

Os reis da xepa

MÍDIA | A decadência mundial dos meios de comunicação acelera um processo ruim à democracia: a concentração da propriedade nas mãos de poucos magnatas.

POR EDUARDO GRAÇA, DE NOVA YORK, E GIANNI CARTA, DE PARIS

No MUNDO dos negócios, um claro sinal da decadência de um setor é a rapidez com que a propriedade e o centro do poder mudam de mãos. Repare no que aconteceu à indústria automobilística: as gigantes norte-americanas definharam ou foram vendidas, enquanto o eixo do lucro migrou para as companhias da Ásia. E veja o que tem ocorrido na mídia. Nos Estados Unidos e na Europa assiste-se a uma acelerada concentração do controle e uma mudança geográfica no perfil dos maiores acionistas. Despontam russos, árabes, australianos e latino-americanos, alguns deles com inequívoca vocação para cidadãos Kane, o inescrupuloso proprietário de jornais, maravilhosamente retratado por Orson Welles no clássico filme que leva o nome do personagem.

Chega a ser um paradoxo. Em várias partes do planeta, inclusive no Brasil, há um frenesi dos donos de meio de comunicação com o que consideram ser um movimento orquestrado para inibir suas liberdades. Em geral, os senhores apontam seus indicadores em direção a governos ou associações civis interessadas em estabelecer discussões mínimas sobre os direitos dos cidadãos diante do poder desigual da mídia. Ironicamente, a maior ameaça às famílias tradicionais e à própria natureza do empreendimento - sem falar nos riscos reais à democracia - vem justamente da ascensão de um novo tipo de empresário do setor, incapaz de separar seus interesses particulares do caráter público da imprensa (parênteses: não se trata aqui do caso brasileiro, onde nunca houve essa separação).

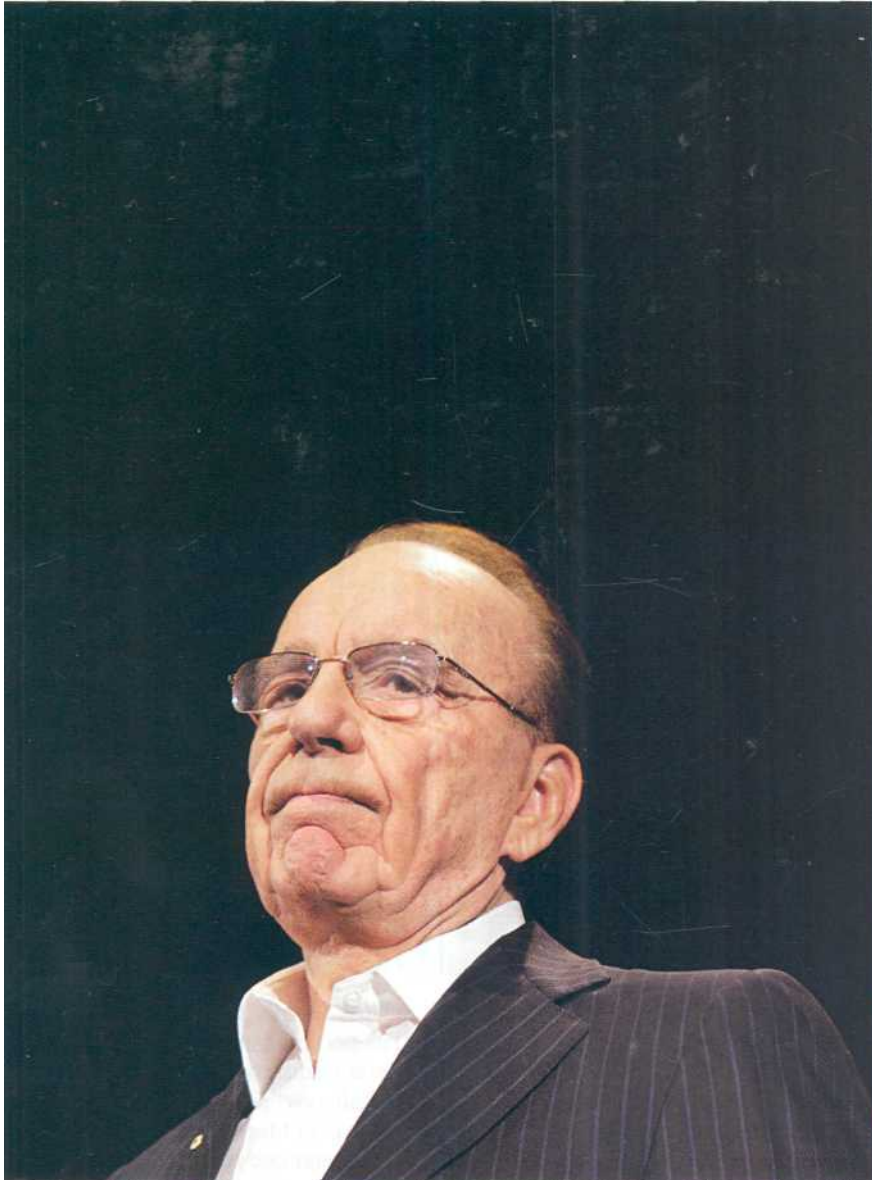


O exemplo mais recente a ameaçar os velhos princípios da imprensa foi a compra, em março último, do inglês *The Independent*, um dos mais consistentes jornais do mundo, pelo bilionário russo Alexander Lebedev. Ex-agente da KGB, Lebedev também controla o vespertino londrino *The Evening Standard*.

Na França, outro Alexander, também bilionário e russo, mas com sobrenome Pugacheve apenas 25 anos, adquiriu o *France-Soir*. Na Itália, instalou-se uma briga de cachorro grande. O australiano naturalizado norte-americano Rupert Murdoch, dono da onipresente *News Corporation* e o mais bem acabado Cidadão Kane da atualidade, briga no mercado televisivo com o premier

Silvio Berlusconi. Desde a chegada da Sky na Itália, em 2003 (via satélite), a relação entre o barão da mídia de 79 anos e o Cavaliere, de 73, oscilou. A partir de 2008, contudo, quando a receita da Sky superou a do grupo Mediaset de Berlusconi (três canais terrestres privados de tevê), a coisa encrespou. "O problema é comercial e ao mesmo tempo político", avalia a jornalista Verónica Collatti, da rádio franco-italiana *Envie d'Italie*. "Berlusconi acusa Murdoch de instigar os seus jornais contra ele para desviar a atenção do cerne da questão: o sucesso da Sky na Itália."

Se ainda se entende por que Murdoch formou a Sky Itália, com a fusão dos canais Telepiu e Stream, o que o leva a comprar jornais com dívidas faraônicas é uma



incógnita. A mídia europeia não foi poupada pela crise econômica e, antes dela, pelo advento da internet e de jornais gratuitos. "Se você se sentar em um vagão de metrô no centro de Londres é mais provável ver as pessoas lendo mensagens nos seus celulares ou assistindo DVDs nos seus laptops", observa Matt Barker, jornalista londrino que escreve para, entre outras, a mensal *Esquire*. Barker acrescenta: "É possível que dentro de um ano a maioria dos senhores em ternos escuros na primeira classe de um TGV de Londres para Paris não mais lerão seus jornais no formato papel".

Magnatas estrangeiros interessados em jornais falidos podem, às vezes, inverter, ou ao menos desacelerar, esse processo. Veja o caso do *France-Soir*. Até dois meses, o períó-

dico com tiragem de 1 milhão, nos anos 50 vendia meras 22 mil cópias. Mas em 17 de março último, sete novas rotativas voltaram a rodar para imprimir 500 mil exemplares. Cerca de 20 milhões de euros foram gastos em marketing. Em anúncios para a tevê, uma mulher, vestida como nos anos 50, caminha enquanto lê o tabloide; um senhor elegante, ao seu lado, estica o pescoço e faz o mesmo; um menino com uma pilha de cópias do *France-Soir* debaixo do braço alça um exemplar com a boca aberta para, claro, aguçar a curiosidade dos transeuntes com as últimas notícias.

O russo Pugachev contratou mais 50 jornalistas, entre eles o famoso ex-apresentador do canal TF1 Patrick Poivre d'Arvor. A redação conta agora com 90 repórte-



Berlusconi disputa com Murdoch a hegemonia da tevê na Itália. O russo Lebedev (acima) aumenta seu poder no Reino Unido

res. O jornal, fundado em 1944 por dois integrantes da Resistência francesa, ganhou novo design, tornou-se mais colorido, arejado, as letras estão maiores. O novo dono não mede gastos com fotos: as quer de excelente qualidade, custe o que custar.

Édouard Bailby, jornalista veterano que escreve para o *Le Monde Diplomatique*, é cético em relação a esses magnatas. "Não tenho nada contra um russo que compra um diário francês", explica. "O problema é este: comprar jornal virou um negócio mercantil. É como virar dono de um supermercado. E isso afeta a credibilidade da imprensa."

Sobre o endividamento do *France-Soir* e outros detalhes sabe-se pouco, ao menos



"O grande perigo para a democracia nos Estados Unidos é a concentração de donos de mídia no país", diz Crispin Miller, da New York University

Artilharia. The Independent e o France-Soir já mudaram de mãos. Slim cerca o Times

se o interessado procurá-los nos diários franceses. Mais eficazes (e divertidos porque têm maior senso de humor), os veículos do lado superior do Canal da Mancha fornecem minúcias sobre as recentes vendas de jornais para Lebedev. No ano passado, o *Independent* e o semanário *Independent on Sunday* perderam (antes de serem computados impostos) 31 milhões de euros. Mas o *Independent* não é exceção: no mesmo período *Times* e *The Sunday Times*, ambos de Murdoch, sofreram perdas anuais de 87,7 milhões de libras.

O professor de comunicação Tomasz Goban-Klas diz que, na Polónia, a questão da nacionalidade dos barões da mídia também inquieta leitores, ouvintes e telespectadores com níveis mais elevados de escolarização. "Aqui, 80% da imprensa escrita é controlada por quatro empresas alemãs", afirma Goban-Klas. *Fakt*, o diário com a maior tiragem (450 mil exemplares), é inspirado no *BildZeitung* e pertence ao grupo alemão Alex Springer. A fórmula do *Bild* é exportada para vários países do Leste Europeu, onde, segundo o professor Goban-Klas, a crise da imprensa é mais lenta do que na Europa Ocidental. O *Polska*, outro diário com a considerável tiragem de cerca de 300 mil exemplares, tem uma parceria editorial com o *The Times* de Londres, mas faz parte do grupo alemão Velagsgruppe Passau. Alex Springer também é dono da *Newsweek* polonesa.

Na Itália, Berlusconi não apela para o nacionalismo ao lidar com Murdoch. A contenda entre os dois começou no ano passado, quando o premier aprovou um imposto de 20% para as tevês pagas. Detalhe: a Sky Itália controla 90% do mercado e a Mediaset de Berlusconi, meros 5%.



Poucos meses mais tarde, o *Times* de Londres (de Murdoch) publicou um artigo sobre a estranha amizade do Cavaliere com uma adolescente de 18 anos. Intitulado A Máscara do Palhaço Caiu, o artigo apresenta um bufão, de então 72 anos, que contrata mulheres 50 anos mais jovens como suas assistentes pessoais. O premier lhes oferece empregos como modelos, e algumas até viram eurodeputadas. Isso sem contar as festinhas com as moçoilas.

Possesso, Berlusconi disse que o artigo era fruto da raiva de Murdoch em ter de pagar impostos. Murdoch se defendeu: "Eu não decido o que meus editores publicam". Em seguida, o magnata australiano processou o império midiático de Berlusconi porque os canais terrestres do premier se negavam a vender espaço para os comerciais da Sky Itália. O veredicto: ninguém pode forçar a Mediaset a vender espaço, mas a holding deveria levar em conta que não estaria se portando de forma correta. Murdoch se deu por satisfeito.

A jornalista Collatti pondera que, de

qualquer forma, 70% dos italianos se informam por três canais públicos da EAI e os três da Mediaset. Portanto, a vasta maioria dos italianos não sabe grande coisa sobre a briga com Murdoch. Barker, o jornalista da *Esquire* que vive entre Londres e Milão, acrescenta que a Sky Itália, e em particular seu canal Tg24, o primeiro canal 24 horas do país, faz bem para uma nação onde a mídia é dominada pelo premier.

Nos Estados Unidos, o debate sobre o controle da mídia também anda quente. Em sua coluna no *Los Angeles Times*, o jornalista Steve Lopez, conhecido pela adaptação para o cinema no ano passado de seu livro *O Solista*, com Robert Downey Jr. e Jamie Foxx, perguntou na última semana de março de forma direta: mas como é que abilionária Meg Whitman ainda não comprou meia dúzia de jornais para alavancar sua candidatura à sucessão do governador Arnold Schwarzenegger?

A ex-CEO do site eBay, após meteórica passagem pelo banco Goldman Sachs e de ser cogitada para assumir a Secretaria do



Tesouro em um virtual governo John McCain, gastou, em pouco mais de dois meses, 46 milhões de dólares em uma campanha que ainda deve custar, até novembro, pelas estimativas de Lopez, outros 200 milhões. "Esta é a nossa democracia. Enquanto se vive uma recessão e desemprego recorde, uma candidata bilionária gasta essa obscenidade em propaganda. Com esse dinheiro, ela poderia ter comprado uns cinco ou seis jornais e preenchido o espaço das notícias com fotos dela e reportagens sobre sua carreira", sentenciamos.

No cenário de terra arrasada da mídia norte-americana, a provocação do veterano repórter revela, de forma crua, um dos efeitos mais nefastos da perda de valor de títulos jornalísticos acima do Rio Grande: a concentração de meios de comunicação nas mãos de alguns poucos investidores. O processo não é novo e, já no segundo governo Clinton, o professor da Universidade de Nova York Mark Crispin Miller, um dos principais especialistas em mídia e cultura

da academia norte-americana, elaborou uma série de edições históricas da revista *The Nation* sobre o que ele definia como o cartel da mídia norte-americana.

A sequência de exemplares temáticos havia sido estimulada após a aprovação, pelo Congresso, do chamado *Telecommunications Act*, que desregulava o setor e seria o principal responsável, nos anos seguintes, pelo desaparecimento de mais de 4 mil rádios locais em todo o país e o lançamento de uma nova rede de tevê a cabo com notícias 24 horas, a *Fox News*, cujo proprietário, Rupert Murdoch, já era dono do tabloide mais popular do país, o *New York Post*.

De lá para cá, lembra Crispin Miller, a situação só piorou: Murdoch arrematou o venerado *The Wall Street Journal*, o estúdio cinematográfico *Fox Films* e a editora *Harper Collins*. Enquanto isso, a *CNN* foi absorvida pelo conglomerado Time Warner, a ABC é parte da Disney, a Comcast espera a aprovação de Washington para engolir a NBC Universal e até o altivo *The New York*

Times teve de aceitar entre seus acionistas importantes o homem mais rico do planeta, o empresário mexicano Carlos Slim.

"O grande perigo para a democracia norte-americana não é a virtual morte dos jornais diários. É a concentração de donos da mídia no país. Ironicamente, há 15 anos, se dizia que era prematuro falar em uma crise cívica, com os conglomerados exercendo poder de censura sobre a imensidão de notícias disponíveis no mundo pós-internet que gerou o que defino como *melt-down* jornalístico nos EUA", pondera Crispin Miller. E a imprensa ianque, de acordo com o editor da série *Ícones da América*, um dos carros-chefe da editora da Universidade de Yale, é muito mais vulnerável do que a europeia no que diz respeito ao controle e editorialização da notícia.

Quando um Alexander Lebedev compra um jornal como o *The Independent* - casa de jornalistas celebrados nos quatro cantos do planeta, como Robert Fisk, quicá o mais respeitado repórter especializado no Oriente Médio -, há em

contrapartida uma instituição como a BBC, financiada e gerida pelo público.

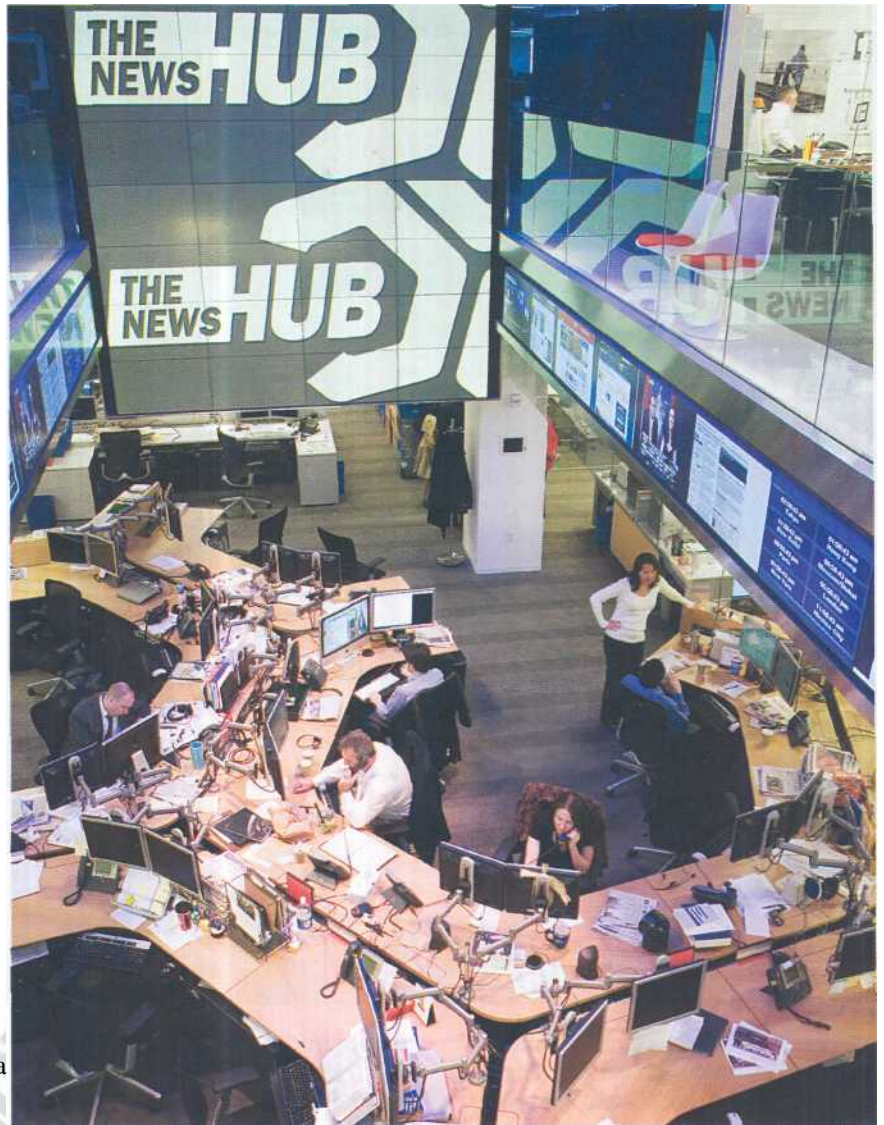
Na segunda-feira 5, a PBS, rede pública de tevê norte-americana financiada com dinheiro privado, propaganda e doações de indivíduos, apresentou o documentário *Mídia: O jornalismo em crise*, em que destacou dados como a diferença de investimento público na imprensa nos países industrializados. Enquanto a Alemanha investe 11 bilhões de dólares por ano em sua rede pública de comunicações, o Japão quase 7 bilhões e a Grã-Bretanha pouco mais de 5 bilhões, os EUA alocam 480 milhões por ano para todo o seu sistema de mídia pública, que inclui os Correios.

"É vergonhoso. Somos o único país desenvolvido que nem sequer tem um Ministério das Comunicações. O setor é controlado por uma comissão especial do Congresso, a FCC (acrônimo de *Federal Communications Commission*), totalmente refém dos *lobbies*. E falar em Correios faz sentido nesse contexto, pois o aumento do valor da taxa postal nas últimas décadas foi um dos fatores para a extinção de revistas locais, pouco mencionado nessa discussão", ataca Crispin Miller.

Em seu recém-lançado *The Death of American Journalism - The media revolution that will begin the world again*, outra estrela da *The Nation*, Robert W. McChesney, lembra que a primeira voz a clamar seriamente pela independência dos EUA foi a de um jornalista, Tom Paine, em 1774, no *Philadelphia Journal*. Ele definiu a "essência da liberdade" como um governo independente gerido por cidadãos bem informados. Por conta da própria herança do país, enfatiza McChesney "é um pré-requisito para a nossa democracia não apenas uma imprensa livre, mas competitiva, cética, combativa e tão plural quanto a nossa sociedade".

O autor descarta tanto mais uma mudança da legislação na área de comunicação quanto a busca de um novo modelo de exploração de propaganda na internet como soluções para a crise. "A sociedade americana precisa encarar o jornalismo tal qual ele o é hoje: um bem público que não é mais viável comercialmente. Se quisermos jornalismo, teremos de ter subsídios públicos", aponta.

Ele lembra ainda que, na última reunião da FCC em 2009, um de seus mais destacados representantes, o senador democrata e candidato derrotado à Presidência pelo Partido Democrata John Kerry, citou de forma dura a frase do len-



dário Joseph Pulitzer, imortalizada em uma placa na Universidade de Colúmbia: "Nossa república e nossa imprensa vão ascender e afundar de braços dados".

Por todos os lados, reage-se à gradual desregulamentação do setor - incrementada em 2003 quando a FCC aumentou de 25% para 45% a possibilidade de um mesmo dono ou grupo concentrar mídia em qualquer localidade. Em março, quando o *Journal* anunciou com toda pompa a criação de um *Caderno Metropolitano* com o objetivo de competir com seu principal rival em Nova York no segmento de notícias regionais, o *Times* reagiu com uma série de reportagens que incluíram até mesmo uma crítica de um genro de Rupert Murdoch ao jornalismo conservador da *Fox News*. "Tenho vergonha mesmo do nível a que chegou o jornalismo da *News Corporation*", disparou o dono britânico de empresas de

relações públicas Matthew Fried, casado com Elizabeth, filha de Murdoch.

O ataque do *New York Times*, obviamente, tem mais a ver com o risco de perder anunciantes locais para o rival *Journal* do que com uma preocupação nobre com a pluralidade de imprensa, um dos pilares da democracia norte-americana. Mas a transformação de um dos símbolos do jornalismo financeiro de alto nível da imprensa norte-americana em um *jornalão* opinativo é a ponta do *iceberg* do assalto do setor por figurões e conglomerados pouco simpáticos à matéria-prima do jornalismo: a reportagem, a busca da notícia.

Em artigo publicado na edição recente da *New Yorker*, o editor-contribuinte da revista *Atlantic Monthly*, Michael Hirschorn, lembra que uma das premissas de Ted Turner quando da criação da CNN era a de que os norte-americanos precisavam de um canal



de notícias 24 horas cobrindo o mundo, especialmente diante do crescente *americanocentrismo* das redes de tevê abertas e, anos mais tarde, ao *opinionismo* da Fox. "Pois ele estava completamente errado. Apesar de grandes eventos mundiais, como o terremoto no Haiti, a CNN havia perdido metade de seus espectadores em um ano, de acordo com a Nielsen", escreve Hirschorn. Chegou-se ao cúmulo de o *talk show* das 3 da manhã da *fbx* ter mais audiência do que o horário nobre da CNN, com nomes como Anderson Cooper e Larry King.

Quando Crispin Miller era visto como mais um profeta do mau agouro, na virada do século, a CNN lucrava 300 milhões de dólares por ano e era considerada pelo então CEO da Time Warner, Jerry Levin, responsável pela controversa fusão da empresa com a AOL, "uma das jóias de nossa coroa". A outra era a revista *Time*, semanal ainda dedicada a notícias (e cada vez menos reportagens) de maior circulação dos EUA. "É cada vez mais difícil em nossa cultura digital - e olha que ainda não começamos a ver vídeos em nossos iPads - reinventar uma marca. A CNN durou duas gerações para ir da vanguarda para a retaguarda do setor. De um certo ponto de vista eles foram abençoados. O Yahoo! e a AOL, por exemplo, que neste momento tentam se reinventar, não duraram mais do que uma geração", diz Hirschorn.

Foi justamente para não se tornar a nova CNN, esmagada pelo rolo compressor da News Corporation, que o Times ven-

"Debate, opinião, é muito mais barato. Notícia, reportagem, são outros quinhentos", constata Katrina Heuvel, editora da *The Nation*

Premonição. *O cidadão Kane de Welles não seria o retrato de Murdoch no comando do The Wall Street Journal?*

deu 7% de suas ações para Slim. Na primeira semana de março, os boatos de que a família Ochs-Sulzberger cederiam o controle de um dos jornais mais influentes do planeta para o empresário mexicano fizeram com que as ações do grupo subissem de forma estratosférica. No mesmo dia, em um evento no principal fórum da indústria imobiliária de Nova York, Murdoch disse que "duvidava que os Sulzberger venderiam o jornal, ainda mais para um mexicano". E aproveitou para apoiar o lançamento da candidatura ao Senado pelo Partido Republicano de outro barão da imprensa local, Mort Zuckerman, proprietário do tabloide *New York Daily News*, o de maior vendagem na cidade no momento.

Editora da *The Nation*, Katrina Vanden Heuvel resume a discussão no programa apresentado em horário nobre: "Debate, opinião, é muito mais barato, não custa muito. Notícia, reportagem, são outros quinhentos. O jornalismo norte-americano, tal qual funciona nos dias de hoje, é uma ameaça para a democracia norte-americana". Uma das estrelas da rede de TV MSNBC, a rival à esquerda da *fox News*, Keith Olbermann, teoricamente uma das vítimas da afirmação de Katrina Heuvel, concorda que o fracasso do velho modelo de notícias reduziu o espaço para a pluralidade de ideias no jornalismo ianque, mesmo com a segmentação da mídia em múltiplos canais de tevê e rádio: "Cresci em Nova York com três noticiários na tevê e seis no rádio, mas a variedade de ideias era maior".

A revolução nas terras de Thomas Jefferson - santo-patrono dos jornalistas ianques por conta de sua afirmação de que "entre um país sem governo e sem imprensa, escolheria a primeira opção" - parece passar necessariamente por Washington. Mas o governo Obama, acreditam, tem sido tímido ao extremo no que diz respeito a um ataque ao cartel da mídia. "A única iniciativa que este governo se propõe no setor é aumentar o acesso à internet de banda larga nos rincões do país. É muito pouco. Este é o momento ideal para se pressionar por um modelo mais próximo do canadense, por exemplo, em que os cidadãos, ao comprar um aparelho de tevê ou de rádio, pagam uma taxa que vai direto para um órgão público de comunicação. Direito a informação é um bem inalienável do cidadão, um de nossos direitos mais básicos, fundamentais, por exemplo, para a fiscalização de eleições e a discussão de temas importantes para a sociedade", diz McChesney. •