrangeiro, isso é, a capitalização das empresas do setor, já que "que o segmento de TV por assinatura encontra-se em crise apesar de já ter liberação de participação do capital estrangeiro em bases superiores aos 30% permitidos pela PEC votada na Câmara[41]".

O FNDC manteve sua posição mesmo depois dos acordos entre o governo e a oposição no Congresso. Para o Fórum, as modificações realizadas a pedido da oposição não eram significativas:

> Ora, mesmo com as supostas garantias de controle editorial por brasileiros inseridas na PEC, um sócio estrangeiro com papel tão forte, como o próprio empresariado brasileiro lhe atribui, obviamente refletiria seu poderio na atuação editorial das empresas de mídia. Admitir o contrário seria aceitar a improvável hipótese da existência de sócios estrangeiros dispostos a participar de empreendimentos sem proteger o seu capital e abstendo-se de participar das decisões estratégicas nas empresas onde investirão[42].

Embora não de forma tão contundente como o FNDC, pesquisadores da área de comunicação também se manifestaram contra a emenda. Jair Borin apontava para a possibilidade dos sócios estrangeiros passarem a ter controle, de fato, sobre o conteúdo, apesar das restrições da legislação:

> Agora, nada impede que, por alguns arranjos contábeis, não se venha a dar, na composição dessas futuras diretorias das novas corporações que vão se formar aqui, um papel predominante na indicação de cargos, na própria orientação editorial, na orientação dos produtos de mercado mediáticos que virão com este apoio de recursos. E aí é que mora o perigo, porque dar-se-á, seguramente, um reforço à colonização já existente. Por quê? Porque tudo vai ser adequado aos padrões tecnológicos e aos sucessos mediáticos cujos modelos são gestados no exterior[43].

Já o professor Venício Lima acreditava que a abertura ao capital estrangeiro agravaria as condições do mercado de trabalho dos profissionais do setor, e aumentaria a presença, na mídia brasileira, de conteúdo produzido no estrangeiro:

> Esse conteúdo é oneroso, muito oneroso, porque é pago em dólar. E o dólar sofreu uma grande valorização. Se você tem capital estrangeiro e, se ele for, como se espera também, de grupos que já são do setor, provavelmente essa entrada de programação estrangeira vai ser facilitada em termos de pagamento.[44].

Para Lima, os impactos da emenda seriam ainda mais graves devido à ausência de regulamentação do setor no Brasil – que, ao contrário dos outros países nos quais houve abertura ao capital estrangeiro no setor de mídia, não possui qualquer tipo de controle sobre a

---

[41] Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, *op. cit*. nota 37.

[42] *Ibidem*.

[43] Associação dos Docentes da Universidade de São Paulo, *op. cit*. nota 38, p. 31.

[44] *Ibidem*, p. 35.

propriedade *cruzada* dos meios de comunicação, ou seja, a posse, por um mesmo grupo, de meios de comunicação diferentes, como jornais impressos e emissoras de rádio e TV[45].

Outro a se opor a medida foi o jurista Walter Ceneviva, para quem a emenda permitiria a "ingerência direta de capitais privados e indireta de governos estrangeiros", ameaçando a democracia e a soberania nacional, mesmo com os limitações previstas:

> Dir-se-á que o capital nacional será sempre majoritário, controlador. A inferência é falsa. Ninguém porá valores substanciais numa empresa de comunicação sem assegurar (há muitas formas de garantir a finalidade) limites ao noticiário ou crítica que não interesse ao capital empregado[46].

[45] *Ibidem*, p. 37.

[46] Walter Ceneviva, "Estrangeiros na comunicação", in: *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 15 dez. 2001.

CAPÍTULO 2

Com o nome de *Nasionale Pers* (“imprensa nacional”, em africâner), a Naspers foi fundada em 1915, na Cidade do Cabo, região sudoeste da África do Sul, para editar o jornal diário *De Burguer*.

A criação do *De Burguer* – assim como da própria *Nasionale Pers* – e sua história nas décadas seguintes estão diretamente ligadas ao desenvolvimento do movimento nacionalista africâner, em especial ao seu principal partido, o *National Party*.

Descendentes dos colonos holandeses que se estabeleceram na África do Sul entre 1652 e 1806 (período em que a região era uma colônia da Holanda, administrada pela Companhia Holandesa das Índias Orientais) e de refugiados protestantes vindos de outros países europeus (em especial da França e da Alemanha), os africâneres se tornaram uma etnia específica, desenvolvendo língua e cultura próprias. Quando em 1910 a África do Sul se tornou autônoma, embora formalmente ainda integrante do Império Britânico, os africâneres constituíam a maior parte da população branca do país.

Logo nos primeiros anos de vida independente do país, ganhou corpo entre a população africâner um sentimento nacionalista, que resultaria na formação do *National Party*, em 1914, com um programa pautado no rompimento dos laços que ainda restavam com o império britânico, na valorização da cultura africâner, na segregação racial e na supremacia branca.

O *De Burguer* foi criado, explicitamente, para servir como veículo de propaganda dos nacionalistas na Cidade do Cabo. Logo após seu lançamento, o posto de editor foi assumido por Daniel François Malan (1874-1959), líder municipal do *Nacional Party*[1]. Dessa forma, o *De Burguer* e, mais tarde, outros jornais da *Nasionale Pers* não somente divulgavam as posições do partido africâner mas, mais especificamente, adotavam uma linha "malanista", servindo como porta-vozes de Malan nas disputas intestinas ao partido.

O jornal foi um importante ponto de apoio para que Malan se elegesse deputado, em 1918. Mais de uma década mais tarde, em 1934, seria pelo mesmo jornal (já rebatizado como *Die Burguer*[2]) que Malan propagandearia sua cisão com o *National Party* e a criação de um novo partido, o *Gesuiwerde Nasionale Party* [Partido Nacional Purificado], do qual seria o dirigente máximo[3].

Enquanto se ampliava a influência política de Malan, cresciam também as atividades comerciais da *Nasionale Pers*. No ano seguinte à sua criação, a companhia lançou sua primeira revista, *De Huisgenoot*, e já em 1918 passou a editar livros. Em 1925, seu segundo jornal diário, *Die Volksblad*, começou a circular em Bloemfontein, terceira maior cidade da África do Sul, localizada na região central do país.

A partir de 1948 – quando Malan se tornou primeiro-ministro, pelo *National Party*, que se reunificara oito anos antes –, a Naspers se tornou a mais importante organização de mídia para a sustentação de seu governo e do regime de segregação racial por ele criado, o Apartheid.

Malan deixou o poder em 1954, mas o Apartheid se prolongaria por décadas. Ao longo desse período, a Naspers continuaria dando sustentação ao regime, embora não mantivesse, com os chefes de Estado que se sucederam, uma relação tão umbilical como tivera com Daniel Malan. Desses, o mais próximo à empresa foi Pieter Willem Botha (primeiro-ministro entre 1978 e 1984 e presidente entre 1984 e 1989). Na juventude, Botha trabalhara para a Naspers como vendedor de livros e como repórter do *Die Volksblad*; na década de 60, ocupou um assento no conselho de administração da companhia[4].

Em relatório sobre os efeitos do Apartheid na mídia sul-africana na década de 20, a Unesco destaca a ligação entre a Naspers e o regime. "Os principais jornais em língua africâner são ligados ao *National Party*, e membros proeminentes do atual governo pertencem a seus conselhos", ainda que fosse "pertinente observar que o *Die Burguer* às vezes assume uma posição moderada ou reservada em relação às medidas governamentais"[5].

---

[1] Dunbar Moodie, *Rise of Afrikanerdom*: Power, Apartheid & the Afrikaner civil religion, Berkeley, University of California Press, 1975.

[2] A grafia *De Burguer* correspondia às normas do holandês formal, utilizado pelo jornal em seus primeiros anos de existência. A alteração do nome acompanhou uma mudança do próprio jornal, que passou a utilizar a língua africâner, uma derivação local do idioma holandês.

[3] Dunbar Moodie, *op. cit.* nota 1.

[4] Alistair Boddy-Evans, "Biography of PW Botha, Apartheid Era President", in: *About.com*: African History. Disponível em: http://africanhistory.about.com/od/biography/a/BioPWBotha_3.htm, acessado em 14 nov. 2008.

[5] UNESCO, *Apartheid*: its effects on education, science, culture and information. Paris, UNESCO, 1967, pp. 194-195, traduzido pelo autor. No original, em inglês: "The main Afrikaans-language dailies are

O mercado de jornais na África do Sul nesse período passava longe da livre competição, na medida em que a liberdade de imprensa era bastante restrita – situação que se agravou especialmente depois da edição do *Supreession of Communism Act* [Ato para Supressão do Comunismo], em 1950. O Ato conferia ao termo "comunismo" uma definição bastante ampla, incluindo qualquer doutrina "que visa a encorajar o sentimento de hostilidade entre as raças européias e não-européias da União"[6]. De acordo com a nova legislação, o governo poderia fechar publicações e impedir os jornalistas que se enquadravam nessa definição de exercerem a profissão. A importação de publicações estrangeiras ao país também era muito limitada e precisava de autorização prévia do governo.

Para além da censura aberta, outros mecanismos atuavam para dificultar a circulação de jornais que não agradavam ao regime, como afirma o relatório da Unesco: "anúncios comerciais, concessões especiais, certas isenções de impostos a que os monopólios da mídia têm acesso tornam difícil a existência de jornais situados fora desses círculos"[7].

Por sua proximidade com o governo, a Naspers não estava sujeita a esse tipo de constrangimento: pelo contrário. O pesquisador de história econômica Sampie Terblanche, descrevendo a relação entre o governo e as grandes empresas sul-africanas, afirmou que se ele "tivesse de identificar a corporação africâner que mais se beneficiou do favorecimento do NP [*National Party*], seria a Naspers", já que havia "uma simbiose muito intensa, política, ideológica e pessoal, entre a Naspers e o governo do NP"[8].

Nesse ambiente, os negócios da empresa prosperaram, tanto a edição de livros como de jornais e revistas. Na década de 60, a empresa passou a editar revistas também em inglês, ampliando seu público-alvo – movimento que seria acentuado, em 1984, com a aquisição da editora Drum, que publicava uma revista de mesmo nome e outras publicações (em especial a revista feminina *True Love*), todas voltadas para o público negro. A Naspers passou a editar mais um jornal diário, o *Beeld* (em 1974), e um semanário, o *Rapport* (em 1970), além do semanário *City Press*, adquirido em conjunto com a revista *Drum*.

Uma postura mais crítica em relação ao Apartheid só seria adotada pela Naspers quando da mudança de posição do próprio *Nacional Party*, com a ascensão a presidência de Frederik Willem De Klerk (1936-), em 1998. Teve início então um processo gradual de democratização

---

linked to the National Party, and proeminent members in the present governement sit on their boards (...) it is apropriate to note that die burguer sometimes takes a moderate or reserved position vís-à-vis government measures".

[6] África do Sul, Lei nº 44, de 17 de julho de 1950, Supression of Communism Act, traduzido pelo autor. No original, em inglês: "which aims at the encouragement of feeling of hostility between the European and non-European races of the Union (...)".

[7] UNESCO, *op. cit.* nota 5, p. 194, traduzido pelo autor. No original, em inglês: "commercial advertising, special concessions, certain exemptions from taxation which the newspapers monopolies have access, make it difficult for newspaper owned outside this circle to come into existence".

[8] Sampie Terblanche, Depoimento à Truth and Reconciliation Commission: Business Sector Hearings, Joanesburgo, 11 nov. 1997, traduzido pelo autor. Disponível em: http://www.doj.gov.za/trc/special/business/busin1.htm, acessado em 14 nov. 2008. No original, em inglês: "were to identify and [sic] Afrikaner corporation that has benefited the most from NP favouritism then it would be Naspers (…) a very close political, ideological and personal symbiosis between Naspers and the NP government".

do país, que culminaria com as primeiras eleições livres, em 1994, e a vitória, no pleito presidencial, de Nelson Mandela. Durante esse período, os jornais da Naspers passaram a defender o desmonte do regime de Apartheid, porém no ritmo e nas condições estabelecidas pelo *National Party*.

Nos anos que se seguiram à queda do Apartheid, em nenhum momento a Naspers se desculpou oficialmente por sua colaboração com o regime ou reviu, publicamente, as posições que sustentou durante sua vigência. Em setembro de 1997, a *Truth and Reconciliation Comission* [Comissão pela Verdade e Reconciliação, TRC na sigla em inglês], comissão governamental que procurava investigar violações aos direitos humanos ocorridas durante o Apartheid, convocou a Naspers a prestar esclarecimentos sobre sua colaboração com o regime. A empresa se recusou a enviar qualquer representante. Sua única manifestação perante a comissão foi enviar uma cópia do livro Oor *Grense Heen* [Cruzando fronteiras], versão oficial de sua história. De acordo com o relatório da TRC, o livro:

> Repetidamente confirma que os vários jornais do grupo foram sempre favoráveis às instituições governamentais do NP. Os parágrafos de abertura afirmam, candidamente, que a vitória do NP em 1948 significou que a companhia se tornou uma instituição pró-governo. (...) Ocasionalmente, dúvidas sobre o Apartheid vêm à tona, mas, em geral, o livro reflete uma absoluta falta de preocupação com o apoio da empresa ao sistema racista[9].

No mesmo mês, 127 jornalistas e ex-jornalistas da empresa enviaram à comissão um documento em que assumiam sua responsabilidade individual na colaboração com o Apartheid: "Eu me considero moralmente co-responsável pelo que aconteceu em nome do Apartheid, porque eu ajudei a manter um sistema no interior do qual esses abusos puderam ocorrer"[10]. No mesmo documento, os jornalistas declararam que "os jornais da *Nasionale Pers* formaram parte integrante da estrutura de poder que implementou e manteve o sistema de Apartheid por meio, por exemplo, do apoio que esses influentes jornais deram aos *National Party* em eleições e referendos[11]. O documento, porém, representava a opinião dos signatários, e não da empresa.

Embora sem apresentar uma autocrítica, já nos primeiros anos de abertura democrática a Naspers se afastou, na prática – ao menos publicamente –, de suas posições anteriores, sem

---

[9] Truth and Reconciliation Commission, Final Report, vol. 4, cap. 6: Institutional Hearing: The Media, apresentado em 29 out. 1998, traduzido pelo autor. Disponível em: http://www.polity.org.za/polity/govdocs/commissions/1998/trc/4chap6.htm, acessado em 14 nov. 2008. No original, em inglês: "repeatedly confirms that the various newspapers in the group were always pro-NP government institutions. The opening paragraph states candidly that the NP victory in 1948 meant that the company became a pro-government institution. (...) Occasionally, doubts about apartheid do surface but, in the main, the book reflects a total lack of concern for the company's support of the racist system".

[10] *Apud* Desmond Tutu, "TRC receives submission signed by 127 journalists from Naspers", 26 set. 1997, traduzido pelo autor. Disponível em: http://www.doj.gov.za/trc/pr/1997/p970926a.htm, acessado em 14 nov. 2008. No original, em inglês: "I regard myself as morally co-responsible for what happened in the name of apartheid because I helped maintain a system within which these abuses could occur".

[11] *Ibidem*. No original: "Nasionale Pers's newspapers formed an integral part of the power structure which implemented and maintained the system of apartheid through, for instance, the support these influential newspapers gave the National Party running up to elections and referendums".

demonstrar qualquer tipo de saudosismo em relação ao Apartheid. Pelo contrário: a empresa se esforça para criar uma identificação com a totalidade da população sul-africana, e não apenas com a minoria africâner. Seus anúncios se empenham em representar a diversidade étnica sul-africana, e seus produtos se voltam cada vez mais para os grupos antes excluídos.

Também na linha editorial dos veículos da empresa é possível verificar essa transformação. Max du Preez, jornalista que, depois de trabalhar nos jornais da Naspers, deixou a empresa – em suas palavras, um "porta-voz" do Apartheid – para fundar um jornal de oposição ao regime (o *Vrye Weekblad*, em africâner), considera que, em 2007, os jornais da Naspers estavam entre "os jornais brancos mais progressistas do país"[12].

Em um caso bastante sintomático, em junho de 2008 a Naspers, por meio de sua subsidiária, a gráfica *Paarl Media*, aceitou uma grande encomenda para imprimir os panfletos eleitorais de Robert Mugabe, candidato à reeleição como presidente do Zimbábue[13]. Ainda que comercial, o relacionamento com Mugabe – acusado por países da Europa de incentivar atos de violência contra a minoria branca do Zimbábue, parte da qual de ascendência africâner – não é o que se poderia esperar de uma empresa que menos de duas décadas antes apoiava um regime de supremacia branca.

A Naspers também deixou de lado sua hostilidade em relação ao Congresso Nacional Africano [*African National Congress*, ANC na sigla em inglês] – principal organização política a se opor ao Apartheid, o partido de Nelson Mandela governa a África do Sul desde 1994. E o contrário também é verdadeiro. Embora Mandela, dois anos antes de assumir a presidência, falasse em desagregar os "gigantes monopólios" da mídia, entre os quais citava nominalmente a Naspers[14], pouco foi feito nesse sentido desde que a ANC chegou ao poder, e a concentração do controle da mídia na África do Sul permanece inalterada.

DIVERSIFICAÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO

Em 2006, o então *chairman* da Naspers, Ton Vooslo, apresentava da seguinte forma a história recente do grupo: "A estratégia do grupo Naspers nas últimas duas décadas foi evoluir de uma tradicional empresa de comunicação impressa, em um só país, a uma companhia multiplataforma, em vários países"[15].

---

[12] Truth and Reconciliation Commission, Final Report: Special Hearings: Media, traduzido pelo autor. Disponível em: http://www.doj.gov.za/trc/special/media/media04.htm, acessado em 14 nov. 2008. No original, em inglês: "the most progressive white newspapers in the country".

[13] Mandy de Waal, "Naspers and the trail of Mugabe's blood", in *Moneyweb*, 24 jun. 2008. Disponível em: http://www.moneyweb.co.za/mw/view/mw/en/page39?oid=212074&sn=Detail, acessado em 14 nov. 2008.

[14] Nelson Mandela, Carta do Presidente do African National Congress à International Federation of Newspaper Publishers Conference, Praga, 26 maio 1992, traduzido pelo autor. Disponível em: www.anc.org.za/ancdocs/speeches/1992/sp920526.html, acessado em 14 nov. 2008. No original, em inglês: "giant monopolies".

[15] Naspers Limited, Annual Report 2006, p. 8, traduzido pelo autor. Disponível em: http://sites.naspers.com/English/financial_archives.asp, acessado em 14 nov. 2008. No original, em inglês: "The Naspers group strategy over the past two decades has been to evolve from a traditional print media business in one country into a broader-based media company in multiple countries".

De fato, a Naspers tem avançado nessas metas. Atualmente, ela opera em uma ampla gama de setores: TV paga (cabo e satélite), jornais, revistas, edição de livros, internet, tecnologia e conteúdo para plataformas móveis.

A internacionalização do grupo também é inquestionável. Com operações em todos os países da África Subsaariana (incluindo ilhas do Atlântico e do Pacífico), com exceção da Somália, o grupo está presente também, diretamente ou por meio de empresas associadas, no Brasil, Rússia, China, Índia, Polônia, Tailândia, além de levar a cabo operações menores nos Estados Unidos, Austrália, Japão e em países da Europa Ocidental e da América Latina.

Os principais investimentos fora da África do Sul concentram-se em mercados emergentes, em consonância com a estratégia declarada da Naspers, de focar sua presença, em termos geográficos, no conjunto de países que chama de BRICSA (Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul e Subsaariana), em uma adaptação do termo BRIC, criado pelo economista Jim O'Neill. Na visão da empresa, esses países "apresentam oportunidades de crescimento acima da média"[16].

O primeiro passo da transformação descrita por Vooslo foi a criação, em 1986, do serviço de televisão a cabo M-Net[17], o segundo serviço de TV paga fora dos Estados Unidos[18]. A M-Net era, a princípio, um investimento conjunto, com outras quatro empresas de mídia da África do Sul. Porém, a Naspers passaria a deter um controle cada vez maior, processo que só foi concluído em novembro de 2007, quando o grupo comprou os 40% das ações da M-Net que ainda não possuía.

O pioneirismo no setor de TV paga deve-se à regulamentação existente na África do Sul à época, que estabelecia o monopólio da TV aberta pela estatal *South African Broadcasting Corporation* (SABC). Lançar um serviço de TV paga era, portanto, a entrada, para a Naspers, no setor de televisão. Ainda assim, a autorização para a criação do serviço só foi possível graças à proximidade entre a Naspers e o *National Party*, segundo o consultor de mídia sul-africano Donald Paul[19]. Além disso, a princípio era vedado a M-Net veicular programas jornalísticos, proibição que seria relaxada nos anos seguintes.

As restrições às redes de televisão privada criaram um ambiente favorável ao crescimento da Naspers, a primeira empresa a driblá-las, nesse setor, atrasando a entrada de novos concorrentes. O primeiro (e único, até o momento) canal privado de televisão aberta na África do Sul, o E.tv, só entraria em operação em 1998. Já na TV paga, a Naspers mantém até hoje o monopólio absoluto. O *Independent Communications Authority of South Africa* [Autoridade Independente das Comunicações da África do Sul; ICASA, na sigla em inglês], órgão regulador sul-africano, autorizou, em 2007, outras quatro empresas a oferecer o serviço, mas as

---

[16] *Ibidem*, p. 9. No original: "present above-average growth opportunities".

[17] David Williams, "Multichoice: How pay-TV in SA was started", in *Financial Mail*, 1 ago. 2008. Disponível em: http://secure.financialmail.co.za/08/0801/cover/coverstoryc.htm, acessado em 14 nov. 2008.

[18] Chris Moerdyk, "Thumbs up for M-Net on its 20th birthday", in *Bizz Comunity*, 4 out. 2006. Disponível em: http://www.bizcommunity.com/Article/196/66/11937.html, acessado em 14 nov. 2008.

[19] Donald Paul, "Naspers: Bigger Brother", in: *The Media Online*, 24 fev. 2003. Disponível em: http://www.themediaonline.co.za/themedia/view/themedia/en/page4212?oid=3510&sn=Detail, acessado em 14 nov. 2008.

concorrentes ainda não conseguiram dar início a suas operações[20].

Lançada com o modesto número de 500 assinantes, a TV paga da Naspers na África do Sul atingia, no início de 2008, 1,8 milhão de residências assinantes, para uma população total de cerca de 48 milhões de sul-africanos[21]. Para efeito de comparação, o Brasil, com uma população quase quatro vezes maior (190 milhões), e com um renda per capita ligeiramente superior (US$ 5,915 anuais na África do Sul contra US$ 6,937 no Brasil[22]), chegou, em agosto de 2008, a 5,5 milhões de domicílios assinantes de serviços de TV paga[23], divididos entre 173 empresas que oferecem o serviço.

Em 1993, a operação de TV paga da Naspers foi dividida em duas companhias, com a criação da distribuidora *Multichoice*, posteriormente renomeada *MIH Holdings* (algumas subsidiárias manteriam o nome original) e a continuidade da M-net como produtora de conteúdo.

Foi através da TV paga que a Naspers deu início a seu processo de expansão para fora da África do Sul. A partir de 1992, a M-Net e, posteriormente, a MIH, começaram a operar em outros países da África Subsaariana, com canais de televisão por satélite. A Naspers, a partir de uma base consolidada na África do Sul, não teria dificuldades para se expandir nesses mercados, países com economias frágeis demais para abrigar um concorrente local, e desprezados pelas empresas dos países desenvolvidos.

O acelerado crescimento da economia da África Subsaariana na última metade da década de 90 e nos anos 2000 – período em que a região registrou um crescimento econômico anual médio de 4,98%, contra 3,82% da economia mundial e 2,72% do conjunto das economias avançadas[24] – contribuiu para garantir a demanda por canais de TV paga. Em especial, a Naspers garantiria um grande número de assinantes em Angola (país exportador de petróleo que viveu um verdadeiro *boom* econômico, crescendo em média 10,7% por ano no período citado) e na Nigéria (país mais populoso da região, com 147 milhões de habitantes, que também vem apresentando crescimento econômico igualmente impulsionado pelo petróleo, embora mais modesto, com taxa médias anuais de 6,46% no mesmo período).

O número de residências assinantes das operações de TV paga no resto da África Subsaariana – 539 mil no início de 2008[25] –, porém, continua pequeno se comparado aos resultados obtidos pela Naspers na África do Sul.

---

[20] Duncan McLeod, "The rivals: Dropping like flies", in *Financial Mail*, 1 ago. 2008. Disponível em: http://secure.financialmail.co.za/08/0801/cover/coverstoryd.htm, acessado em 14 nov. 2008.

[21] Naspers Limited, Annual Report 2008, p. 30. Disponível em: http://financialresults.co.za/naspers_ar2008/index.htm, acessado em 14 nov. 2008.

[22] Dados do Fundo Monetário Internacional. Disponíveis em: http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2008/01/weodata/index.aspx, acessado em 14 nov. 2008.

[23] Associação Brasileira de TV por Assinatura, "ABTA e SETA apresentam levantamento setorial do segundo trimestre de 2008", in *TV por Assinatura*, 13 out. 2008. Disponível em: http://tvporassinatura.bizsolution.com.br/Imprensa/Pressreleases/PressreleasesSETAeABTAíntegra/tabid/203/selectmoduleid/571/ItemID/2080/reftab/36/language/pt-BR/Default.aspx, acessado em 14 nov. 2008.

[24] Dados do Fundo Monetário Internacional. Disponíveis em: http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2008/01/weodata/index.aspx, acessado em 14 nov. 2008.

[25] Naspers Limited, Annual Report 2008, *op. cit.* nota 21, p. 12.

A TV paga, dentro e fora da África do Sul, representou para a Naspers, em sua história recente, uma fonte da capitalização muito mais relevante que sua área de atividade tradicional, a mídia impressa. No acumulado de 12 meses, entre março de 2007 e março de 2008, a TV paga representou 87% lucro operacional obtido pela Naspers, e 56% do faturamento total do grupo[26].

As operações de TV paga tiveram um papel central em dar a Naspers o capital para financiar sua expansão, tanto para novas plataformas como também para fora da África. Essa situação se reflete no organograma atual da Naspers, já que quase todas as subsidiárias e associadas fora da África do Sul, ou em outras plataformas que não a mídia impressa, são administradas pela MIH.

Outro reflexo da relevância, para a Naspers, das operações de TV paga é ascensão do empresário Koos Bekker. Foi Bekker quem propôs à Naspers a criação de um serviço de TV paga, ainda em 1984, logo após retornar à África do Sul, vindo da Universidade de Colúmbia, nos Estados Unidos, onde completara um MBA em telecomunicações. Depois de dirigir as empresas de TV paga do grupo por 11 anos, Bekker se tornou CEO da Naspers em 1997, posição à qual foi reconduzido em 2007 e que mantém até o momento[27].

Os primeiros investimentos da Naspers fora da África se dariam ainda dentro do ramo de TV paga. O primeiro deles foi a aquisição, ainda em 1992, de 40% do capital da operadora de TV paga Filmnet, que atuava na Escandinávia, Holanda e Polônia. Ações da Naspers na Filmnet foram vendidas em 1997 para o grupo francês Canal+.

A segunda incursão fora do território africano se deu em 1996, com a criação da empresa Netmed, de TV por satélite, que operaria na Grécia e no Chipre. Apesar de ter alçando 362 mil assinantes[28], a Netmed foi colocada à venda pela Naspers em 2008. Em nota oficial, a empresa afirmou que a decisão foi motivada por uma "revisão de prioridades de seus investimentos estratégicos"[29]. A Netmed foi adquirida pela empresa grega *Forthnet* por 490 milhões de euros em 27 de agosto de 2008[30].

Em 1997, a Naspers aprofundou a diversificação de suas atividades com a aquisição da empresa Irdeto, recebida do grupo Canal+ como parte do pagamento pela Filmnet. Embora ligada ao ramo de TV paga, a Irdeto, sediada na Holanda, é uma empresa de tecnologia, que desenvolve chips e softwares para codificação e decodificação de sinais de TV e proteção de direitos autorais (*Digital Rights Management* ou DRMs), proteção contra a pirataria de canais de televisão paga e outras soluções tecnológicas para o setor. Além de atuar como fornecedora da própria Naspers, a Irdeto também possui clientes externos ao grupo. No mesmo ano, o grupo passaria a operar também na Ásia, com a aquisição de 31,1% do serviço de TV paga

---

[26] *Ibidem*, p. 129.

[27] Marcia Klein, "M-Net's group chief to head up media giant", in *Business Time*, s.d. Disponível em: http://www.btimes.co.za/97/0608/news/news.htm, acessado em 14 nov. 2008.

[28] Naspers Limited, Annual Report 2008, *op. cit.* nota 21, p. 34.

[29] Marcia Klein, *op. cit.* nota 27.

[30] Naspers Limited, "Naspers Disposal of NetMed N.V. Fulfilment of Conditions Precedent", 28 ago. 2008. Disponível em: http://www.naspers.co.za/act_Getdownload.cfm?IntEditItemID=1965, acessado em 14 nov. 2008.

tailandês, UBC.

Ainda em 1997, a Naspers lançou o servidor de acesso à internet M-web, que atua na África do Sul, com conexão discada. Posteriormente, a M-web entenderia seus serviços, oferecendo também conexão em banda larga e atuando em outros países da África Subsariana e, a partir de 1999, também na Tailândia.

Os investimentos da Naspers na internet foram reforçados a partir de 1998, com a criação de portais ligados aos produtos de mídia impressa do grupo, e do portal esportivo *SportsCN*, primeiro investimento do grupo voltado ao mercado chinês. Em 2001, a Naspers ampliaria sua presença na China com a aquisição de 46,5% da empresa Tencent, que opera o serviço de mensagem instantânea QQ.

Nos últimos anos, a Naspers acelerou seu processo de expansão, acentuando seu perfil internacional e multiplataforma. Entre 2004 e 2008, o grupo realizou diversas aquisições, em um custo total de mais de um bilhão de dólares[31].

A lista de compras do grupo, nesse período, além do grupo Abril e de investimentos menores, inclui a empresa de mídia impressa chinesa *Beijing Media Company*, na qual a Naspers adquiriu uma participação de 9,9%, por US$ 43 milhões, em dezembro de 2004; uma participação de 30% no portal de internet russo mail.ru, adquirida em dezembro de 2006 por US$ 169 milhões; e duas empresas de tecnologia, Cryptotec's e *Cloakware*, adquiridas integralmente – a primeira em abril de 2007, por US$ 35 milhões, e a segunda em dezembro de 2007, por US$ 70 milhões. As últimas grandes aquisições do grupo foram o serviço de mensagens instantâneas polonês Gadu-Gadu, comprado em dezembro de 2007, por U$ 153 milhões, e o serviço de leilões pela internet Tradus – que atua na Europa Ocidental e Oriental, adquirido em março de 2008 por US$ 213 milhões, e a empresa Compera nTime, de conteúdo para celulares, que opera no Estados Unidos, Brasil, e outros países da América Latina –, na qual a Naspers adquiriu, em setembro de 2008, uma participação de 49%; o valor da operação ainda não foi divulgado[32]. Também nesse período, a Naspers iniciou uma operação na Índia, com a criação do portal Ibibo, no qual o grupo investiu US$ 14 milhões[33].

ORGANIZAÇÃO INTERNA

No mesmo período em que a Naspers passou a atuar em novas áreas e em novos mercados, o grupo passou também por uma reorganização interna. A M-Net foi a primeira subsidiária do grupo a se tornar uma empresa de capital aberto, passando a ter suas ações negociadas na bolsa de valores de Joanesburgo em 1990 – operação que foi essencial para financiar a expansão da M-Net para outros países da África.

Quatro anos depois, a própria Naspers se tornou uma empresa de capital aberto, com ações à venda, também na bolsa de Joanesburgo. O lançamento de novas ações se tornaria o principal

---

[31] Levantamento realizado com dados disponíveis nos relatórios anuais da Naspers de 2006 a 2008.

[32] Felipe Zmoginski, "Naspers compra parte da Compera nTime", in *Info*, 29 set. 2008. Disponível em: http://info.abril.com.br/aberto/infonews/092008/29092008-29.shl, acessado em 14 nov. 2008.

[33] Naspers Limited, Provisional Report 2008. Disponível em: http://www.naspers.com/ProvisionalReport2008/index.cfm?content=7266&parentpage=7253&setlanguage=english, acessado em 14 nov. 2008.

expediente para financiar os planos de expansão do grupo. Apenas entre março de 1999 e março de 2008, a Naspers mais que triplicou o número de ações negociadas, saltando de 126 milhões para 403 milhões[34]. A partir de 2002, suas ações passariam a ser negociadas também na bolsa estadunidense Nasdaq. Em 2007, porém, a empresa se retirou da Nasdaq, e passou negociar suas ações também na bolsa de Londres[35].

A abertura, contudo, foi feita de forma a manter os antigos proprietários no controle da companhia. As 403 milhões ações negociadas na bolsa são ações de tipo N, que, embora sejam privilegiadas na distribuição de dividendos, têm apenas um milésimo do poder de voto de cada uma das 712 mil ações de tipo A, controladas pelos antigos proprietários.

Abertura de capital transformou a Naspers em uma corporação. Sua atual composição do capital votante difere radicalmente do que é observado nas principais empresas de mídia brasileiras, em geral controladas por um grupo familiar. Na intrincada estrutura acionária da Naspers, é difícil identificar indivíduos, ou mesmo grupos, hegemônicos.

Nas assembléias da companhia, os acionistas tipo N detêm apenas 36% dos votos, contra 64% dos acionistas de tipo A, que, por sua vez, se dividem em 11,9% para a companhia *Wheatfields*, 31,3% para a companhia *Naspers Beleggings Beperk* (Nasbel) e 19,6% para a companhia *Keeromstraat 30 Beleggings Beperk* (Keerom), além de outros controladores menores.

A *Whatfields* tem como acionista majoritário o grupo Sanlam, de seguros e previdência privada, que, por sua vez, também é uma empresa de capital aberto. A Keerom tem seu capital dividido por mais de 200 acionistas, com os poderes de voto dispersos entre eles[36]. Já a Nasbel tem como maior acionista a empresa *Heemstede Beleggings*, que é, na realidade, uma subsidiária da própria Naspers[37].

Já as ações de tipo N encontram-se divididas entre quase 50 mil acionistas, dos quais os quatro maiores, *Coronation Fund Managers*, *Dodge & Cox Incorporated* e *Old Mutual Asset Managers*, detêm cerca de 3% do poder de voto cada. As quatro empresas são fundos de investimentos, e o *Public Investment Commissioner* é um fundo estatal, que gere os investimentos dos organismos de seguridade social do governo sul-africano. Do capital investido na empresa via ações de tipo N, apenas 54% é de origem sul-africana; o restante é oriundo dos Estados Unidos, Europa e Emirados Árabes.

Com o controle acionário difuso, boa parte do poder fica na mão do corpo de diretores, muitos dos quais ocupam cargos de direção também em empresas proprietárias da Naspers ou em

---

[34] Naspers Limited, Annual Report 2000. Disponível em: http://sites.naspers.com/English/financial_archives.asp, acessado em 14 nov. 2008.

[35] Naspers Limited, "Naspers announces voluntary delisting from Nasdaq, termination of sec registration and application for a secondary listing on the London stock Eexchange", Cidade do Cabo, 17 maio 2007. Disponível em: http://www.naspers.com/act_GetDownload.cfm?IntEditItemId=1772, acessado em 14 nov. 2008.

[36] Kevin Davie, "Palace coup at Naspers", in *Mail & Guardian Online*, 8 fev. 2006. Disponível em: http://www.mg.co.za/article/2006-02-08-palace-coup-at-naspers, acessado em 14 nov. 2008.

suas subsidiárias, além de, em geral, possuírem ações em seus nomes. É o caso do próprio CEO, Koos Bekker, que controla 25% das ações da *Wheatfield*.

Outra mudança significativa na empresa foi a adesão à política do *Black Economic Empowerment* [Empoderamento Econômico Negro; BEE, na sigla em inglês], com o "objetivo de incorporar comunidades antes em desvantagem ao cento da economia da África do Sul"[38]. O BEE consiste, essencialmente, na venda de ações, a preços abaixo do mercado, para compradores de grupos étnicos antes oprimidos pelo apartheid (*black*, no caso, inclui também mulatos, indianos e chineses).

A primeira ação da Naspers nesse sentido foi a venda de pouco mais de 5 milhões de suas ações de tipo N para 17 mil acionistas negros, em 1999. Em 2006, essa política seria ampliada, com a venda de ações das suas subsidiárias Media24 (15%) e *MultiChoice Africa* (22,5%). Em conjunto, as vendas de ações beneficiaram 220 mil novos acionistas negros, que compraram os títulos por 20% do valor de mercado[39].

Longe de ser uma exclusividade da Naspers, as políticas de BEE são praticadas pela maioria das grandes empresas da África do Sul, estimuladas pelo governo nacional. Ao anunciar que também adotaria medidas de BEE, em 2005, o conselho de diretores da Johncom, a maior concorrente da Naspers no país, afirmou que o BEE é "crítico para a garantia de criação de valor a longo prazo"[40]. A Naspers, porém, foi uma pioneira entre as empresas de mídia a adotar medidas de BEE, o que pode ser atribuído a uma tentativa de se afastar de uma imagem excessivamente vinculada aos africâneres.

Também nesse sentido, a empresa adota atualmente uma política de incluir negros em seus quadros dirigentes, e ressalta que possui hoje cinco diretores em seu conselho de administração oriundos de "grupos previamente em desvantagem"[41].

PANORAMA ATUAL

A Naspers chega a 2008 registrando um faturamento anual de US$ 2,86 bilhões e um lucro operacional de US$ 592 milhões[42]. Com isso, atingiu um valor de mercado de cerca de US$ 8,5 bilhões[43]. São números ainda muito distantes dos registrados pela *News Corporation*, de

---

[38] Naspers Limited, Annual Report 2008, *op. cit.* nota 21, p. 16, traduzido pelo autor. No original, em inglês: "aim to incorporate previously disadvantaged communities into South Africa's mainstream economy".

[39] *Ibidem*, p. 89.

[40] Kirsty Laschinger, "Year of the Giants", 26 jan. 2005, in *The Media Online*, traduzido pelo autor. Disponível em: http://www.themediaonline.co.za/themedia/view/themedia/en/page4212?oid=3817&sn=Detail, acessado em 14 nov. 2008. No original, em inglês: "critical to ensure long-term value creation".

[41] Naspers Limited, Annual Report 2008, *op. cit.* nota 21, p. 47 No original, em inglês: "from previously disadvantaged groups".

[42] Naspers Limited, Annual Report 2008, *op. cit.* nota 21, p. 3

[43] Shaun Le Roux, "Naspers: worth another ten cents?", in: *MoneyWeb*, 1 jul. 2008. Disponível em: http://www.moneyweb.co.za/mw/view/mw/en/page138222?oid=213089&sn=Detail, acessado em 14 nov. 2008.

Rupert Murdoch, uma das pretendentes ao posto de maior empresa de mídia do mundo. A *News Corp* obteve, em 2007, uma receita anual de US$ 32 bilhões e um lucro operacional de mais de US$ 5 bilhões[44].

Ainda assim, os resultados da Naspers são suficientes para classificá-la no grupo das empresas de mídia mais importantes do mundo. Seu tamanho é semelhante, por exemplo, ao do maior grupo brasileiro de mídia, as organizações Globo, frente à qual a empresa sul-africana tem receita e lucros ligeiramente superiores. A empresa da família Marinho registrou em 2007 uma receita de US$ 2,852 bilhões e um lucro operacional de US$ 471 milhões[45].

Em comparações com a Globo, porém, a Naspers tem um perfil mais internacionalizado e um domínio maior sobre o mercado de mídia em seu país. Seus resultados são muito superiores àqueles obtidos por suas maiores concorrentes sul- africanas, a Jonhcom, que obteve uma receita de US$ 831 milhões e um lucro de US$114 milhões[46], e Primedia, que obteve uma receita de US$ 394 milhões e um lucro de US$91 milhões[47].

Ainda que o grupo tenha se expandido para outros mercados, a África continua sendo a principal fonte de recursos da empresa. No ano fiscal entre março de 2007 e março de 2008, as empresas associadas à Naspers (aquelas em que a Naspers detém uma participação inferior a 50% do capital), sediadas no exterior, geraram apenas 11% dos lucros da empresa. As subsidiárias (empresas em que Naspers controla mais de 50% do capital), que respondem pelo resto dos lucros, obtiveram 77,3% da receita em operações na própria África do Sul e 16,2% em outros países da África, totalizando 93,5% no continente.

Os números demonstram que, enquanto promovia uma onda de aquisições, a Naspers conseguiu manter um crescimento sustentado nos mercados em que já estava estabelecida, isto é, na África do Sul e Subsaariana. No que diz respeito à televisão paga e à imprensa escrita – as duas principais atividades da empresa na África –, esse crescimento foi em boa parte alcançado com o lançamento de produtos voltados, tanto do ponto do conteúdo como do preço, ao público de menor poder aquisitivo.

Na TV paga, essa estratégia se materializa no lançamento de novos pacotes de canais, com preços reduzidos, e na adaptação do conteúdo. A Naspers afirma, este ano, que suas subsidiárias de TV paga "fizeram várias mudanças em sua programação, para aumentar seu apelo às famílias de baixa renda, Isso incluiu o lançamento de novos canais de TV, produções locais e a aquisição de ligas de futebol adicionais, oferecendo mais esporte aos espectadores"[48]. O resultado foi a expansão, apenas nos últimos cinco anos, do número de

---

[44] Newscorp, Annual Report 2008, p. 51. Disponível em: http://www.newscorp.com/Report2008/AR2008.pdf, acessado em 14 nov. 2008.

[45] Valor Econômico, Anuário Valor 1000, 8 (8), São Paulo, ago. 2008, p. 54.

[46] "Johcom's Opco increases profit by 29% before investment in development", in: *Avusa*, 30 set. 2007. Disponível em: http://www.avusa.co.za/article.aspx?articleid=629009, acessado em 14 nov. 2008.

[47] Dados de seis meses anualizados. Disponíveis em: http://www.primedia.co.za/investor_relations/interim_07/, acessado em 14 nov. 2008.

[48] Naspers Limited, Annual Report 2008, *op. cit.* nota 21, p. 11. No original: "made several changes to their programming line-up to improve their appeal to lower-income households. This included launching new TV channels, own produced local programmes and the acquisition of additional soccer

assinantes em 46% na África do Sul e 85% no resto da África.

Nos jornais, a conquista do público de baixa renda deu-se essencialmente pelo lançamento de tablóides. Herman Wasserman descreveu a entrada dos tablóides no mercado de jornais sul-africanos, protagonizada pela Naspers, da seguinte forma: "em uma era na qual os jornais de muitas regiões do mundo parecem aguardar uma morte iminente (...), uma revolução jornalística vem acontecendo na África do Sul"[49]. Para ele, os tablóides "criaram uma massa de leitores vindos da maioria negra do país, que até então haviam sido amplamente ignorados pela grande imprensa pós-apartheid"[50].

O primeiro tablóide foi lançado pela Naspers na África do Sul, em 2002, com a intenção de alcançar "aquele mercado de leitores que não compram regularmente um jornal diário, em linguagem familiar a eles e a um preço que possam pagar"[51]. Voltado para a classe trabalhadora negra, o *Daily Sun* atingiu em 2007 a circulação diária de 488 mil exemplares, e é o jornal diário mais lido na África do Sul, com uma circulação quase três vezes maior que o segundo colocado. No ano seguinte, a companhia lançaria o tablóide *Son*, editado em africâner e voltado também para a classe trabalhadora, mas para brancos e mulatos. No interior desse nicho, o *Son* também obteve sucesso, atingindo a circulação diária de 90 mil exemplares.

Deon Du Plessis, o editor do *Daily Sun*, descreve a classe trabalhadora sul-africana da seguinte forma: "É um mercado muito desejável, e nós o dominamos, de longe. Cada vez mais, grandes anunciantes, de celulares a financeiras, querem estar lá, porque é onde o dinheiro está"[52].

Para atrair esse público, os tablóides da Naspers dão espaço em suas páginas a matérias que abordam violência, sexo, celebridades e fofocas. Mesmo a cobertura de temas políticos se enquadra nesses parâmetros; a descrição da linha editorial do *Son* não deixa dúvidas: "Drogas. Prostituição. Corrupção. Nós não fazemos política – mas cobrimos os políticos"[53].

Os jornais diários tradicionais do grupo continuam a circular: o *Beeld* (105 mil exemplares),

---

leagues, bringing more sport to the viewing public".

[49] Herman Wasserman, "Ethics, politics and agency in South African tabloids", in: AEGIS *European Conference on African Studies*, painel "Agency and the constitution of publics in Southern Africa", Leiden, Afrika Studiecentrum, jul. 2007, traduzido pelo autor. Disponível em: http://ecas2007.aegis-eu.org/commence/user/view_file_forall.php?fileid=857, acessado em 14 nov. 2008. No original, em inglês: "In an era where newspapers in many regions of the world seem to expect their imminent death (...) a newspaper revolution has taken place in South Africa".

[50] *Ibidem*. No oiginal:"created a mass readership out of the black majority of the country that had hitherto been largely ignored by the post-apartheid mainstream press".

[51] Naspers Limited, Annual Report 2003, p.32, traduzido pelo autor. Disponível em: http://sites.naspers.com/English/financial_archives.asp, acessado em 14 nov. 2008. No original: "that market of readers who do not regularly buy a daily newspaper, in language familiar to them and at a price they can afford".

[52] *Apud* Herman Wasserman, *op. cit.* nota 48. No original: "It's a very desirable market, and we're dominating it by far. More and more big time advertisers ranging from cellphones to money loans to cars want to be there, because this is where the money is".

[53] *Ibidem*. No original: "Drugs. Prostitution. Corruption. We don't do politics – but we do politicians".

Die Burguer (90 mil), *Volksblad* (28 mil) e *The Witness* (25 mil). Não registram, porém, um crescimento expressivo. Os seis jornais diários da Naspers na África do Sul totalizaram, em 2007, uma circulação diária de 824 mil, equivalentes a 41% da circulação média total de jornais diários no país.

Outro jornal do grupo a registrar crescimento no último período é o semanário esportivo *Soccer Laduuuuuma!*[54], adquirido pela Naspers em 2000, que, desde então, viu sua circulação crescer, até atingir 320 mil exemplares em 2008. Entre os semanários, a Naspers possui ainda os veículos *City Press* (195 mil exemplares) e *Rapport* (321 mil).

No setor de revistas, a estratégia é diferente. As novas publicações lançadas pela Naspers na África do Sul nos últimos anos são voltadas principalmente para a elite branca, tentando conquistar nichos específicos de mercado: revistas para grávidas, ciclistas, corredores, decoração, etc. Com 55 publicações, a Naspers continua liderando o mercado de revistas na África do Sul, embora, nos últimos anos, as tiragens tenham caído de forma geral.

A *HUISgenoot*, voltada para o público africâner – 58% dos leitores são brancos e 32%,mulatos – é a revista mais lida no país, com uma circulação média de 308 mil. Em segundo lugar, está a revista *You*, também editada pela Naspers, mas dirigida aos mulatos, indianos e brancos de língua inglesa – 36% dos leitores são brancos, 20% mulatos, e 9,5% indianos – com uma circulação de 207 mil. A *Drum*, voltada para o público negro – 91% dos leitores da revista são negros – obtém uma circulação de 92 mil[55]. As três revistas, semanais e de atualidades, têm a mesma editora, a jornalista Esmaré Weiideman, e parte do conteúdo se repete entre elas (especialmente entre a *You* e a *HUISgenoot*). De certa forma, podem ser consideradas como uma só revista, em três versões diferentes, para se adequar à realidade étnica do país.

No restante do continente africano, a Naspers entrou no mercado de revistas a partir de 2004, exportando para países africanos de língua inglesa, em especial a Nigéria e o Quênia, modelos bem sucedidos com o público negro sul-africano. Foram criadas, nesse sentido, a *Drum East Africa*, as revistas femininas *True Love West Africa* e *True Love East Africa*, e a esportiva *Kick Off West Africa*. Na Nigéria, a Naspers lançou também o semanário *Goal*, versão local do *Soccer Laduuuuma*.

Em 2005, a Naspers faria um primeiro teste de vendas de revistas nos países africanos lusófonos, obtendo da Abril uma licença para lançar em Angola a revista *Ana Maria*. O projeto fracassou e foi interrompido após quatro edições.

Na internet, o grupo também conquistou uma posição de liderança na África do Sul, apoiando-se nas marcas e conteúdos de outros veículos da empresa. Seu portal, o *news24*, é o site de conteúdo sul-africano mais visitado. A Naspers anunciou, em junho de 2008, a intenção de vender seu provedor, o Mweb, líder na África Subsaariana, alegando que o mesmo teria um caráter infra-estrutural, divergindo, portanto, do resto das operações da empresa[56].

---

[54] Laduma é uma expressão zulu para comemorar o gol no futebol.

[55] Dados retirados do sítio Media 24: Family Magazines (http://familymagazines.media24.com). Acessado em 14 nov. 2008.

[56] Naspers Limited, Comunicado à imprensa sem título [sobre a venda do provedor MWEB], Cidade do Cabo, 2 jun. 2008. Disponível em:

Fora da África, o grupo está colhendo os frutos da estratégia que adotou nos últimos anos, focando seus novos investimentos em plataformas na internet. Depois de terem sido os principais responsáveis pelo prejuízo registrado pela empresa em 2001 e 2002 – o último, de US$ 51 milhões –, os negócios da Naspers no ramo se tornaram lucrativos; a empresa obteve, no ano fiscal que terminou em março de 2008, um lucro de US$ 53 milhões.

Boa parte desse resultado se deve aos investimentos da Naspers em empresas associadas do setor, em especial a russa Mail.ru e a chinesa Tencent. A Naspers soma US$ 612 milhões investidos no setor de internet por meio de empresas associadas, que geraram para ela um lucro de US$ 79 milhões no último ano fiscal.

Tanto a China quanto a Rússia têm hoje um grande número de internautas (253 milhões e 32 milhões, respectivamente). Porém, proporcionalmente, a internet ainda tem uma penetração pequena nos dois países, em comparação com economias desenvolvidas. Se em Estados como os EUA e a Alemanha a penetração da internet chega a 72% e 63%, respectivamente, na China, apenas 19% dos habitantes têm acesso à rede, e a na Rússia, o número é de 23%[57]. Nesses países, ainda há um espaço muito grande para o crescimento da penetração da internet, e ambos têm obtido um crescimento acelerado no número de usuários.

As empresas associadas à Naspers estão bem posicionadas nesses mercados. A Tencent é a maior do setor na China, gerenciando o terceiro maior serviço de mensagens instantâneas do mundo, o QQ[58], um portal (www.qq.com), que é o 13º mais visitado do mundo[59], além de uma série de outros serviços, como mensagens para celulares, um site de música e um portal de jogos. Na Rússia, a Mail.ru também é líder no setor: é o maior serviço de e-mail em língua russa, que vem crescendo, em número de usuários, a uma média anual de 59% nos últimos anos. Seu portal ocupa a 22ª posição entre os mais visitados do mundo. Além do e-mail, a mail.ru oferece também uma série de outros serviços, como uma rede social, um mecanismo de busca e um serviço de mensagem instantânea.

As operações na internet de subsidiárias da Naspers, por sua vez, foram deficitárias no ano fiscal que se encerrou em março de 2008, registrando um prejuízo de US$ 32 milhões. O resultado pode ser explicado pelos investimentos recentes, que ainda não se tornaram lucrativos.

É o caso da Ibibo, subsidiária da Naspers que opera na Índia, com um portal de blogs, uma rede social, um portal e um mecanismo de busca. Criada em 2006, a Ibibo recebe investimentos significativos da Naspers, que enxerga no mercado indiano possibilidades de crescimento. Capitalizada, ela adota uma estratégia agressiva, chegando a oferecer prêmios em dinheiro para os usuários que criarem blogsde sucesso. Apesar de crescer rapidamente, a Ibibo ainda é muito pequena em comparação com a Tencent ou a Mail.ru, e seu portal ocupa a

---

http://www.naspers.com/act_Getdownload.cfm?IntEditItemID=1793, acessado em 14 nov. 2008.

[57] Dados extraídos do sítio Internet World Stats (http://www.internetworldstats.com/). Acessado em 14 nov. 2008.

[58] "MEET China's Google trouncer", in: *Indiatimes News Network*, 14 maio 2007. Disponível em: http://infotech.indiatimes.com/Computing/Meet_Chinas_Google_trouncer/articleshow/msid-1568771,curpg-2.cms, acessado em 14 nov. 2008.

[59] Dados extraídos do sítio Alexa (http://www.alexa.com). Acessado em 14 nov. 2008.

modesta posição de 70º site mais visitado na Índia e 1293º no mundo.

As recentes aquisições do grupo na Polônia, o serviço de mensagens eletrônicas Gadu-gadu e o serviço de leilões digitais Tradus (que também opera em outros países da Europa), são líderes de mercado em seus segmentos, mas ainda não trouxeram lucros.

As subsidiárias que a Naspers classifica como de tecnologia e que, essencialmente, produzem soluções tecnológicas para distribuição de conteúdo em novas plataformas (celulares, TV digital, internet banda larga) são o outro setor privilegiado pelo grupo em seus investimentos recentes. Porém, as operações nessa área continuam reduzidas (se comparadas à receita total do grupo), deficitárias e ligadas em grande parte a outras atividades desenvolvidas pela Naspers. Certamente, obter lucro em curto prazo não é o objetivo central desses investimentos, que cumprem um papel estratégico, de manter a empresa capacitada para aproveitar oportunidades que possam surgir nessas plataformas.

No próximo período, a Naspers deve conciliar a consolidação dos investimentos realizados com a continuidade da política de expansão e aquisições. Pelo menos é o que promete o Conselho Administrativo do grupo em seu último relatório financeiro: "expandir organicamente os negócios existentes, desenvolver novas oportunidade e procurar investimentos atrativos"[60]. Ainda que esse texto tenha sido escrito antes da deterioração das condições econômicas mundiais, e que, portanto, possa ser relativizado, a Naspers tem condições de cumprir com as metas que estabeleceu. Seus resultados financeiros a habilitam para tanto.

[60] Naspers Limited, Annual Report 2008, *op. cit.* nota 21, p. 61. No original: "organically expanding existing businesses, developing new opportunities and seeking attractive investments".

A ABRIL

A primeira revista da editora Abril chegou às bancas de São Paulo em 1950. Seu fundador, Victor Civita, aportara ao Brasil quatro meses antes, e vinha ao país com o intuito exclusivo de criar aqui uma editora.

Nascido nos Estados Unidos, filho de pais italianos, Civita não era o tipo de imigrante que chegava de mãos abanando. Com 42 anos, já havia trabalhado na administração de diversos tipos de negócio, em Nova York e Milão, e dispunha da quantia inicial de US$ 500 mil para investir na editora que estava criando.

Ao contrário do que pode parecer, ao decidir abrir um negócio em um ramo no qual não tinha experiência, em um país que desconhecia quase que completamente, e editar revistas em uma língua que ainda não dominava, Victor Civita não assumia um risco desmedido. Algumas condições davam segurança ao negócio.

Seu irmão Cesar Civita fundara uma editora poucos anos antes, na Argentina, também de nome Abril, que vinha se mostrando bem sucedida até o momento. O empreendimento de Cesar serviria de ponto de apoio à Abril brasileira em seus primeiros anos. Ele já havia se encarregado dos trâmites jurídicos para a criação da editora, registrada oficialmente em 1947, e forneceu ao irmão mais novo boa parte dos US$ 500 mil utilizados como capital inicial.

O mais importante, porém, é que Cesar Civita possuía um contrato com a Walt Disney, que lhe dava o direito de editar, na América da Sul, as histórias em quadrinhos dos personagens da Disney. A editora de Victor assumiria essa tarefa no Brasil.

A essa altura, Mickey, Donald e companhia já eram conhecidos no país, por conta das animações em longa-metragem; as revistas em quadrinhos com esses personagens certamente atrairiam algum público, o que dava segurança ao investimento dos irmãos Civita.

A primeira revista da editora, *Raio vermelho*, história em quadrinhos de super-herói importada da Europa, foi um fracasso de vendas, e hoje nem é citada nas versões oficiais da história da Abril. A segunda (a primeira a fazer uso do contrato com a Disney), *O Pato Donald* – lançada três meses depois, em junho de 1950 –, ainda que não tenha sido um sucesso imediato, passou a contar com um contingente razoável de leitores, após passar por algumas adaptações. O rato Mickey chegaria às bancas dois anos depois.

Tendo nos quadrinhos uma base sólida, a Editora Abril pôde passar a produzir também outros tipos de publicação. A primeira delas seria a revista *Capricho*, voltada ao público feminino, que começou a circular em 1952. Inicialmente uma revista de fotonovelas, alcançou grande sucesso, atingindo a tiragem de 500 mil exemplares em 1956, a maior do país à época, tornando-se o carro-chefe da editora.

Para financiar a expansão de sua empresa, ainda em seus primeiros anos, Civita recorreu novamente a seu irmão, e a empréstimos de amigos nos Estados Unidos, chegando a um capital total de US$ 1,5 milhão.

Em *A revista no Brasil*, livro publicado pela própria Abril, em comemoração aos seus 50 anos, os movimentos de Victor Civita em seus primeiros anos no Brasil são descritos da seguinte forma: "Não havia gráficas para revistas em São Paulo, ele construiu uma; não havia distribuidoras para essas publicações, ele criou uma"[1]. Descontado o tom heróico, esses são de fato passos importantes para a consolidação da editora.

Até 1952, quando a Abril inaugurou sua gráfica, as revistas da empresa eram impressas na Argentina, nas gráficas da editora homônima. Com uma gráfica própria, a Abril brasileira cortava custos, ganhava tempo, passava a ter mais flexibilidade em relação aos formatos das publicações e se preparava para aumentar o número de revistas que levaria às bancas. Além disso, criava uma nova fonte de renda, sublocando o tempo ocioso de suas rotativas para a impressão de revistas de outras editoras.

Quanto à distribuidora, é impreciso afirmar que "não havia distribuidoras para essas publicações". Na realidade, a Abril utilizou até 1961 os serviços da distribuidora Fernando Chinaglia, de proprietário de mesmo nome. Foi por conta de desentendimentos com Chinaglia – que, supostamente, atrasava pagamentos e desvia dinheiro para a publicação de suas próprias revistas – que Civita decidiu criar uma distribuidora própria, a Dinap (Distribuidora Nacional de Publicações).

Na primeira década de existência da editora, seu verdadeiro proprietário, Civita, controlava a empresa por meio de testas de ferro, para evitar problemas com a legislação, restritiva quanto ao controle de empresas de comunicação por estrangeiros. Oficialmente, a editora era controlada por um amigo de Civita, Gordiano Rossi, brasileiro e filho de italianos, que aparecia como editor responsável nos expedientes das publicações.

---

[1] Susana Camargo (coord.), *A revista no Brasil*, São Paulo, Abril, 2000, p.142

Escamotear o nome de Civita foi o suficiente para evitar qualquer problema legal para a Abril, que, na década de 50, ainda não chamava muita atenção com relação a essa questão. Para o filho de Victor, Roberto Civita, "pareceu que ninguém estava preocupado com o impacto editorial ou 'político' de 'O pato Donald'"[2].

É só depois de Civita se naturalizar brasileiro, em 1960, que seu nome começa a aparecer. No mesmo ano, ele já assina o editorial do primeiro número da revista *Quatro Rodas*, mas só em 1963 se tornaria oficialmente proprietário da Abril.

A dispensa dos intermediários no controle da empresa, a crescente importância da Abril no mercado editorial e o perfil mais jornalístico das novas empresas da editora a transformariam em um dos alvos da de uma campanha contra o capital estrangeiro na mídia brasileira, no início da década de 60, levada a cabo pelo jornalista Genival Rabelo, em uma série de reportagens na revista *Política e Negócios – PN*, da qual Rabelo era proprietário. Para ele, "o maior grupo estrangeiro, porém, que opera no Brasil, é a Editora Abril, do Sr. Victor Civita"[3].

A campanha de Genival Rabelo resultaria na instalação, na Câmara dos Deputados, de uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) sobre o capital estrangeiro na mídia brasileira, em 1963, por proposta do deputado João Dória, que se referia à Abril como "Grupo Internacional americano ítalo-argentino, que edita publicações variadas (...) dirigidas pelo cidadão norte-americano Victor Civita"[4].

Além da Abril, a CPI se propunha a outros três grupos de mídia (*Reader´s Digest*, *Mac Grow Hill* e *Vision Inc*), além de agências de publicidade. Dória propôs que a CPI convocasse os diretores e representantes dos grupos investigados. Iniciando seus trabalhos em 26 de outubro de 1963, a CPI teve seu prazo encerrado em 12 de março de 1964, tendo colhido apenas um depoimento, o do próprio João Dória. Com o golpe militar de 31 de março, e a cassação de Dória no mês seguinte, o contexto não foi favorável a continuidade das investigações. Para Nelson Werneck Sodré, o golpe militar "tragou" a CPI[5].

Na passagem entre as décadas de 50 e 60, a Abril lança três revistas – *Manequim* (1959), *Quatro Rodas* (1960) e *Cláudia* (1961) –, voltadas ao público adulto e de caráter mais jornalístico, ainda que de temática amena. As publicações abriram caminho para o lançamento da revista *Veja*, em 1968, semanário jornalístico de informações gerais, que se tornaria a principal publicação da editora.

A partir de então, a Abril manteve um ritmo de crescimento e diversificação de suas operações

---

[2] Eula Dantas Taveira Cabral, "Internacionalização da mídia brasileira: Análise das estratégias do Grupo Abril", in: *XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Brasília, Intercom, set. 2006. Disponível em: http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1312-1.pdf, acessado em 14 nov.

[3] Genival Rabelo, *O capital estrangeiro na imprensa brasileira*, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1966, p. 24

[4] Relatório da Comissão Parlamentar de Inquérito destinada a verificar a situação das empresas jornalísticas estrangeiras, com sede no País ou no Exterior, que operam com publicações ou transmissão de notícias em língua portuguesa no Território Nacional, Diário do Congresso Nacional, Brasília, 24 jun. 1967, p. 3725.

[5] Nelson Werneck Sodré, *História da imprensa no Brasil*, Rio de Janeiro, Graal, 1977, p. 500.

que lhe garantiu chegar à década de 90 com uma sólida liderança no mercado brasileiro de revista.

Nota-se que parte dos lançamentos de maior sucesso da editora são licenciamentos de marcas estrangeiras. É o caso da Playboy, lançada no Brasil em 1975, e da Superinteressante, de origem espanhola, lançada no Brasil pela Abril em 1987.
Com a morte de Victor Civita, em 1990, o comando da empresa passou a seu filho, Roberto Civita.

DIVERSIFICAÇÃO

Na década de 1990, a Abril buscaria diversificar suas operações, passando a atuar em outras atividades de mídia, além da edição de revistas.

O primeiro passo nesse sentido foi a criação, em 1990, da MTV Brasil, um licenciamento conseguido junto ao detentor da marca MTV, o grupo norte-americano de mídia Viacom. A Abril conseguira, em 1985, uma concessão para explorar um canal de TV UHF, com prazo de cinco anos para o início das operações. Para não "desperdiçar" a concessão, a Abril optaria por implementar um canal "fácil e barato de montar"[6], nas palavras do primeiro representante da Abril na administração da MTV, Victor Civita Neto. No início, a programação da emissora era quase completamente importada, situação que se transformaria, com o passar dos anos.

Em 1996, a MTV Brasil recebeu um aporte financeiro da própria Viacom, que passou a deter 50% de seu capital. Para se manterem dentro dos limites da legislação brasileira, que ainda proibia a participação de capital estrangeiro em empresas de radiodifusão, as operações da MTV foram divididas em duas empresas. A MTV Brasil Lmtd, onde família Civita e a Viacom controlariam 50% do capital cada, ficaria responsável pela produção do conteúdo, enquanto a Abril Radiodifusão S.A, controlada inteiramente pelos Civita, ficaria a cargo exclusivamente da veiculação.

No mesmo ano, a Abril lançaria sua gravadora, a Abril Music, em uma tentativa de usar a força da MTV para entrar no mercado fonográfico – ela chegaria a vender R$ 5,7 milhões de CDs em 2000.

Outra incursão significativa para além do mercado editorial foi a criação, em 1991, da TVA, um dos primeiros serviços de TV por assinatura no Brasil. Inicialmente, a distribuição era feita exclusivamente por microondas (MMDS), mas logo a TVA passaria a trabalhar também com TV a cabo e por satélite. Em 2004, o serviço chegaria a 325 mil assinantes. Desde 1999, a Abril oferecia um serviço de provedor a cabo – o primeiro do Brasil –, fazendo uso da infra-estrutura da TVA. Ainda nesse ano, a Abril, em uma *joint venture* com o grupo francês Vivendi, adquiriu as editoras Ática e Scipione, que, juntas, ocupam a liderança no mercado de livros didáticos. A Abril passou então a deter 50% das ações de cada editora.

---

[6] Luiza Cristina Lusvarghi, *A MTV no Brasil*: A padronização da cultura na mídia eletrônica mundial, Dissertação de Mestrado em Jornalismo e Editoração apresentada à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 2002, p. 35.

CRISE

Os investimentos em áreas externas a edição de livros e revistas, porém, não se mostraram rentáveis. O relatório de administração do grupo Abril de 2000 revela que, no ano anterior, enquanto o ramo editorial tinha garantido um ebitda (earnings before interest, taxes, depreciation and amortization - lucro antes dos juros, impostos sobre resultados, depreciações e amortizações) de R$ 61 milhões, os outros negócios do grupo, tomados em conjunto, registravam um desempenho negativo de R$20 milhões[7].

Para financiar esses investimentos, a Abril recorrera, durante a década de 90, a empréstimos volumosos – a maior parte deles em dólar. Com a forte desvalorização do real iniciada em 1999, aprofundada em 2000 e 2001, o nível de endividamento do grupo disparou. Roberto Civita descreveu da seguinte forma o processo de endividamento da empresa de sua família:

> A Abril não teria dívida nenhuma se tivesse se atido ao setor de revistas, sempre rentável. Só que a gente achou (a gente, eu...) que tinha a obrigação de entrar naquele outro meio segmentado que era a televisão por assinatura, satélite ou cabo. O endividamento em dólares vem do fato de que o Brasil não tem mercado de capitais, não temos acesso ao capital[8].

Em outra ocasião, Civita afirmou ainda que "após investir pesadamente em novas tecnologias na década de noventa, a Empresa foi colhida pela desvalorização cambial de 1999, viu seu endividamento subir dramaticamente e o custo correspondente explodir"[9].

O endividamento da empresa era ainda mais grave ao se levar em conta o contexto macroeconômico em que estava inserido, marcado pela estagnação do crescimento econômico e implicando em uma retração das atividades da empresa. Em seu principal mercado de atuação, a publicação de revistas, a Abril amargou, entre 2001 e 2002, uma queda de 14% na circulação e de 6% nos investimentos publicitários. Outro fator que concorria para colocar a Abril em uma situação desconfortável era o preço do papel utilizado na impressão das revistas, que, por ser importado, flutuava com o dólar, encarecendo significativamente entre 1998 e 2002.

Mas tarde, Roberto Civita descreveria a atitude do grupo frente à crise:

> Fizemos, a partir de então, o que empresas briosas fazem sob essas circunstâncias: contando com a garra e o talento de milhares de Abrilianos, cortamos custos, aumentamos muito a produtividade, imprimimos uma disciplina de austeridade em todas as áreas e finalmente, a partir de 2002, começamos a virar o jogo, com um expressivo e progressivo aumento de rentabilidade[10].

---

[7] Editora Abril S.A., Relatório sobre as demonstrações contábeis em 31 de dezembro de 2000 e 1999 (Legislação societária), 28 fev. 2001, p. 6. Disponível em: http://www.abril.com.br/aempresa/balanco/rel_admin_00.pdf, acessado em 14 nov. 2008.

[8] Roberto Muylaert, "Revistas, revistas e mais revistas" [Entrevista com Victor Civita], s.d. Disponível em: http://www.emrevista.com/Edicoes/1/artigo852-1.asp, acessado em 14 nov. 2008.

[9] Abril S.A., Relatório Anual de Administração do Grupo Abril 2004, p. 3 Disponível em: http http://www.abril.com.br/arquivo/relatorioanual_2004.pdf, acessado em 14 nov. 2008

[10] *Ibidem*

O otimismo de Civita era só parcialmente justificável. Passando por sucessivas reformulações administrativas e cortes de custos, a Abril conseguiu de fato tornar seus negócios mais lucrativos. O ebitda, que em 2001 havia sido de R$159 milhões, subiu por três anos seguidos, chegando a R$ 415 milhões em 2004.

É exagero, porém, dizer que houve uma "virada". Embora a maior lucratividade tenha garantido que a dívida do grupo não disparasse, ela não era suficiente para reduzir o endividamento de forma consistente e constante. Dessa forma, os valores da dívida total do Grupo Abril sofreram apenas uma pequena queda entre 2001 e 2003, passando de R$ 1,35 bilhão para R$ 1,08 bilhão. No ano seguinte, o endividamento do grupo voltaria a subir, para 1,1 bilhão[11].

A Abril passou o por um processo de reorganização societária, cujo primeiro passo foi a criação a empresa Abril S.A., em 2001. No ano seguinte, todas as atividades que não se relacionavam diretamente com a edição e circulação de revistas foram transferidas da Editora Abril S.A para a Abril S.A., e em 2003 – já sob a égide da emenda constitucional que permitia o controle de empresas jornalísticas por pessoas jurídicas – a própria editora foi colocada sob o guarda-chuva da Abril S.A., que se tornou a *holding* de todas as atividades do grupo[12].

As únicas exceções foram A MTV Brasil e a Abril Radiodifusão, que continuaram a ser controladas diretamente pela família Civita. Posteriormente, em dezembro de 2004, a MTV Brasil foi incorporada à Abril Radiodifusão. A operação fazia uso da emenda constitucional nº36, já que a norte-americana Viacom, que detinha 50% da MTV Brasil, passaria a deter 30% da Abril Radiodifusão[13]. Curiosamente, a operação não foi noticiada, nem mesmo pela Abril – que, mais tarde, afirmaria que o acordo firmado com a Naspers em maio de 2006 teria sido o primeiro entre uma empresa nacional de mídia e um sócio estrangeiro do mesmo ramo[14], omitindo, portanto, a participação da Viacom na Abril Radiodifusão. Embora a *holding* Abril S.A não detenha controle acionário sobre a MTV, em todos os organogramas do grupo, o canal aparece submetido ao conselho de diretores da Abril.

A necessidade de financiamento levou a Abril a abrir mão, em setembro de 2003, da porcentagem que detinha das ações da UOL – que era então o maior provedor de internet e o portal mais visitado do Brasil – retirando-se de uma posição estratégica. A fatia do capital da UOL controlada pela Abril, inicialmente de 43%, já havia sido reduzida em 2001 – quando a Portugal Telecom também se tornou sócia do portal, e o grupo Folha realizou um novo aporte de capital – para apenas 26,6%, porcentagem que Abril vendeu, auferindo um ganho

---

[11] Editora Abril S.A., *op. cit.* nota 9, p. 39.

[12] Editora Abril S.A., Relatório da administração [relativo ao exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2003], 16 abr. 2004, p.3. Disponível em: http://www.abril.com.br/aempresa/balanco/balanco_admin2003.pdf, acessado em 14 nov. 2008.

[13] Ministério da Justiça, Conselho Administrativo de Defesa Econômica, Despacho Gab, PFA nº261/2007, relator Paulo Furquim de Azevedo, Ato de concentração nº 08012.013152/2007-20, Brasília, 29 nov. 2007. Disponível em: http://www.cade.gov.br, acessado em 14 nov. 2008.

[14] Abril S.A., "Abril comunica sociedade com o grupo sul-africano de mídia Naspers", 5 maio 2006. Disponível em: http://www.abril.com.br/br/imprensa/conteudo_132018.shtml, acessado em 14 nov. 2008.

financeiro de R$ 49 milhões[15].

Poucos meses antes, a Abril já havia anunciado o fim das operações da Abril Music e a venda do catálogo de artistas da gravadora. Segundo os dados divulgados pela Abril na época, sua subsidiária não estaria alcançando bons resultados devido ao alto índice de pitaria[16].

Enquanto o Grupo Abril lutava para não ser sufocado pelas dívidas, definhava a participação de sua editora no mercado de revistas. Em termos de circulação, a editora Abril detinha uma parcela de 68% do mercado em 2000, participação que retrocedeu para apenas 51% em 2006. Em investimentos publicitários, a participação da Abril também caiu, de 66% em 2000 para 58% em 2006. Considerada o carro-chefe do grupo Abril, a revista *Veja* – que responde por 46% da receita da editora – viu sua circulação estagnar e sofrer um leve declínio de 1,2 milhão exemplares em 2000 para 1,1 milhão em 2006[17].

O único movimento de aquisição realizado pela Abril no período foi a compra, em março de 2004, das ações da Ática e da Scipione que estavam sob controle do grupo Vivendi, tornando o grupo Abril o controlador integral de ambas as editoras, por um valor não divulgado[18].

Em busca de fontes de capitalização, a Abril fecharia um acordo, em julho de 2004, com o *Capital International* –, um dos fundos de investimento da companhia norte-americana *Capital Group* – e se tornaria a primeira empresa jornalística brasileira a ter parte de seu capital controlado, legalmente, por um grupo estrangeiro. O *Capital Group*, que na época administrava fundos no valor total de US$ 294 bilhões, realizou um aporte de R$ 150 milhões e passou a deter 13,8% das ações da Abril. Pelo acordo, a companhia norte-americana poderia indicar dois dos diretores do conselho administrativo da empresa. A Abril anunciou que a operação representava um "o primeiro passo da Abril para uma futura abertura de capital"[19].

O capital adicionado ao Abril S.A. foi usado quase exclusivamente para a amortização de dívidas. Ainda assim, em 2005, a editora Abril teve que destinar R$ 187 milhões ao pagamento de juros e fechou o ano com uma dívida líquida de R$ 645 milhões. Portanto, o nível de endividamento continuava bastante preocupante, embora a companhia tenha logrado realizar, em abril de 2005, um reperfilamento junto à maior parte de seus credores[20], e o perfil da dívida tenha melhorado, diminuindo-se a porcentagem de endividamento a curto prazo e as dívidas em dólar.

---

[15] Editora Abril S.A., *op. cit.* nota 11.

[16] Luciana Coelho, "Abril Music encerra atividades em meio à onda de pirataria", in: *Folha Online*, 5 fev. 2003. Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u63003.shtml, acessado em 14 nov. 2008.

[17] Dados extraídos de Editora Abril S.A., *op. cit.* nota 7 e Editora Abril S.A., Relatório da administração [relativo ao exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2006], 30 mar. 2007. Disponível em:
http://www.abril.com.br/arquivo/releda2006.pdf, acessado em 14 nov. 2008.

[18] Cassiano Elek Machado, "Abril assume controle da Ática e da Scipione", in: *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 2 mar. 2004.

[19] Abril S.A., "Grupo Abril comunica aumento de capital de R$ 150 milhões", 8 jul. 2004. Disponível em: http://www.abril.com.br/br/imprensa/conteudo_48405.shtml, acessado em 14 nov. 2008.

[20] Abril S.A., "Editora Abril conclui acordo da renegociação de dívida", 25 abr. 2005. Disponível em: http://www.abril.com.br/br/imprensa/conteudo_68263.shtml, acessado em 14 nov. 2008.

O *Capital Group*, portanto, não saciava a necessidade de capitalização do grupo Abril. Quase dois anos após a transação com o fundo norte-americano, ela dava mais um passo para abrir seu capital, dando início, em abril de 2006, aos procedimentos burocráticos para realizar uma oferta pública de ações da empresa, que passariam a ser comercializadas na bolsa de valores[21].

A essa altura, a negociação entre o grupo a Abril e a Naspers, que seria concluída cerca de um mês depois, certamente já estava em estágio bem avançado. Com o acordo, a Abril cancelaria a abertura de capital. Possivelmente, portanto, o anúncio de abertura do capital representava mais uma forma de pressão, dentro das negociações com a Naspers, do que uma preparação real para ir à bolsa de valores. A médio prazo, porém, caso o acordo com a Naspers não se concretizasse, é bastante provável que a Abril viesse de fato a negociar suas ações na bolsa, levando em conta a necessidade de capitalização da empresa.

A ABRIL APÓS A NASPERS

Em 5 de maio de 2006, um comunicado divulgado pelo grupo Abril à imprensa anunciava que "a Abril, que já havia sido a primeira empresa do setor de mídia a receber um sócio estrangeiro, torna-se também pioneira ao fechar acordo com um sócio estratégico de seu próprio ramo"[22]. Em uma transação que envolveu R$ 868 milhões (ou US$ 422 milhões), o grupo sul-africano de mídia Naspers passou a deter 30% do capital da Abril S.A., *holding* que controla a editora Abril, as editoras Ática e Scipione e a TVA.

Para o CEO do grupo Abril, Roberto Civita, o acordo "contribuirá para acelerar o crescimento e a diversificação da Abril nos próximos anos"[23]. Na ocasião, o comunicado oficial divulgado pela Naspers foi mais específico ao apontar os benefícios da transação:

> A aquisição está alinhada com a estratégia da Naspers de expansão em novos mercados. (...) Esta transação estabelecerá uma sólida presença no Brasil. Estão sendo procuradas oportunidades futuras. O Brasil é um mercado atrativo, em que é esperado um forte crescimento econômico, impulsionando o crescimento da mídia local. A aquisição também proporciona à Naspers a oportunidade de aplicar sua expertise em mercados emergentes. (...) A companhia também vai colaborar dividindo sua experiência em TV por assinatura, internet, publicação de revistas e livros[24].

---

[21] Abril S.A., "Grupo Abril publica mais um Fato Relevante", 11 abr. 2006. Disponível em: http://www.abril.com.br/br/imprensa/conteudo_128418.shtml, acessado em 14 nov. 2008.

[22] Abril S.A., *op. cit.* nota 13.

[23] *Ibidem.*

[24] Naspers Limited, "Naspers acquires equity stake in Abril", 8 maio 2006, traduzido pelo autor. Disponível em: http://www.naspers.com/act_GetDownload.cfm?intEditItemID=1218, acessado em 14 nov. 2008. No original, em inglês: "The acquisition is in line with Naspers's strategy to expand into new markets. (...) This transaction will establish a solid presence in Brazil. Further opportunities are being pursued. Brazil is an attractive market, where strong economic growth is expected to drive domestic media growth. The acquisition also provides Naspers with the opportunity to apply its expertise in emerging markets. (...) The companies will also co-operate to share media expertise in pay TV, internet, magazines and book publishing".

Para controlar 30% das ações da Abril, limite estabelecido constitucionalmente ao capital estrangeiro, a Naspers comprou a totalidade das ações pertencentes ao *Capital Group*, também estrangeiro. Os 13,8% das ações da Abril que estavam em nome do *Capital Group* foram vendidos pelo fundo por R$ 364 milhões – mais que o dobro do valor pago na aquisição das mesmas, dois anos antes. A Naspers também adquiriu parte das ações controladas pela família Civita, pelo valor de R$ 177 milhões. Os R$ 327 milhões restantes foram adicionados ao capital da Abril, através do lançamento de novas ações, todas elas adquiridas pela Naspers.

Concluída a operação, a Naspers controlava sua fatia de 30% através de duas *holdings*, a MIH e a MIH Brasil Participações Ltda. Os 70% restantes ficavam, direta ou indiretamente, exclusivamente nas mãos de membros da família Civita, destacando-se o CEO da empresa, Roberto Civita, que possui 24,24% das ações em seu nome[25].

Assim como na transação com o *Capital Group*, a Abril anunciou que o novo capital que entrava na empresa serviria para abater dívidas e financiar novos investimentos.

Pelos termos do acordo assinado entre a família Civita e o grupo sul-africano, a Naspers passaria a ter representação proporcional no conselho administrativo da Abril, e todas as decisões referentes a dívida da companhia deveriam ser tomadas em comum acordo com o novo sócio. Apesar disso, o comunicado divulgado pela Abril afirmava que a Naspers "não exercerá influência na gestão do negócio", e que "a família Civita permanece no controle do Grupo e do conteúdo editorial". Estas condições, necessárias para que a transação se adequasse aos termos da emenda nº36, não aparecem de forma tão clara no comunicado oficial divulgado pela Naspers, que quanto a isso se limitou a afirmar que "o atual corpo diretivo da Abril, encabeçado pelo presidente e CEO Robert Civita, continuará a comandar a companhia"[26].

Com a negociação, a Abril superou o cenário de crise em que se encontrava, e retomou os investimentos. Anunciando esse novo período para a empresa, o relatório de administração da Abril de 2006 afirmava:

> Estamos prontos para crescer.
> Foi com esta visão que a Editora Abril fechou 2006, contemplando perspectivas de expansão de nossos negócios para horizontes além daqueles em que já atuamos hoje. Um dos principais fatores deste cenário deve ser atribuído à transação no valor de US$422 milhões envolvendo 30% das ações do grupo Abril adquiridas pelo grupo de mídia sul-africano Naspers, em maio de 2006. Tais recursos estão sendo estrategicamente aplicados em nosso core business, bem como na amortização de dívidas. A Naspers tem nos apoiado em todas as decisões, e as perspectivas da parceria e sinergia com eles são enormes, especialmente na área de internet[27].

---

[25] Ministério da Justiça, Conselho Administrativo de Defesa Econômica, Ato de concentração nº 08012.005694/2006-48, relator Paulo Furquim de Azevedo, 8 ago. 2006. Disponível em: http://www.cade.gov.br/plenario/Sessao_379/Relat/Relatorio-AC-2006-08012-005694-MIH-Abril-Azevedo1.pdf, acessado em 14 nov. 2008.

[26] "Naspers acquires equity stake in Abril", op. cit. No original, em inglês: "Abril's current management team, headed by Chairman and CEO Robert Civita, will continue to lead the company".

[27] Editora Abril S.A., Relatório da administração [relativo ao exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2006], *op. cit.* nota 16.

A mudança mais significativa pela qual passou a Abril desde então foi, sem dúvida, a drástica redução de sua dívida. Em maio de 2006, a dívida totalizava mais de R$ 1 bilhão; a empresa fecharia o ano de 2006 com uma dívida líquida de R$ 681,4 milhões. Em dezembro do ano seguinte, seriam apenas R$ 178 milhões. Por conta desse resultado, a Abril afirma que 2007 "marcou o início de uma virada histórica nos resultados do Grupo Abril"[28].

Na amortização das dívidas foram usados os recursos trazidos pela Naspers e também o capital levantado com a venda de parte das ações da TVA, em outubro de 2006, para o grupo Telefonica, por R$ 778 milhões[29]. O grupo espanhol passou a ser proprietário da maior parte do capital da TVA. Embora a marca tenha sido preservada, as atividades da empresa foram subdivididas: os serviços de TV via MMDS ficaram com a empresa Lightree, integralmente adquirida pela Telefonica; os serviços de TV a cabo em São Paulo ficaram sob responsabilidade da Comercial Cabo, em que a Telefonica passou a deter 86,7% do capital total, ficando a Abril com o restante; e os serviços de TV a cabo nos estados do Paraná e Santa Catarina passaram a ser oferecidos pela TVA Sul, onde a Telefonica ficou com 91,5% do capital e a Abril, com apenas 8,5%.

Formalmente, porém, a Abril continuaria no controle tanto da Comercial Cabo, como da TVA Sul, porque continuaria com a maioria das ações nominais, isto é, as ações que dão direito a voto na assembléia de acionistas: 80,1% e 51%, respectivamente. As porcentagens não são acidentais. A Lei do Serviço de TV a Cabo[30] estabelece no seu artigo 7 que só possuem direito a concessões de TV a cabo empresas que tenham mais de 50% de seu capital votante controlado por brasileiros. Quanto à TV a cabo em São Paulo, havia ainda mais um motivo para que a Telefonica não se tornasse proprietária de uma fatia muito grande do capital votante: o contrato de concessão do serviço de telefonia fixa para o estado firmado pela Telefonica com a Anatel vedava a concessão, na mesma área, de serviços de TV a cabo para a empresa ou outras por ela controladas[31]. Era preciso, portanto, que o capital votante da Telefonica na Comercial Cabo fosse baixo o bastante para que a empresa não fosse considerada uma "controladora". No setor de MMDS, em que não havia limitações legais, a empresa dispensou a Abril e assumiu o negócio inteiramente.

A negociação sofreu resistência. O Conselho Diretor da Anatel aprovou a modificação acionária em outubro de 2007, em uma votação apertada. Dos cinco conselheiros, dois

---

[28] Abril S.A., "Grupo Abril saneia dívidas e tem receita 13,7% maior em 2007", 10 abr. 2008. Disponível em: http://www.abril.com.br/br/imprensa/conteudo_275580.shtml, acessado em 14 nov. 2008.

[29] *Ibidem*.

[30] Lei n.º 8.977, de 6 de janeiro de 1995. Disponível em: http://www.cultura.gov.br/legislacao/leis/index.php?p=30&more=1&c=1&tb=1&pb=1, acessado em 14 nov. 2008.

[31] Agência Nacional de Telecomunicações e Telecomunicações de São Paulo S.A.-Telesp, Contrato PBOA/SPB nº 121/2006-Anatel, Contrato de concessão do serviço telefônico fixo comutado modalidade local, Brasília, dez. 2005, p. 17. Disponível em: http://www.anatel.gov.br/Portal/verificaDocumentos/documento.asp?numeroPublicacao=202296&assuntoPublicacao=Contrato%20de%20concess%E3o%20n%BA%20121/2006-Anatel&caminhoRel=Cidadao-Biblioteca-Acervo%20Documental&filtro=1&documentoPath=202296.pdf, acessado em 14 nov. 2008.

votaram contra[32], por considerar que, devido à ampla maioria do capital total e a dispositivos previstos no acordo de acionistas firmado entre a Abril e a Telefonica, a última se tornaria a controladora, de fato, tanto da Comercial Cabo como da TVA Sul. Pelo mesmo motivo, foi protocolado na Câmara de deputados, por parte do deputado Wladimir Costa, PMDB/PA, um pedido de instauração de CPI para investigar a transação[33] – o pedido obteve o número necessário de assinaturas, mas a CPI não foi instaurada pela mesa da casa.

No comunicado divulgado pela Abril à imprensa, o acordo com a Telefonica é descrito como uma "parceria estratégica" para "unir a expertise do Grupo Abril na produção e veiculação de conteúdos e seu profundo conhecimento do consumidor de mídia à reconhecida competência do Grupo Telefônica [*sic*] no segmento de telecomunicações"[34]. Já a Naspers descreveu, para seus acionistas, a negociação levada a cabo por sua associada brasileira de forma mais simplificada: "A Abril vendeu seu serviço de TV a cabo, TVA"[35].

Com a redução do endividamento, e a redução da sua presença no setor de TV a cabo, a Abril passou a ter liberdade para realizar investimentos em outros setores em que atua.

Um dos investimentos mais relevantes realizados pelo grupo, desde a entrada do capital da Naspers até o momento, foi a aquisição da empresa de distribuição de revistas Fernando Chinaglia Distribuidora, concluída em 11 de outubro, por um valor não divulgado[36]. A Fernando Chinaglia teve suas operações logísticas fundidas às da distribuidora Dinap, subsidiária do Grupo Abril, e ambas foram colocadas sob o controle da *holding* DGB Logísticas S.A, integralmente controlada pela Abril. A aquisição foi estratégica: com ela, o grupo Abril passou a deter o monopólio absoluto do setor de distribuição de revistas. A Dinap e a Fernando Chinaglia eram as duas únicas empresas do setor com atuação nacional, e as distribuidoras regionais existentes atuavam apenas como intermediárias das duas.

À época da compra, a participação do mercado de distribuição de revistas era avaliada em

---

[32] Agência Nacional de Telecomunicações, Ata da 458ª reunião do Conselho Diretor, 31 out. 2007. Disponível em: http://www.anatel.gov.br/Portal/verificaDocumentos/documento.asp?numeroPublicacao=207549&assuntoPublicacao=Ata%20da%20458%AA%20reuni%E3o%20do%20Conselho%20Diretor&caminhoRel=Cidadao-Intera%E7%E3o%20com%20a%20Sociedade-Reuni%F5es&filtro=1&documentoPath=207549.pdf, acessado em 14 nov. 2008.

[33] Wladimir Costa, RCP 6/2007, Requer a criação de Comissão Parlamentar de Inquérito para investigar as circunstâncias e as conseqüências decorrentes do processo de autorização, por parte da Anatel, referente à reestruturação societária e transferência de controle de outorgas envolvendo as empresas da TVA e a empresa Telesp, no que diz respeito aos princípios da defesa da livre concorrência, dos direitos do consumidor e da soberania nacional, apresentado em 23 ago. 2007. Disponível em: http://www2.camara.gov.br/deputados/index.html/loadFrame.html, acessado em 14 nov. 2008.

[34] Abril S.A.,"Grupo Abril fecha acordo com Telefônica para participação na TVA", 29 out. 2006. Disponível em: http://www.abril.com.br/br/imprensa/conteudo_184124.shtml, acessado em 14 nov. 2008.

[35] Naspers Limited, Annual Report 2008, p. 30, traduzido pelo autor. Disponível em: http://financialresults.co.za/naspers_ar2008/index.htm, acessado em 14 nov. 2008. No original, em inglês: "Abril disposed of its pay-TV distribution service, TVA".

[36] Abril S.A., "Comunicado - Grupo Abril e Fernando Chinaglia", 11 out. 2007. Disponível em: http://www.abril.com.br/br/imprensa/conteudo_255115.shtml, acessado em 14 nov. 2008.

70% para a Dinap e 30% para a Fernando Chinaglia. Considerando que, no mesmo período, a editora Abril controlava uma fatia de cerca de 60% do mercado de venda de revistas, percebe-se que a Dinap devia sua posição de líder no mercado quase que completamente aos serviços prestados à própria editora Abril, enquanto as editoras concorrentes preferiam, majoritariamente, ser distribuídas pela Fernando Chinaglia, em vez de uma subsidiária da Abril. Com aquisição da Fernando Chinaglia, essa opção deixou de existir.

Da mesma forma que a Abril se sentia incomodada, na década de 60, por ser distribuída pela Fernando Chinaglia – que, na época, também concorria no mercado editorial –, outras editoras de revistas brasileiras se sentiram ameaçadas com a nova situação. Um grupo delas (incluindo as editoras Globo, Panini e Escala, entre outras) manifestou-se junto ao Cade, solicitando que este não permitisse a negociação. O conselheiro do Cade que relatou o processo, Paulo Furquim de Azevedo, concordou parcialmente com os concorrentes da Abril:

> A operação abre, portanto, a possibilidade de adoção de estratégias anticompetitivas, por parte do Grupo Abril, com vistas ao fechamento do mercado, tais como discriminação de preços, acesso a informações estratégicas de concorrentes, rescisão unilateral de contratos, negativa de contratação, imposição de condições irrazoáveis, dentre outras forma de abuso de posição dominante.
> Entre essas formas, há algumas peculiares ao mercado de distribuição de revistas. Uma das atribuições das distribuidoras é a formatação do portfólio de títulos que serão vendidos em cada ponto de venda, de modo a atender às características específicas da demanda em cada localidade. Com o domínio da distribuição, o Grupo Abril pode adotar, propositadamente, portfólios ineficientes, de forma a prejudicar as vendas de seus concorrentes no mercado editorial de revistas. O grupo pode, ainda, exercer influência sobre a forma de colocação das revistas nos pontos de venda, de modo a posicionar apenas os títulos da Editora Abril nas prateleiras de maior exposição. Esses são alguns exemplos de possíveis estratégias de fechamento de mercado, vislumbradas a partir das informações disponíveis até o momento. A possibilidade de adoção de tais estratégias permite concluir, preliminarmente, que há risco de ocorrência de prejuízos à concorrência decorrentes da operação[37].

O conselheiro, porém, decidiu aprovar a operação, condicionando-a a alguns pontos, como a separação entre os setores comerciais da Dinap e da Fernando Chinaglia, e a determinação de que a Treelog, empresa resultante da fusão dos setores de logística da Dinap e da Fernando Chinaglia, fosse administrada por editores independentes, sem relação anterior, profissional ou pessoal, com o Grupo Abril, entre outras exigências.

PUBLICAÇÕES

No mesmo mês em que anunciou a associação com a Naspers, a Abril levou às bancas o primeiro número da revista *Men's Health*. Trata-se de uma publicação dirigida a um público masculino de boa situação financeira. Nas palavras da Abril, a "Men's Health é uma revista de

[37] Ministério da Justiça, Conselho Administrativo de Defesa Econômica, Relatório de Paulo Furquim de Azevedo, Ato de concentração nº 08012.005694/2006-48, Brasília, 8 ago. 2006. Disponível em: http://www.cade.gov.br/plenario/Sessao_379/Relat/Relatorio-AC-2006-08012-005694-MIH-Abril-Azevedo1.pdf, acessado em 14 nov. 2008.

estilo de vida, que trata de forma prática e objetiva dos temas para o bem-estar do homem moderno como: saúde, fitness, nutrição, relacionamento, sexo, estilo e carreira”[38]. A revista é editada em 40 países, e a Abril a publica no Brasil, com conteúdo próprio, através de um licenciamento junto à proprietária da marca, a editora norte-americana Rodale. Cabe registrar que a versão sul-africana da *Men's Health* é editada, desde 1997, pela editora *Touchline*, uma subsidiária da Naspers.

A *Men's Health* brasileira vem se mostrando bem sucedida até o momento, e sustenta uma circulação mensal de 116 mil exemplares. Animada com os resultados obtidos com a publicação, a Abril anunciou em outubro de 2008 o licenciamento no Brasil de duas outras revistas da Rodale, a *Women's Health* e a *Runner's World*. Esta última também é editada na África do Sul pela Naspers.

Outra publicação relevante lançada pela Abril no último período é a *Revista da Semana*, que começou a circular em agosto de 2007 e é descrita pela Abril “como uma revista semanal de informação objetiva e direta, com textos curtos para uma leitura rápida e completa”[39]. Além dos textos curtos (a maioria das matérias tem poucos parágrafos e as maiores não passam de duas páginas), a *Revista da Semana* se distingue da *Veja*, a semanal de informação tradicional do grupo Abril, por não apresentar em suas matérias o mesmo grau elevado de editorialização verificado nas páginas da *Veja*, e pelo preço reduzido – enquanto a *Revista da Semana* tem como preço de capa o valor de R$ 4,90, a *Veja* sai por R$ 8,40. Lançada com 230 mil exemplares, a *Revista da Semana* tem hoje uma circulação de 140 mil.

Estatisticamente, a Abril conseguiu, em 2007 (os dados não estão ainda disponíveis para 2008), deter a sangria, verificada nos anos anteriores, na sua fatia de participação no mercado de revistas. Em 2007, a Abril respondia por 42% do volume de revistas em circulação, contra 41% no ano anterior, e no mercado de investimentos publicitários em revistas, o domínio da Abril também oscilou positivamente, de 58,1% para 58,9%.

INTERNET

Na internet, a Abril passou a adotar, desde o aporte do capital da Naspers, uma estratégia de expansão. Apontou nessa direção o balanço do grupo para o ano de 2007:

> Além disso, a internet é uma área de crescimento explosivo, e vem exigindo muita agilidade na gestão, para que possamos aproveitar as oportunidades que ela gera. Por essa razão, estamos investindo maciçamente nesse canal. A Abril Digital tem uma nova missão, que é a de diversificar plataformas, conteúdos e serviços digitais. Já temos algumas apostas para 2008, com projetos inovadores tanto para o mercado como para o que a Abril já vem fazendo na área[40].

Além de reformulações nos sites das revistas, a Abril criou novos serviços na internet, como o

---

[38] Editora Abril S.A., *op. cit.* nota 6, p. 6.

[39] Editora Abril S.A., "Demonstrações financeiras referentes aos exercícios findos em 31 de dezembro de 2007 e de 2006 e parecer dos auditores independentes”, 28 mar. 2008, p. 6. Disponível em: http://www.abril.com.br/arquivo/balanco_edabril-2007.pdf, acessado em 14 nov. 2008.

[40] *Ibidem*, p. 2.

portal de blogs (blogs.abril.com.br) e o serviço de armazenamento de álbuns de fotos (pinfotos.abril.com.br), ambos lançados em agosto de 2008. Outra iniciativa da Abril no setor foi o Canal Fiz TV, que junta um portal de vídeos no estilo do *YouTube* com um canal na TVA, que exibe os vídeos postados e escolhidos pelos próprios usuários.

Os resultados já são visíveis. O portal da Abril saltou da 20ª posição no *ranking* de visitação da internet brasileira do Ibope/Netratings, em 2007, para a 10ª, em 2008. Além disso, a empresa afirma que gerencia site "secretos", isto é, sites que não usam a marca Abril e cuja ligação com a Abril não é pública, que estariam obtendo bons resultados.

A Abril Digital, setor do grupo responsável pelas operações na internet, continua em plena expansão. Somente em 2008, foram contratados 200 funcionários para o setor, e a Abril anunciou que pretende investir mais R$ 200 milhões no segmento até 2012.

Além da capitalização, que tornou possível os investimentos, a Naspers vem ajudando a Abril no setor de internet também com assessoramento técnico, como afirma o CEO da Abril Digital, Aby McMillan: "A Naspers aportou tecnologia; quanto ao know-how, mantemos com eles uma relação de parceria muito positiva, de mão dupla"[41].

RESULTADOS FINANCEIROS

A recuperação vivida pela Abril também pode ser observada com clareza na elevação da saúde financeira do grupo. Analisando os dados dos balanços financeiros da editora Abril, verifica-se que a partir de 2007 se interrompe a longa série de resultados negativos. Nos nove primeiros meses de 2008, a editora registrou um lucro líquido de R$ 121 milhões, quando, no mesmo período de 2006, tinha registrado um prejuízo de R$ 20 milhões. Na comparação entre os dois períodos, também houve uma melhora significativa do lucro bruto (de R$ 91 milhões para R$ 215 milhões) e da receita (de 1,06 bilhão para 1,3 bilhão).

[41] Andréa Ciaffone, "Abril Digital em nova era", in: *Meio & Mensagem*, 8 out. 2008. Disponível em: http://www.meioemensagem.com.br/novomm/br/Conteudo/?Abril_Digital_em_nova_era, acessado em 14 nov. 2008.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O pouco tempo transcorrido desde a assinatura do acordo entre a Abril e a Naspers, bem como a ausência de acordos semelhantes envolvendo outros grandes grupos de mídia brasileiros, dificultam uma análise aprofundada de suas conseqüências. Ainda assim, é possível levantar alguns pontos.

Em primeiro lugar, é notável que, depois de um debate tão intenso durante a aprovação da emenda constitucional nº36, a primeira associação a fazer uso dos dispositivos da emenda, entre um grande grupo de mídia brasileiro e uma corporação internacional da mídia – aquisição de 30% das ações da Abril pela Naspers – tenha ocorrido sem despertar grande atenção ou uma nova discussão sobre o tema.

A explicação para isso pode residir, em parte, no fato de que, quando da aprovação da emenda, imaginava-se que os primeiros grupos de mídia a aportar no Brasil viriam do hemisfério norte, dos Estados Unidos ou da Europa. Ao invés disso, a primeira multinacional de mídia a investir no Brasil de acordo com novos termos da Constituição é de origem africana. Ainda que a África do Sul seja o país mais desenvolvido da África Subsaariana, trata-se de uma economia mais frágil que a brasileira – tanto em termos absolutos como em relativos – e que ocupa uma posição mais periférica, se comparada à do Brasil, na geopolítica global.

A África do Sul pode ser considerada uma potência regional, com influência considerável sobre outros países africanos, mas não é possível enxergar na sociedade ou no governo sul-africanos qualquer tipo de pretensão “imperialista” no Brasil.

Dessa forma, a Naspers, ao contrário do que poderia acontecer com uma empresa norte-americana ou européia, não é vista como um agente em potencial de interesses estrangeiros, propensa a influenciar a opinião pública nacional a favor dos mesmos. Em primeira análise, a soberania nacional – uma das preocupações centrais daqueles que se opuseram à emenda – não estaria em risco por conta da transação entre a Abril e Naspers.

A sua origem em um país subdesenvolvido do hemisfério sul, porém, não pode levar a uma subestimação da Naspers. A empresa Sul-Africana esta entre os grandes grupos de mídia do mundo, com um perfil internacionalizado, com ampla diversidade de operações, é detentor de know-how em uma gama de setores, e tem presença estabelecida em quatro continentes. A Naspers está decidida a aprofundar esse perfil, aumentando a diversificação e internacionalização de suas atividades.

A associação da Abril a um grupo como esse constitui uma passo rumo a um novo padrão de concentração horizontal dos meios de comunicação. Se antes os principais meios de comunicação brasileiros eram vinculados a conglomerados nacionais, que exploravam o mesmo mercado em diferentes estados e municípios, agora a principal editora de revistas do país está afiliada a uma corporação de presença internacional.

A dicotomia entre a força internacional da Naspers e a fragilidade relativa do Estado e da economia sul-africanas torna mais transparente, nesse caso, o fenômeno descrito por Otavio Ianni como a crescente importância dos conglomerados internacionais de mídia na construção de hegemonia:

> Um capítulo fundamental da "democracia eletrônica" envolve a convergência e a mobilização de mercado e marketing, mercadorias e idéias, opiniões e comportamentos, inquietações e convicções. São dimensões psicossociais, socioculturais e político-econômicas que podem polarizar-se em atividades e imaginários de indivíduos e coletividades. Traduzem-se também em opções, convicções e ações políticas, em geral influenciadas pela mídia eletrônica e impressa, destacando-se a televisiva.
> Esse o contexto no qual também estão presentes as corporações transnacionais. Interessadas no comércio de mercadorias e na publicidade, bem como na expansão dos mercados e no crescimento do consumo, elas se tornam agentes importante, freqüentemente decisivos, do modo pelo qual se organizam, funcionam e expandem as novas tecnologias da comunicação. Sem esquecer que grande parte da mídia se organiza em corporações e, muitas vezes, faz parte de conglomerados também transnacionais. Há, portanto, toda uma vasta e complexa rede de articulações corporativas envolvendo mercados e idéias, mercadoria e democracia, lucratividade e cidadania.
>
> O que singulariza a grande corporação da mídia é que ela realiza limpidamente a metamorfose da mercadoria em ideologia, do mercado em democracia, do consumismo em cidadania. Realiza limpidamente as principais implicações da indústria cultural, combinando a produção e a reprodução cultural com a produção e reprodução do capital, e operando

decisivamente na formação de "mentes" e "corações" em escala global[1].

No cenário da mídia brasileira, o significado mais nítido da associação da Abril ao capital estrangeiro é o fortalecimento do Grupo a Abril frente a seus concorrentes.

Nos anos anteriores à entrada do capital estrangeiro, a Abril passava por uma crise em diversos aspectos. No plano financeiro, o grupo era assolado por dívidas e acumulava prejuízos. No seu principal setor de atuação, a venda de revistas, sua participação no mercado declinava. Na internet, setor em rápido desenvolvimento e que pode ser considerado estratégico, a Abril tinha uma presença consideravelmente pequena, se levada em conta a força da marca do grupo e a quantidade de conteúdo por ele produzido.

A rápida superação da crise, verificada nos últimos anos, teria sido impossível sem uma injeção de capital do porte do que representaram as parcerias com o *Capital Group* e, posteriormente, com a Naspers. Elas foram essenciais para que o grupo Abril amortizasse dívidas e tivesse espaço para voltar a investir. No caso específico da Naspers, a parceria representou ainda uma transferência de técnicas, e criou para a Abril possibilidades – ainda não concretizadas – de internacionalizar seus produtos. Com isso, foi revertido, ao menos por ora, o processo de enfraquecimento da Abril.

Nesse caso específico, a entrada do capital estrangeiro não significou a entrada de novos competidores no mercado ou a diversificação das editoras de revistas atuando no Brasil. Pelo contrário, o capital estrangeiro serviu à manutenção da posição hegemônica do grupo que já dominava largamente o mercado. Ao interromper o enfraquecimento da Abril, o capital estrangeiro fortaleceu o monopólio no setor de revistas e, de modo geral, a concentração dos meios de comunicação no Brasil.

Outro elemento que deve ser considerado é que, também nesse caso específico, a entrada de capital estrangeiro não significou, até o momento, uma superação do modelo de empresas familiares, majoritário na mídia brasileira. O capital estrangeiro se aliou justamente a uma empresa familiar, e ajudou a perpetuar em uma posição de liderança uma empresa desse modelo. Do ponto de vista interno, o capital trazido pela Naspers permitiu à família Civita evitar a abertura de capital da empresa e o lançamento de ações na bolsa, o que significaria uma transformação mais radical na estrutura societária do grupo.

Uma das ponderações levantadas à época da aprovação da emenda – o risco da entrada do capital estrangeiro significar também uma entrada em massa de conteúdo e de modelos estrangeiros – não se aplica, até o momento, à parceria entre Abril e Naspers. Embora desde que as duas empresas se associaram a Abril tenha lançado no Brasil dois títulos já editados na África do Sul pela Naspers, tratam-se de publicações periféricas, e não se pode afirmar que há uma alteração significativa nesse sentido.

Se alguns modelos bem sucedidos na África do Sul acabarem sendo importados ao Brasil, isso não representará uma mudança em relação ao comportamento da Abril anterior à parceria. É preciso lembrar que a Abril sempre teve, de sua criação até o presente, um número considerável de licenciamentos de marcas estrangeiras entre suas publicações principais. É preciso considerar também que a Naspers, em sua estratégia global, nem sempre transfere para suas subsidiárias ou associadas os modelos de publicação bem sucedidos da empresa e,

[1] Octavio Ianni, *Enigmas da modernidade-mundo*, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2003, pp. 150-152.

quando o faz, busca adaptá-los às especificidades locais.

Não há, até o momento, evidências de que a Abril viola as limitações constitucionais à interferência dos sócios estrangeiros na linha editorial. Não houve, com a entrada da Naspers, uma mudança visível na linha editorial dos veículos do grupo. Digno de nota é o lançamento, no período, da *Revista da Semana*, justamente por seu caráter mais objetivo e menos editorializado.

Porém, uma vez que a Editora Abril possuía um linha editorial definida antes da associação com a Naspers e, admitindo que não há interferência direta por parte do sócio estrangeiro, que essa linha não se alterou desde então, a entrada do capital estrangeiro – na medida em que, como já vimos, fortaleceu a Abril frente aos seus concorrentes – não deixou de fortalecer também uma determinada linha editorial.

Pode-se afirmar, portanto, que, ainda que formalmente os dispositivos constitucionais sejam respeitados, a presença do capital estrangeiro na mídia brasileira é hoje um dos determinantes de qual a linha editorial a predominar nos meios de comunicação brasileiros e, dessa forma, influencia a formação da opinião pública nacional.

FONTES E BIBLIOGRAFIA

DEPOIMENTO

TERBLANCHE, Sampie. Depoimento à Truth and Reconciliation Commission: Business Sector Hearings. Joanesburgo, 11 nov. 1997. Disponível em: http://www.doj.gov.za/trc/special/business/busin1.htm. Acessado em 14 nov. 2008.

CONFERÊNCIAS

WASSERMAN, Herman. "Ethics, politics and agency in South African tabloids". In: *AEGIS European Conference on African Studies*. Painel "Agency and the constitution of publics in Southern Africa". Leiden, Afrika Studiecentrum, jul. 2007. Disponível em: http://ecas2007.aegis-eu.org/commence/user/view_file_forall.php?fileid=857, acessado em 14 nov. 2008.

CABRAL, Eula Dantas Taveira. "Internacionalização da mídia brasileira: Análise das estratégias do Grupo Abril". In: *XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Brasília, Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação-Intercom, set. 2006. Disponível em: http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1312-1.pdf, acessado em 14 nov. 2008.

CORRESPONDÊNCIA

BRIZOLA, Leonel. Nota do Presidente Nacional do PDT a sua bancada. Diário da Câmara dos Deputados, LVI (192), Brasília, 12 dez. 2001.

MANDELA, Nelson. Carta do Presidente do African National Congress à International Federation of Newspaper Publishers Conference. Praga, 26 maio 1992. Disponível em: www.anc.org.za/ancdocs/speeches/1992/sp920526.html, acessado em 14 nov. 2008.

TUTU, Desmond. "TRC receives submission signed by 127 journalists from Naspers", 26 set. 1997. Disponível em: http://www.doj.gov.za/trc/pr/1997/p970926a.htm, acessado em 14 nov. 2008.

RELATÓRIOS E PARECERES

ABRIL S.A. Relatório Anual de Administração do Grupo Abril 2004. "Disponível em: http://www.abril.com.br/arquivo/relatorioanual_2004.pdf, acessado em 14 nov. 2008.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS. Atividades 2002-2004 [do Comitê de Relações Governamentais]. Disponível em: http://www.anj.org.br/comite/relacoes-governamentais/atividades-2002-2004, acessado em 14 nov. 2008.

EDITORA ABRIL S.A. Demonstrações financeiras referentes aos exercícios findos em 31 de dezembro de 2007 e de 2006 e parecer dos auditores independentes, 28 mar. 2008. Disponível em: http://www.abril.com.br/arquivo/balanco_edabril-2007.pdf, acessado em 14 nov. 2008.

_____. Relatório da administração [relativo ao exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2003], 16 abr. 2004, p.3. Disponível em: http://www.abril.com.br/aempresa/balanco/balanco_admin2003.pdf, acessado em 14 nov. 2008.

_____. Relatório da administração [relativo ao exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2004], 5 maio 2005. Disponível em: http://www.abril.com.br/arquivo/RelatorioAdm2004.pdf, acessado em 14 nov. 2008.

_____. Relatório da administração [relativo ao exercício social encerrado em 31 de dezembro de 2006], 30 mar. 2007. Disponível em: http://www.abril.com.br/arquivo/releda2006.pdf, acessado em 14 nov. 2008.

_____. Relatório sobre as demonstrações contábeis em 31 de dezembro de 2000 e 1999 (Legislação societária), 28 fev. 2001, p. 6. Disponível em: http://www.abril.com.br/aempresa/balanco/rel_admin_00.pdf, acessado em 14 nov. 2008.

MINISTÉRIO DA FAZENDA. Secretaria de Acompanhamento Econômico. Parecer técnico nº06063/2005/RJ. Ato de concentração nº 08012.000730/2005-04. Rio de Janeiro, 1 fev. 2005. Disponível em: http://www.cade.gov.br, acessado em 14 nov. 2008.

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA. Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Despacho Gab, PFA nº261/2007, relator Paulo Furquim de Azevedo. Ato de concentração nº 08012.013152/2007-20. Brasília, 29 nov. 2007. Disponível em: http://www.cade.gov.br, acessado em 14 nov. 2008.

_____. Relatório de Paulo Furquim de Azevedo. Ato de concentração nº 08012.005694/2006-48. Brasília, 8 ago. 2006. Disponível em: http://www.cade.gov.br/plenario/Sessao_379/Relat/Relatorio-AC-2006-08012-005694-MIH-Abril-Azevedo1.pdf, acessado em 14 nov. 2008.

NASPERS LIMITED. Annual Report 2000. Disponível em: http://sites.naspers.com/English/financial_archives.asp, acessado em 14 nov. 2008.

_____. Annual Report 2001. Disponível em: http://sites.naspers.com/English/financial_archives.asp, acessado em 14 nov. 2008.

_____. Annual Report 2002. Disponível em: http://sites.naspers.com/Financials/ar2002/eng/naspers_ar_2002.pdf, acessado em 14 nov. 2008.

_____. Annual Report 2003. Disponível em: http://sites.naspers.com/English/financial_archives.asp, acessado em 14 nov. 2008.

_____. Annual Report 2004. Disponível em:

http://sites.naspers.com/English/financial_archives.asp, acessado em 14 nov. 2008.

_____. Annual Report 2005. Disponível em: http://sites.naspers.com/English/financial_archives.asp, acessado em 14 nov. 2008.

_____. Annual Report 2006. Disponível em: http://sites.naspers.com/English/financial_archives.asp, acessado em 14 nov. 2008.

_____. Annual Report 2007. Disponível em: http://sites.naspers.com/English/financial_archives.asp, acessado em 14 nov. 2008.

_____. Naspers Annual Report 2008. Disponível em: http://financialresults.co.za/naspers_ar2008/index.htm, acessado em 14 nov. 2008.

_____. Provisional Report 2008. Disponível em: http://www.naspers.com/ProvisionalReport2008/index.cfm?content=7266&parentpage=7253&setlanguage=english, acessado em 14 nov. 2008.

NEWSCORP. Annual Report 2008. Disponível em: http://www.newscorp.com/Report2008/AR2008.pdf, acessado em 14 nov. 2008.

PRIMEDIA. 2007 Interim Results Presentation. Disponível em: http://www.primedia.co.za/investor_relations/interim_07/, acessado em 14 nov. 2008.

TRUTH AND RECONCILIATION COMMISSION. Final Report, vol. 4, cap. 6: Institutional Hearing: The Media, apresentado em 29 out. 1998. Disponível em: http://www.polity.org.za/polity/govdocs/commissions/1998/trc/4chap6.htm, acessado em 14 nov. 2008.

_____. Final Report: Special Hearings: Media. Disponível em: http://www.doj.gov.za/trc/special/media/media04.htm, acessado em 14 nov. 2008.

VALOR ECONÔMICO. Anuário Valor 1000, 8 (8), São Paulo, ago. 2008.

DOCUMENTOS DA ANATEL

AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES; TELECOMUNICAÇÕES DE SÃO PAULO S.A.-TELESP. Contrato PBOA/SPB nº 121/2006-Anatel. Contrato de concessão do serviço telefônico fixo comutado modalidade local. Brasília, dez. 2005, p. 17. Disponível em: http://www.anatel.gov.br/Portal/verificaDocumentos/documento.asp?numeroPublicacao=202296&assuntoPublicacao=Contrato%20de%20concess%E3o%20n%BA%20121/2006-Anatel&caminhoRel=Cidadao-Biblioteca-Acervo%20Documental&filtro=1&documentoPath=202296.pdf, acessado em 14 nov. 2008.

AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES. Ata da 458ª reunião do Conselho Diretor, 31 out. 2007. Disponível em: http://www.anatel.gov.br/Portal/verificaDocumentos/documento.asp?numeroPublicacao=207549&assuntoPublicacao=Ata%20da%20458%AA%20reuni%E3o%20do%20Conselho%20Diretor&caminhoRel=Cidadao-Intera%E7%E3o%20com%20a%20Sociedade-Reuni%F5es&filtro=1&documentoPath=207549.pdf, acessado em 14 nov. 2008.

DOCUMENTOS LEGISLATIVOS

ALVES, Henrique Eduardo. Emenda Aglutinativa Substitutiva nº1, de 2001. Diário da Câmara dos Deputados, LVI (192), Brasília, 12 dez. 2001.

_____. Parecer apresentado à Comissão Especial destinada proferir parecer à PEC nº 203/95. Diário da Câmara dos Deputados, LIV (148), Brasília, 14 set. 1999.

ATA da sessão 262 da 51ª Legislatura da Câmara. Diário da Câmara dos Deputados, LVI (192), Brasília, 12 dez. 200.

COMISSÃO ESPECIAL DESTINADA A PROFERIR PARECER À PEC. Substitutivo à PEC nº 203/95. Diário da Câmara dos Deputados, LIV (148), Brasília, 14 set. 1999.

COSTA, Wladimir. RCP 6/2007. Requer a criação de Comissão Parlamentar de Inquérito para investigar as circunstâncias e as conseqüências decorrentes do processo de autorização, por parte da Anatel, referente à reestruturação societária e transferência de controle de outorgas envolvendo as empresas da TVA e a empresa Telesp, no que diz respeito aos princípios da defesa da livre concorrência, dos direitos do consumidor e da soberania nacional. Apresentado em 23 ago. 2007. Disponível em:
http://www2.camara.gov.br/deputados/index.html/loadFrame.html, acessado em 14 nov. 2008.

FERREIRA, Aloysio Nunes. Proposta de Emenda Constitucional nº 455/1995. Diário da Câmara dos Deputados, LII (49), Brasília, 26 mar. 1997.

PINHEIRO, Walter et. al. Voto em separado à Comissão Especial destinada a proferir parecer à PEC nº 203/95. Diário da Câmara dos Deputados, LIV (148), Brasília, 14 set. 1999.

RELATÓRIO da Comissão Parlamentar de Inquérito destinada a verificar a situação das empresas jornalísticas estrangeiras, com sede no País ou no Exterior, que operam com publicações ou transmissão de notícias em língua portuguesa no Território Nacional. Diário do Congresso Nacional. Brasília, 24 jun. 1967.

VIEIRA, Laprovita. Proposta de Emenda Constitucional nº 203/1995. Diário da Câmara dos Deputados, L (3), Brasília, 5 out. 1995.

LEGISLAÇÃO

ÁFRICA DO SUL. Lei nº 44, de 17 de julho de 1950. Supression of Communism Act.

BRASIL. Constituição (1934). Constituição da República dos Estados Unidos do Brasil. Rio de Janeiro, 1934. Disponível em:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constitui%C3%A7ao34.htm, acessado em 14 nov. 2008.

_____. Constituição (1937). Constituição dos Estados Unidos do Brasil. Rio de Janeiro, 1937. Disponível em:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituiçao37.htm, acessado em 14 nov. 2008.

_____. Constituição (1946). Constituição dos Estados Unidos do Brasil. Rio de Janeiro, 1946. Disponível em:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituiçao46.htm,
acessado em 14 nov. 2008.

_____. Constituição (1967). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, 1967. Disponível em:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituiçao67.htm, acessado em 14 nov. 2008.

_____. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, Senado, 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constitui%C3%A7ao.htm, acessado em 14 nov. 2008.

_____. Constituição (1988). Emenda constitucional nº 36, de 28 de maio de 2002. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Emendas/Emc/emc36.htm, acessado em 14 nov. 2008.

_____. Lei nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995. Dispõe sobre o Serviço de TV a Cabo e dá outras providências. Disponível em: http://www.cultura.gov.br/legislacao/leis/index.php?p=30&more=1&c=1&tb=1&pb=1, acessado em 14 nov. 2008, acessado em 14 nov. 2008.

_____. Lei nº 10.610, de 20 de dezembro de 2002. Dispõe sobre a participação de capital estrangeiro nas empresas jornalísticas e de radiodifusão sonora e de sons e imagens, conforme o § 4o do art. 222 da Constituição, altera os arts. 38 e 64 da Lei no 4.117, de 27 de agosto de 1962, o § 3o do art. 12 do Decreto-Lei no 236, de 28 de fevereiro de 1967, e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/2002/L10610.htm, acessado em 14 nov. 2008.

LIVROS

BAGDIKIAN, Ben. *The media monopoly*. Boston, Beacon Press, 1992.

CAMARGO, Susana (coord.). *A revista no Brasil*. São Paulo, Abril, 2000.

GONÇALO JUNIOR. *O homem Abril*: Cláudio de Souza e a história da maior editora brasileira de revistas. São Paulo, Opera Graphica, 2005.

IANNI, Octavio. *Enigmas da modernidade-mundo.* Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2003.

LIMA, Venício Artur de. *Mídia*: Teoria e política. São Paulo, Perseu Abramo, 2001.

MOODIE, Dunbar. *The rise of Afrikanerdom*: Power, apartheid, and the Afrikaner civil religion. Berkeley, University of California Press, 1975.

RABELO, Genival. *O capital estrangeiro na imprensa brasileira*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1966.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro, Graal, 1977.

UNESCO. *Apartheid*: its effects on education, science, culture and information. Paris, UNESCO, 1967.

DISSERTAÇÕES

CASTRO, João Caldeira Brant Monteiro de. *Políticas nacionais de radiodifusão (1985-2001) e espaço público:* Estudos para uma aproximação crítica. Trabalho de conclusão do curso de Comunicação Social, com habilitação em Radialismo, apresentado à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 2002.

LUSVARGHI, Luiza Cristina. *A MTV no Brasil*: A padronização da cultura na mídia eletrônica

mundial. Dissertação de Mestrado em Jornalismo e Editoração apresentada à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 2002.

PERIÓDICOS

ABRIL S.A. “Abril comunica sociedade com o grupo sul-africano de mídia Naspers”, 5 maio 2006. Disponível em: http://www.abril.com.br/br/imprensa/conteudo_132018.shtml, acessado em 14 nov. 2008.

_____. “Comunicado - Grupo Abril e Fernando Chinaglia”, 11 out. 2007. Disponível em: http://www.abril.com.br/br/imprensa/conteudo_255115.shtml, acessado em 14 nov. 2008.

_____. “Editora Abril conclui acordo da renegociação de dívida”, 25 abr. 2005. Disponível em: http://www.abril.com.br/br/imprensa/conteudo_68263.shtml, acessado em 14 nov. 2008.

_____. “Grupo Abril publica mais um Fato Relevante”, 11 abr. 2006. Disponível em: http://www.abril.com.br/br/imprensa/conteudo_128418.shtml, acessado em 14 nov. 2008.

_____. “Grupo Abril fecha acordo com Telefônica para participação na TVA”, 29 out. 2006. Disponível em: http://www.abril.com.br/br/imprensa/conteudo_184124.shtml, acessado em 14 nov. 2008.

_____. “Grupo Abril comunica aumento de capital de R$ 150 milhões”, 8 jul. 2004. Disponível em: http://www.abril.com.br/br/imprensa/conteudo_48405.shtml, acessado em 14 nov. 2008.

_____. “Grupo Abril saneia dívidas e tem receita 13,7% maior em 2007”, 10 abr. 2008. Disponível em: http://www.abril.com.br/br/imprensa/conteudo_275580.shtml, acessado em 14 nov. 2008.

ALARCON, Daniela."Aquisição da Chinaglia pela Dinap cria monopólio na distribuição". In: Observatório do Direito à Comunicação, 6 nov. 2007. Disponível em: http://www.direitoacomunicacao.org.br/novo/content.php?option=com_content&task=view&id=1864, acessado em 14 nov. 2008.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TV POR ASSINATURA. “ABTA e SETA apresentam levantamento setorial do segundo trimestre de 2008”, em *TV por Assinatura*, 13 out. 2008. Disponível em: http://tvporassinatura.bizsolution.com.br/Imprensa/Pressreleases/PressreleasesSETAeABTAíntegra/tabid/203/selectmoduleid/571/ItemID/2080/reftab/36/language/pt-BR/Default.aspx, acessado em 14 nov. 2008.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS; ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMISSORAS DE RÁDIO E TELEVISÃO, ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS EDITORES DE REVISTA. “Por um mercado de comunicação moderno”. In: *Observatório da Imprensa*, s.d. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/ipub051220013.htm, acessado em 14 nov. 2008.

ASSOCIAÇÃO DOS DOCENTES DA USP. “Debate: Capital estrangeiro, para onde vai a mídia?”. In: *Revista Adusp*, 9 (28), São Paulo, dez. 2002, p. 36.

BIONDI, Antonio; CHARÃO, Cristina. “Terra de Gigantes”. In: *Revista Adusp*, 15 (42), São Paulo, jan. 2008.

BODDY-EVANS, Alistair. “Biography of PW Botha, Apartheid Era President”. In: *About.com*: African History. Disponível em: http://africanhistory.about.com/od/biography/a/BioPWBotha_3.htm, acessado em 14 nov.

2008.

CENEVIVA, Walter. “Estrangeiros na comunicação”. In: *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 15 dez. 2001.

CIAFFONE, Andréa. "Abril Digital em nova era". In: *Meio & Mensagem*, 8 out. 2008. Disponível em: http://www.meioemensagem.com.br/novomm/br/Conteudo/?Abril_Digital_em_nova_era, acessado em 14 nov. 2008.

COELHO, Luciana. “Abril Music encerra atividades em meio à onda de pirataria”, in: *Folha Online*, 5 fev. 2003. Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u63003.shtml, acessado em 14 nov. 2008.

CORRÊA, Fernando Ernesto. “A necessidade da abertura do capital”. In: *Revista Rádio e TV* [antiga *Revista ABERT*], 13 (116), Brasília, mar.-abr. 1997.

DAVIE, Kevin. “Palace coup at Naspers”. In: *Mail & Guardian Online*, 8 fev.2006. Disponível em: http://www.mg.co.za/article/2006-02-08-palace-coup-at-naspers, acessado em 14 nov. 2008.

DINES, Alberto. “Seqüestraram o Conselho de Comunicação Social”. In: *Observatório da Imprensa*, 18 mar. 2008. Disponível em: http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=477JDB001, acessado em 14 nov. 2008.

“FHC arbitra debate entre grupos”. In: *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 18 maio 2000.

“FHC quer apressar emenda que abre capital da mídia”. In: *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 21 nov. 2001.

FÓRUM NACIONAL PELA DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO. "Aceitando abrir a mídia ao capital estrangeiro oposições fazem aposta de alto risco para o país". Brasília, 17 dez. 2001. Disponível em: http://www.fndc.org.br/arquivos/Manifesto_3_votacao_PEC_11-12.doc, acessado em 14 nov. 2008.

_____. “Controle estrangeiro da mídia brasileira ameaça a soberania popular, a democracia e a nacionalidade: Posicionamento em relação à Proposta de Emenda à Constituição 203-B/95, que abre o capital das empresas de mídia do Brasil ao capital estrangeiro”. Brasília, 2 dez. 2001. Disponível em: http://www.fndc.org.br/arquivos/ManifestoPEC203-B-95.doc, acessado em 14 nov. 2008.

GINDRE, Gustavo. “Globo: o desafio da convergência”. In: *Projeto Software Livre Brasil*, 31 jul. 2005. Disponível em: http://www.softwarelivre.org/news/4511, acessado em 14 nov. 2008.

“GOVERNO acelera entrada de capital estrangeiro na mídia”. In: *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 3 out. 2002.

“JOHCOM’S Opco increases profit by 29% before investment in development”. In: *Avusa*, 30 set. 2007. Disponível em: http://www.avusa.co.za/article.aspx?articleid=629009, acessado em 14 nov. 2008.

KLEIN, Marcia. “M-Net's group chief to head up media giant”. In: *Business Time*, s.d. Disponível em: http://www.btimes.co.za/97/0608/news/news.htm, acessado em 14 nov. 2008.

LASCHINGER, Kirsty. “Year of the Giants”. In:*The Media Online*, 26 jan. 2005. Disponível em: http://www.themediaonline.co.za/themedia/view/themedia/en/page4212?oid=3817&sn=Detail

acessado em 14 nov. 2008.

LE ROUX, Shaun.“Naspers: worth another ten cents?”. In: *MoneyWeb*, 1 jul. 2008. Disponível em: http://www.moneyweb.co.za/mw/view/mw/en/page138222?oid=213089&sn=Detail, acessado em 14 nov. 2008.

LOBATO, Elvira. “Abertura da mídia emperra no Congresso” [Entrevista com Henrique Eduardo Alves]. In: *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 20 out. 2001.

MACHADO, Cassiano Elek. “Abril assume controle da Ática e da Scipione”. In: *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 2 mar. 2004.

“MEET China’s Google trouncer”. In:*Indiatimes News Network*, 14 maio 2007. Disponível em:http://infotech.indiatimes.com/Computing/Meet_Chinas_Google_trouncer/articleshow/msid-1568771,curpg-2.cms, acessado em 14 nov. 2008.

MCLEOD, Duncan. “The Rivals: Dropping like flies”. In: *Financial Mail*, 1 ago. 2008. Disponível em: http://secure.financialmail.co.za/08/0801/cover/coverstoryd.htm, acessado em 14 nov. 2008.

MOERDYK, Chris. “Thumbs up for M-Net on its 20th birthday”. In: *Bizz Comunity*, 4 out. 2006. Disponível em: http://www.bizcommunity.com/Article/196/66/11937.html, acessado em 14 nov. 2008.

MUYLAERT, Roberto. "Revistas, revistas e mais revistas" [Entrevista com Victor Civita], s.d. Disponível em: http://www.emrevista.com/Edicoes/1/artigo852-1.asp, acessado em 14 nov. 2008.

NASPERS LIMITED. Comunicado à imprensa sem título [sobre a venda do provedor MWEB]. Cidade do Cabo, 2 jun. 2008. Disponível em: http://www.naspers.com/act_Getdownload.cfm?IntEditItemID=1793, acessado em 14 nov. 2008.

_____. “Disposal of NetMed N.V. and cautionary announcement”, 14 abr. 2008. Disponível em: http://www.naspers.co.za/act_Getdownload.cfm?IntEditItemID=1784, acessado em 14 nov. 2008.

_____. “Naspers acquires equity stake in Abril”, 8 maio 2006. Disponível em: http://www.naspers.com/act_GetDownload.cfm?intEditItemID=1218, acessado em 14 nov. 2008.

_____. “Naspers announces voluntary delisting from Nasdaq, termination of sec registration and application for a secondary listing on the London stock Exchange”. Cidade do Cabo, 17 maio 2007. Disponível em: http://www.naspers.com/act_GetDownload.cfm?IntEditItemId=1772, acessado em 14 nov. 2008.

_____. “Naspers Disposal of NetMed N.V. Fulfilment of Conditions Precedent”, 28 ago. 2008. Disponível em: http://www.naspers.co.za/act_Getdownload.cfm?IntEditItemID=1965, acessado em 14 nov. 2008.

PAUL, Donald. “Naspers: Bigger Brother”. In:*The Media Online*, 24 fev. 2003. Disponível em: http://www.themediaonline.co.za/themedia/view/themedia/en/page4212?oid=3510&sn=Detail acessado em 14 nov. 2008.

PIERANTI, Octavio Penna. “O Estado e as comunicações no Brasil: uma análise da Constituição Federal de 1988”. In: *Revista Comunicação e Política*, 23 (3), Rio de Janeiro, set.-dez. 2005, p. 45. Disponível em: http://www.cebela.org.br/imagens/Materia/1ART2Octavio.pdf, acessado em 14 nov. 2008.

POMPEU, Renato. “A *Abril* e o apartheid”. In: *Revista Caros Amigos*, 10 (113), São Paulo, ago. 2006.

UNGER, Roberto Mangabeira. “A entrega e a sucessão”. In: *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 18 dez. 2001.

WAAL, Mandy de. “Naspers and the trail of Mugabe’s blood”. In: *Moneyweb*, 24 jun. 2008. Disponível em:http://www.moneyweb.co.za/mw/view/mw/en/page39?oid=212074&sn=Detail acessado em 14 nov. 2008.

WILLIAMS, David. “Multichoice: How pay-TV in SA was started”. In: *Financial Mail*, 1 ago. 2008. Disponível em: http://secure.financialmail.co.za/08/0801/cover/coverstoryc.htm, acessado em 14 nov. 2008.

ZMOGINSKI, Felipe. “Naspers compra parte da Compera nTime”. In: *Info*, 29 set. 2008. Disponível em: http://info.abril.com.br/aberto/infonews/092008/29092008-29.shl, acessado em 14 nov. 2008.

SÍTIOS DA INTERNET

Alexa
(http://www.alexa.com)

Banco Central do Brasil
(http://www.bcb.gov.br). Acessado em 14 nov. 2008.

Fundo Monetário Internacional
(http://www.imf.org). Acessado em 14 nov. 2008.

Internet World Stats
(http://www.internetworldstats.com/). Acessado em 14 nov. 2008.

Media 24: Family Magazines
(http://familymagazines.media24.com). Acessado em 14 nov. 2008.

Rede Nacional de Informações sobre o Investimento
(http://investimentos.desenvolvimento.gov.br). Acessado em 14 nov. 2008.