

MATTOS, Sérgio. As organizações Globo na mídia impressa. In: BRITTOS, Valério Cruz e BOLAÑO, Ricardo Siqueira9orgs.). **Rede Globo – 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005, pp. 267-286.

## **AS ORGANIZAÇÕES GLOBO NA MÍDIA IMPRESSA**

**Sérgio Mattos**

**(UNIBAHIA – Faculdades Integradas Ipitanga)**

Este trabalho descreve, dentro de uma perspectiva histórica, a atuação das Organizações Globo no segmento da mídia impressa. O império construído por Roberto Marinho (1904-2003) começou com o jornal O Globo, nome que passou a ser a marca registrada de todo o grupo cuja história está completando 80 anos neste ano de 2005. Apresenta uma visão geral da atuação das Organizações Globo no setor da mídia impressa dentro do contexto nacional, identificando e descrevendo seus principais produtos. O trabalho está dividido em cinco partes: 1) - O início do Império; 2) – O contexto nacional da mídia impressa, 3) – Os jornais da Globo (Infoglobo); 4) – A Editora Globo e suas revistas; e 5) – Perspectivas e conseqüências.

### **1. O INÍCIO DO IMPÉRIO**

A história das Organizações Globo teve início com o lançamento do jornal O Globo, no dia 29 de julho de 1925, que surgiu como um veículo noticioso, em oposição ao jornalismo partidário praticado na época, tendo como objetivo maior ser o defensor das causas populares. Seu fundador, Irineu Marinho, morreu 21 dias após o lançamento do veículo, obrigando a família a contratar Euricles de Mattos para comandar o jornal. Roberto Marinho, que tinha apenas 20 anos de idade, não se sentiu suficientemente seguro para assumir o comando. Durante seis anos, acompanhou o dia-a-dia do jornal, exercendo as funções de repórter, reescrevedor, secretário de redação adquirindo completo domínio sobre o fazer jornalístico. Quando Euricles de Mattos morreu, no dia 5 de maio de 1931, ele assumiu, com 26 anos de idade, a direção de O Globo colocando

em prática um estilo empresarial ousado, que resultou na construção de um império de comunicação que cresceu ininterruptamente por sete décadas.

Mantendo uma posição política e editorial cautelosa, O Globo apoiou o governo instituído pela Revolução de 30. “No período que se seguiu à vitória da Revolução de outubro de 1930, o jornal manteve uma linha de acomodação com o governo. No final da década de 1930 o jornal empenhou-se na campanha eleitoral, com simpatia pelos candidatos da Aliança Liberal – Getúlio Vargas e João Pessoa”.<sup>1</sup> Durante a Segunda Guerra Mundial, O Globo era favorável ao rompimento da aliança com a Alemanha e tomou posição a favor do fim da ditadura de Getúlio Vargas.<sup>2</sup>

O jornal era o carro-chefe, mas “o crescimento financeiro do grupo se deu por causa da edição de gibis, histórias em quadrinhos norte-americanos e de empreendimentos imobiliários”<sup>3</sup> durante as décadas de 30 e 40 do século passado, o que lhe permitiu comprar transmissores e inaugurar sua primeira emissora, a Rádio Globo do Rio de Janeiro, no dia 2 de dezembro de 1944. Na época, Roberto Marinho teve que enfrentar a concorrência direta e brigar pela audiência com o dono do ramo no Brasil, Assis Chateaubriand, com quem haveria de ter outro confronto, na década de 60, quando pretendeu e acabou ocupando novos espaços em uma área também dominada por Chatô, o da televisão.

Quando O Globo completou 70 anos, Roberto Marinho escreveu um texto no qual reconhece que o grupo multimídia começou mesmo com a instalação da rádio: “Naquela época, início da década de 30, não se podia falar em Organizações Globo nem supor que viessem a existir. Essa história esperaria até 1944 para dar seu primeiro passo fora do âmbito da comunicação impressa, quando decidi fundar a Rádio Globo do Rio de Janeiro, num momento em que o rádio ganhava importância graças aos noticiários sobre a Segunda Guerra Mundial. Somente comecei a pensar em televisão em 1960 e resolvi colocar no ar a TV Globo do Rio de Janeiro, em 1965”.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Academia Brasileira de Letras. Roberto Marinho. Disponível em [www.academia.org.br](http://www.academia.org.br). Acesso em 12 dez.2004

<sup>2</sup>

<sup>3</sup> Roberto Marinho influenciou durante sete décadas. **Folha de S.Paulo**. São Paulo, 7 ago. 2003.

<sup>4</sup> MARINHO, Roberto. Quem somos. Disponível em <http://editoraglobo.globo.com> e [www.infoglobo.com.br](http://www.infoglobo.com.br)

Na verdade, Pedro Bial, ao escrever a biografia de Roberto Marinho, conta uma história diferente. Ele afirma que Marinho “pensava como um consumidor, e isso o fez pensar em abrir um canal de TV já em 1950”. Relata que por meio da Rádio Globo um pedido de concessão de uma transmissora de TV fora enviado a Dutra, que acatou o pedido que foi revogado por Getúlio Vargas em 1953. A concessão só foi outorgada mesmo por JK.<sup>5</sup> Com a eleição de Vargas nos anos 50, O Globo lhe fez oposição a ponto de quando o presidente se suicidou, em agosto de 54, durante a comoção popular duas caminhonetes da Rádio Globo e dois caminhões do jornal O Globo foram incendiados.<sup>6</sup>

O Globo fez oposição moderada a Juscelino Kubitschek de quem acabou recebendo a primeira concessão de um canal de TV no Rio de Janeiro, em 1957. Em 1961, Marinho apoiou Jânio Quadros e depois apoiou João Goulart, no início, e conspirou contra ele depois, apoiando o golpe de 1964. Mas, foi Goulart quem lhe outorgou o segundo canal de TV, o de São Paulo. No dia 26 de abril de 1965, inaugurou a TV Globo do Rio de Janeiro, dando início a uma nova fase estrutural das Organizações Globo, beneficiando-se de suas relações com o regime militar e com todos os governos que se sucederam. “Sob o regime militar, Marinho deu um salto decisivo na expansão de seus negócios ao inaugurar em abril de 65, a TV Globo do Rio. Seu jornal estava entre os mais vendidos na cidade e a rádio era líder de audiência. A TV Globo se firmou rapidamente por três razões: um acordo financeiro e operacional com o grupo norte-americano Time - Life, a colaboração com o regime militar e o declínio das TVs Tupi e Excelsior”.<sup>7</sup>

Com uma maior receita e prestígio, a TV Globo passou, no início dos anos 70 a ser o carro-chefe das Organizações Globo. Nem por isso o grupo deixou de investir na mídia impressa como veremos nas próximas seções. Em 1995, Roberto Marinho escreveu sobre as Organizações Globo: “Em 1986, a então Rio Gráfica Editora incorporou a Editora Globo, de Porto Alegre. A partir daí, além das revistas, passou a editar livros e fascículos e assumiu o nome de Editora Globo. Com a reorganização pela qual passou em 1989, a Editora Globo evoluiu para se tornar a segunda maior do país.

---

<sup>5</sup> BIAL, Pedro. Roberto Marinho. Jorge Zahar Editor, 2004.

<sup>6</sup> Roberto Marinho influenciou durante sete décadas. **Folha de S. Paulo**, 7 agos. 2003.

<sup>7</sup> Idem.

Hoje [1995] podemos falar das Organizações Globo com o orgulho de vê-las inclusas entre as maiores do mundo no campo da comunicação de massa. O jornal O Globo é o maior do país; a Rádio Globo transformou-se no Sistema Globo de Rádio enquanto a TV Globo do Rio de Janeiro foi o primeiro passo para que se formasse a Rede Globo de Televisão, hoje cobrindo todo o território brasileiro”.<sup>8</sup>

Roberto Marinho, como nenhum outro brasileiro acumulou muito poder ao longo do século XX. Com uma fortuna pessoal de US\$ 1 bilhão de dólares ele constava, em 2003, da lista dos homens mais ricos do mundo elaborada pela revista Forbes. Ele nasceu na cidade do Rio de Janeiro no dia 3 de dezembro de 1904 e morreu no dia 6 de agosto de 2003, deixando o seu império para seus três filhos: Roberto Irineu Marinho, que passou a ocupar a presidência das Organizações Globo; João Roberto Marinho e José Roberto Marinho permaneceram como vice-presidentes de Relações Internacionais e Responsabilidade Social, respectivamente. Os herdeiros começaram o ano de 2005 renegociando dívidas e planejando o futuro das Organizações Globo.

## **2. O CONTEXTO DA MÍDIA NACIONAL**

Esta seção apresenta um panorama atual da mídia impressa do país dentro do contexto histórico e econômico no qual estão inseridos os jornais e revistas das Organizações Globo. O contexto da década de 90 apresentou condições econômicas favoráveis e as empresas de comunicação desenvolveram mega projetos e se modernizaram, contraindo dívidas em moeda estrangeira, o que, no início deste século, acabou comprometendo os planos de expansão e o sucesso que vinham sendo obtidos na década passada. O grupo dos Marininhos sempre esteve próximo do poder político, beneficiando-se da situação privilegiada que lhe ajudou a construir e dominar o setor das comunicações. Mas, outros mega grupos familiares participam também da concentração da mídia no país tais como os Civitas, proprietários do Grupo Abril, os Sirotsky, do grupo RBS, os Frias, da Folha, entre outros grupos familiares regionais, que são detentores de redes multimídia.

Em meados da década de 1990, a mídia festejava, com lucros, o Plano Real e o aumento da circulação média dos jornais que cresceu de 4,3 milhões, em 1990, para 6,6

---

<sup>8</sup> MARINHO, Roberto. Quem Somos. Disponível em <http://editoraglobo.globo.com> e [www.infoglobo.com.br](http://www.infoglobo.com.br)

milhões de exemplares em 1995 até atingir o pico de 7,9 milhões de exemplares/dia em 2000. De acordo com os dados da Associação Nacional dos Jornais (ANJ), o crescimento da circulação dos jornais entre 1990 e 1999, foi da ordem de 69,43%, registrando uma média anual de 7,5%. No ano de 2000, o Brasil tinha 2.245 jornais, sendo 465 deles diários. A mídia festejava também a televisão paga, os avanços tecnológicos, a Internet, a abertura do mercado de telecomunicações, o surgimento de novos serviços e o fim do monopólio estatal da telefonia.

A partir de 1995, segundo o então presidente da ANJ, Francisco Mesquita Neto, a maioria dos jornais investiram na informatização das redações e na compra de novas impressoras, quando foram investidos cerca de US\$ 700 milhões.<sup>9</sup> Em 1995, os quatro mais influentes jornais do país (O Globo, Jornal do Brasil, Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo) aumentaram a circulação paga de 490,2 milhões em 1994 para 553, 5 milhões de exemplares em 1995. O faturamento em publicidade aumentou em 67%, de US\$ 900 milhões para US\$ 1,5 bilhão.<sup>10</sup>

A última década do século XX foi positiva para a mídia nacional, uma vez que jornais, revistas, emissoras de rádio e televisão se modernizaram, tanto no aspecto tecnológico como editorial. O contexto econômico-financeiro positivo e a estabilidade cambial apontavam para novos investimentos, estimulando as empresas para a formação de conglomerados de mídia. O exemplo de sucesso era o padrão adotado pelas Organizações Globo, com investimentos em jornais, revistas, emissoras de rádio e de TV, TV por assinatura, além de empresas de Distribuição de Conteúdo, de Informação e Serviços Financeiros, E-commerce, Shopping Centers e outros.

Exemplos dos investimentos feitos pelas empresas de comunicação são o novo parque gráfico do Grupo Folha, inaugurado em 1995, em Tamboré, São Paulo, num total de US\$ 120 milhões. Em 1996 o grupo inaugurou o provedor de acesso à internet UOL (Universo Online) e criou a Plural, gráfica comercial em parceria com a norte-americana Quad Graphics. Em 1999, o Grupo Folha lançou o jornal Agora e, em 2000, em parceria com as Organizações Globo, lançou o Valor Econômico. Por sua vez, as Organizações Globo lançaram, em 1998, simultaneamente, dois novos veículos, o jornal Extra, no Rio

---

<sup>9</sup> LOBATO, Elvira. Mídia nacional acumula dívida de R\$ 10 bilhões. Folha de S. Paulo, 15 fev. 2004.

<sup>10</sup> BOAS notícias para quem imprime más notícias. **Boletim do Instituto Gutenberg**, nº 8 mar-abr. 1996.

de Janeiro, e a revista semanal *Época*, em São Paulo. Em 2001 compraram e reformularam o *Diário Popular*, relançando-o como sendo o *Diário de S. Paulo*. Para garantir a qualidade gráfica e editorial de seus jornais, a Globo inaugurou em 1998, o seu Parque Gráfico, em Duque de Caxias – RJ.

No final do século XX, as empresas de comunicação já amargavam alguns prejuízos e o novo século começou registrando uma queda na circulação da mídia impressa, retração no bolo publicitário e uma dívida acumulada de R\$ 10 bilhões, sendo que as Organizações Globo respondem por 60% desse total. Segundo dados divulgados pela Folha de S.Paulo, no período de 2000 a 2002, a circulação das revistas caiu de 17,1 milhões para 16,2 milhões de exemplares/ano, enquanto a de jornais caiu de 7,9 milhões de exemplares/dia para 7 milhões. O bolo publicitário decresceu de R\$ 9,8 bilhões em 2000 para R\$ 9,6 bilhões em 2002. Segundo o Grupo de Mídia de São Paulo, em 2003, o Brasil conseguiu manter a 11ª posição no ranking mundial de investimentos em propaganda graças aos anúncios das operadoras de telefonia que disputavam o mercado. Em 2003 o investimento em publicidade no país foi de US\$ 5 bilhões.<sup>11</sup>

A crise financeira que atingiu o país entre os anos 2000 e 2002 acabou resvalando na mídia. No período, “as contas globais começaram a despencar, iniciando pelas receitas líquidas, que caíram cerca de 12%. Em 2001, devido a perdas financeiras e a problemas no mercado publicitário o grupo teve um prejuízo de cerca de 550 milhões de dólares. (...) Com a finalidade de ajudar financeiramente algumas empresas do grupo, os Marinhos se desfizeram de algumas de suas empresas, ações e emissoras”.<sup>12</sup>

Como registrado por Yann Le Houelleur, “para reduzir seu endividamento, as Organizações Globo começaram a vender certos ativos: um hotel em Portugal, participações em operadoras regionais de telefonia móvel etc. Em represália, segundo vários jornais brasileiros, a Telecom Itália estaria prestes a abandonar o grupo Globo no site [globo.com](http://globo.com), do qual os italianos compraram 30% por alto preço: US\$ 810 milhões.”<sup>13</sup> Além dos cortes de despesas nas empresas do grupo, as três emissoras da Globo (TV Aliança, em Sorocaba, TV Modelo, em Bauru, e TV Progresso, em São José do Rio Preto)

---

<sup>11</sup> FRANCO, Carlos. País é o 11º nos gastos em propaganda. *O Estado de S. Paulo*, 2 jul. 2004.

<sup>12</sup> BAHIA, Katielly. *Properidade Comprometida*. Disponível em <http://www.canaldaimprensa.com.br>.

<sup>13</sup> HOUELLEUR, Yann Le. *As dívidas do império*. **La Tribune**, Paris, 27 fev. 2002.

no interior de São Paulo foram vendidas para fazer caixa. Segundo o Ministério do Trabalho, as empresas de comunicação demitiram mais de 17 mil funcionários entre 2001 e 2002, para reduzir custos.<sup>14</sup>

No balanço, publicado em 31 de março de 2002, ficou explícito o tamanho da dívida externa das Organizações Globo: US\$ 2,63 bilhões, dos quais US\$ 2,2 bilhões, 84% do total em moeda estrangeira. O grupo teve um prejuízo de US\$ 547,5 milhões, em 2001, atribuído a perdas financeiras e à forte retração do mercado publicitário. A Globopar – Globo Comunicações e Participações –, a holding do grupo, tem participações acionárias na NET Serviços e na Sky e é controladora da Globosat, da Editora Globo, da Gráfica Globo Cochrane, da Gravadora Som Livre e nas instalações físicas do Projac.

Segundo detalhou Elvira Lobato: “estima-se que as empresas de comunicação acumularam prejuízo de R\$ 7 bilhões em 2002, dos quais R\$ 5 bilhões foram registrados pela Globopar. (...) As Organizações Globo respondem por 60% do endividamento total de R\$ 10 bilhões. A Globopar tem uma dívida equivalente a US\$ 1,9 bilhão (cerca de R\$ 5,6 bilhões) e deixou de pagar aos credores em outubro de 2002. Essa cifra não inclui as dívidas da Infoglobo – que edita os jornais O Globo, Extra, Diário de S. Paulo e é parceira do Grupo Folha no Valor Econômico – e das emissoras de rádio, que estão fora da estrutura da Globopar. No dia 11 de dezembro último [2003], três fundos de investimentos norte-americanos entraram com ação, na Corte de Falências do Distrito Sul de Nova York, pedindo a intervenção da Justiça dos EUA”.<sup>15</sup>

Evitando uma renegociação judicial das dívidas, a Globopar ingressou em janeiro de 2004 com sua defesa, alegando que o fórum para discussão do caso é o Brasil e não os Estados Unidos.<sup>16</sup> Em novembro de 2004 a Globopar chegou a um acordo com seus credores. “Pelo acordo a TV Globo (garantidora da maior parte das dívidas) será integrada a Globopar. O presidente das Organizações Globo, Roberto Irineu Marinho, afirmou que o grupo reduziu sua participação em empresas de distribuição se

---

<sup>14</sup> LOBATO, Elvira. Mídia nacional acumula dívida de R\$ 10 bilhões. **Folha de S. Paulo**, 15 fev. 2004.

<sup>15</sup> LOBATO, Elvira. Mídia nacional acumula dívida de R\$ 10 bilhões. **Folha de S. Paulo**, 15 fev. 2004; YURI, Flávia. Prejuízos da Globopar é de R\$ 5 bi. Disponível em [www.info.abril.com.br](http://www.info.abril.com.br)

<sup>16</sup> GLOBOPAR apresenta defesa em processo. **Folha de S. Paulo**, 21 jan. 2004.

concentrando na mídia e na produção de conteúdo, e recuperou sua capacidade de geração de caixa”.<sup>17</sup>

### 3. OS JORNAIS DA GLOBO (INFOGLOBO)

Esta seção apresenta o poderio dos jornais das Organizações Globo que são controlados pela Infoglobo, caracterizando cada um dos produtos do grupo. A Infoglobo Comunicações Ltda, ao lado da Editora Globo, do Sistema Globo de Rádio e da Gráfica Globo Cochrane (instalada em 1992 em São Paulo), integra a Unidade de Mídia Impressa e Rádio das Organizações Globo. Os principais produtos da Infoglobo são: os jornais O Globo, Extra, Diário de S. Paulo e Valor Econômico, este último em parceria com o Grupo Folha. São ainda produtos da Infoglobo a Agência Globo e a Globo Online.<sup>18</sup> Saliente-se que a TV Globo, o Sistema Globo de Rádio e a Infoglobo ainda são empresas que pertencem exclusivamente à família Marinho e ainda não integram o holding Globopar.

O jornal O Globo é o veículo mais antigo das Organizações Globo e foi com ele, como já foi dito, que tudo começou. O jornal permaneceu como carro-chefe do grupo até a década de 70, quando a TV Globo começou a ser o veículo mais rentável e o de maior influência no país, abocanhando, em média, 60 % dos investimentos publicitários feitos via agência de publicidade.<sup>19</sup> A primeira edição de O Globo foi publicada com apenas 12 páginas e uma tiragem de 33.435 exemplares. O jornal começou a circular, sem máquinas próprias, num andar de um edifício na esquina da Rua Bittencourt da Silva com o Largo da Carioca, no Rio de Janeiro, onde permaneceu até 1954. Transferiu-se, então, para o prédio da rua Irineu Marinho, onde ainda se encontra em instalações que foram sendo modernizadas ao longo dos anos.<sup>20</sup>

O Globo entrou na era do off-set no ano de 1978 e informatizou sua redação em 1986. Hoje, O Globo está entre os três jornais de maior circulação do país, mantendo a posição de liderança nas classes A e B. De acordo com o IVC – Instituto de Verificação de Circulação – em 2003, O Globo figurava como sendo o segundo maior jornal

---

<sup>17</sup> TV Globo será integrada à Globopar. **Meio & Mensagem**, 3 nov. 2004.

<sup>18</sup> INFOGLOBO. A empresa. Disponível em [www.infoglobo.com.br](http://www.infoglobo.com.br)

<sup>19</sup> MATTOS, Sérgio. **História da Televisão Brasileira: Uma visão econômica, social e política**. Petrópolis, Editora Vozes, 2002.

<sup>20</sup> ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS JORNAIS. **Jornais Brasileiros: relação de periódicos**, 2.ed. Brasília: ANJ, 1995.



brasileiro em circulação paga com uma tiragem auditada de 235.410 exemplares, perdendo apenas para a Folha de S. Paulo com 314.908 exemplares. No Rio, O Globo é líder em circulação e o jornal Extra aparece como o segundo maior em circulação. No ranking nacional, o Extra está em quarto lugar, vindo logo após o Estado de S. Paulo. Em agosto de 2003, o Extra assumiu a liderança entre todos os jornais brasileiros em circulação paga aos domingos, apresentando uma diferença de 22 mil exemplares a mais sobre o segundo colocado.<sup>21</sup> (**Vide Quadro abaixo**).

**QUADRO**  
**OS MAIORES JORNAIS BRASILEIROS EM CIRCULAÇÃO 2003**

<b>Título</b>	<b>Editora</b>	<b>Circulação</b>
Folha de S. Paulo	Empresa Folha da Manhã AS	314.908
O Globo	Infoglobo Comunicações Ltda.	253.410
O Estado de S. Paulo	S/A O Estado de S. Paulo	242.755
Extra	Infoglobo Comunicações Ltda.	228.728
O Dia	Editora O Dia AS	196.846
Correio do Povo	Editora Jornalística Caldas Junior	181.560
Zero Hora	Zero Hora Editora Jornalística	176.696
Diário Gaúcho	Zero Hora Editora Jornalística	119.221
Gazeta Mercantil	Editora JB AS	103.095
Diário de S. Paulo	Infoglobo Comunicações Ltda.	81.143

**Fonte: Instituto Verificador de Circulação, ANJ Database.**

Com uma linha editorial sensacionalista, o Extra foi lançado em 1998 para concorrer com O Dia, passando em menos de um ano de existência a ser o jornal popular mais vendido das bancas do Rio de Janeiro. Dezoito meses depois de criado, o Extra recebeu o Prêmio Caboré na qualidade de melhor jornal do ano por indicação de voto de

<sup>21</sup> ANJ Database. Os maiores jornais brasileiros em circulação 2003. Disponível em: [http://www.anj.org.Br/webc/anj/isto\\_e/mj\\_cirjor.cfm](http://www.anj.org.Br/webc/anj/isto_e/mj_cirjor.cfm)

profissionais do mercado publicitário. O jornal Valor Econômico, que começou a circular no dia 2 de maio de 2000, pertence, em partes iguais, ao Grupo Folha e às Organizações Globo. A parceria envolveu um investimento de US\$ 50 milhões e tinha o objetivo de desbancar o seu principal concorrente, a Gazeta Mercantil, que continua dona deste segmento do mercado, aparecendo em nono lugar no ranking do IVC. Devido à sua linha editorial pluralista e aberta à diversidade de pensamentos, o Valor Econômico já recebeu vários prêmios, entre eles o Prêmio Esso de Jornalismo na categoria Informação Econômica e o Prêmio Bovespa de Jornalismo 2000, 2001 e 2002.

Em abril de 2001, a infoglobo comprou o Diário Popular pelo valor de R\$ 200 milhões. Seis meses depois o nome do jornal, fundado em 8 de novembro de 1884, foi trocado, passando a ser denominado Diário de S. Paulo. O relançamento aconteceu no dia 23 de setembro de 2001, com uma tiragem de 350 mil exemplares. Após o lançamento, a tiragem do jornal estagnou, ficando com um pouco mais de 100 mil durante a semana e cerca de 130 mil aos domingos. O objetivo do jornal é atingir a classe média da Grande São Paulo.<sup>22</sup> Em 2003, o Diário de S. Paulo já aparecia no ranking do IVC como o décimo maior em circulação, apesar do total de exemplares ter diminuído em relação à expectativa da época de seu lançamento.

A Agência O Globo, criada em 1974, capta, produz, formata, distribui e comercializa o conteúdo dos produtos da Infoglobo para mais de 60 jornais brasileiros e três serviços internacionais de notícias. A agência distribui cerca de 500 diferentes textos e dezenas de fotografias por dia. Seu banco de imagem, reunindo quase 80 anos de história do Globo e de outros jornais do grupo, possui mais de três milhões de cópias fotográficas e 1,5 milhão de negativos e cromos. O Globo Online, criado em 1996, é um dos maiores sítios de informação do país, disponibilizando o conteúdo jornalístico dos três jornais do grupo. Em 2004, o Globo Online tinha 1,49 milhão de usuários, com uma média diária de 252 mil visitantes e um total de 2,1 milhão Page views.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> AFFINI, Marcelo e CASTELLAR, Zeca. Diário Popular troca de nome, estreando com tiragem de 350 mil em São Paulo, Meio & Mensagem, São Paulo, 19 set. 2001; NASCIMENTO, Gladiston do. Vida, morte e ressurreição. Disponível em <http://www.canaldaimprensa.com.br>

<sup>23</sup> INFOGLOBO. A empresa. Disponível em [www.infoglobo.com.br](http://www.infoglobo.com.br)

#### 4. EDITORA GLOBO E SUAS REVISTAS

A Editora Globo é controlada pela Globopar. Em 1986, a então Rio Gráfica e Editora (RGE) incorporou a Editora Globo, de Porto Alegre, assumindo a partir daí esse nome. A RGE dedicava-se à publicação de revistas em quadrinhos, passando então sob novo nome a editar também revistas de informação, livros e fascículos. As revistas são semanais e mensais e direcionadas para segmentos específicos. A história da Editora Globo e a descrição de seus principais produtos de mídia impressa serão abordados nesta seção. Saliente-se que além das revistas a Editora publica vários títulos de livros que integram o rico acervo herdado da Editora Globo, de Porto Alegre.

A história da Editora Globo começou em dezembro de 1883, quando foi criada a Livraria do Globo, em Porto Alegre, por Laudelino Pinheiro de Barcellos e Saturnino Alves Pinto. Em 1917, a empresa passou a ser administrada por José Bertaso, que começou também a editar livros de autores locais como Mario Quintana e Érico Veríssimo entre outros.<sup>24</sup> A consolidação da Editora começou em 1934, com o lançamento de autores como Somerset Maughan. Em 1938, o romance “Olhai os lírios do Campo”, de Érico Veríssimo, estourou no mercado enquanto a Globo aumentava seu prestígio devido à publicação de obras traduzidas como as de Marcel Proust. Na década de 1940, a Editora já tinha filiais no Rio e São Paulo. Em 1948, a Editora transformou-se em sociedade anônima e, em 1956, suas atividades foram divididas em duas empresas: a Editora Globo e a Livraria do Globo. Em 1986, a Editora Globo foi vendida à Rio Gráfica Editora, que herdou um acervo de 2.830 títulos. A Livraria do Globo permanece em Porto Alegre, na Rua da Praia.<sup>25</sup>

Antes de mudar seu nome para Editora Globo, a Rio Gráfica Editora (RGE), teve importante papel na publicação de revistas de história de quadrinho. Analisando a história da RGE, constata-se a visão empresarial de Roberto Marinho, que soube explorar este segmento do mercado editorial, destacando-se como um dos principais difusores das HQs no país. Os quatro maiores nomes da área são: Adolfo Aizen, criador do “Suplemento Juvenil” (1934) e fundador da Ebal – Editora especializada em HQs; Roberto Marinho, que começou com “O Globo Juvenil” (1937), popularizando O

---

<sup>24</sup> AS EMPRESAS Centenárias do RS. Livraria Globo – De Porto Alegre para o mundo. Disponível em: <http://www.livriadoglobo.com.br/historia.htm>

<sup>25</sup> BERTASO, José Otávio. **A Globo da Rua da Praia**. São Paulo: Globo, 2003.

Fantasma, Robin Hood, Flash Gordon e Mandrake, entre outros personagens. Em 1950, a RGE publicou uma grande quantidade de revistas, O Fantasma, um personagem clássico de Lee Falk, foi o primeiro. “Somente nesta casa (RGE), ele teve mais de 300 edições e dezenas de almanaques”<sup>26</sup> ; Assis Chateaubriand que lançou as revistinhas coloridas com “O Gury” (1940); e, Victor Civita com “Pato Donald” (1950) que abriu caminhos para a Editora Abril.<sup>27</sup>

Os Gibis, lançados em 1939 por Roberto Marinho, alcançavam tiragens mensais superiores a 100 mil exemplares. Segundo Gonçalo Junior<sup>28</sup>, autor do livro A Guerra dos Gibis, durante a década de 1950 houve uma cruzada moralista contra as revistinhas, mas o que se desejava mesmo era minar o poder político e financeiro dos que publicavam as HQs no país, principalmente Roberto Marinho, cuja influência já estava incomodando. O livro resgata a história das revistinhas, detalhando a campanha exercida pela Igreja e por alguns escritores contra o que era tido como “subliteratura infantil”. Entre os inimigos das HQs encontravam-se Cecília Meireles e Ary Barroso. Entre os partidários estavam Gilberto freire e Jorge Amado. O livro relata os bastidores das disputadas pelo poder na imprensa e detalha duas batalhas envolvendo O Globo e seus concorrentes: Orlando Dantas, de O Diário de Notícias, e Samuel Wainer, da Última Hora. A primeira guerra contra Roberto Marinho ocorreu em 1948 com Dantas, a segunda, em 1953, com Wainer. As primeiras páginas dos jornais envolvidos se tornou palco de uma disputa política e econômica escondida por trás das HQs.

Descreve -se a seguir os principais produtos publicados atualmente pela Editora Globo, começando pelo maior sucesso editorial que é a revista Época, lançada no dia 25 de maio de 1998. Época foi planejada para disputar o mercado e ser uma das primeiras em vendas, concorrendo diretamente com Veja e IstoÉ. A Globo apostou num modelo intermediário de publicação ilustrada, cheia de infográficos, e a clássica revista semanal de informação.<sup>29</sup> A revista atingiu seus objetivos: hoje é a segunda maior em circulação, perdendo somente para a Veja. Sua história é de sucesso e reconhecimento, já recebeu,

<sup>26</sup> RAMONE, Marcus. Esqueceram de nós! Uma saudosa viagem relembrando histórias de sucesso que não estão (há muito tempo) no gibi. Disponível em:

[http://www.universohq.com/quadrinhos/2003/esqueceram\\_de\\_nos\\_cfm](http://www.universohq.com/quadrinhos/2003/esqueceram_de_nos_cfm)

<sup>27</sup> JUNIOR, Gonçalo. **A Guerra dos Gibis**. Companhia das Letras, 2004.

<sup>28</sup> IDEM

<sup>29</sup> MAIS uma no clube: Globo lança revista semanal de informação. Boletim do Instituto Gutenberg. Nº 20, já.-fev. 1998. Disponível em <http://www.igutenberg.org.com>

entre outros: o Prêmio Libero-Badaró, o Prêmio Esso de Jornalismo na criação gráfica e o Prêmio Caboré de melhor veículo.

Marie Claire, Criativa, Casa e Jardim e Quem Acontece são revistas destinadas ao público feminino, um dos segmentos de mercado mais disputados. O carro-chefe das publicações femininas é a Marie Claire, que circula mensalmente com uma média de 280 mil exemplares destinados a atingir leitoras um pouco mais velhas. Já Criativa, é uma mistura de outras concorrentes tais como Capricho, Claudia e Nova. A sexualidade é o forte de sua linha editorial destinada a um público-alvo de mulheres mais jovens e de menor escolaridade. Casa e Jardim é uma revista voltada para decoração. Trata-se de um periódico com cerca de 70 mil exemplares não sendo dos mais expressivos do grupo, apesar de exibir em suas páginas um estilo glamouroso que identifica o padrão globo de jornalismo. Quem Acontece foi lançada com o objetivo de concorrer diretamente com a revista Caras, da Editora Abril. As duas revistas, tanto gráfica como editorialmente, são muito parecidas. O que as diferencia é o preço. Quem Acontece é mais popular e exatamente por isso tem recebido críticas pela veiculação de anúncios de produtos caríssimos para um público feminino de menor poder aquisitivo.

Pequenas Empresas Grandes Negócios, cuja primeira edição foi publicada em dezembro de 1988, é resultado do sucesso do programa de mesmo nome veiculado na TV Globo. Suas principais concorrentes são a Exame e IstoÉ Dinheiro. Esta é a segunda maior revista do segmento, mantendo uma tiragem em torno de 150 mil exemplares, perdendo apenas para a Exame com 250 mil. Outra revista de sucesso, que também possui programa na TV que tem o mesmo nome, é a Globo Rural, cujo primeiro número data de outubro de 1985. A revista, criada como complemento do programa televisivo, se caracteriza como sendo uma das de maior circulação do gênero no país, com cerca de 120 mil exemplares. É um produto vitorioso, tendo recebido o Prêmio Esso de Jornalismo, Prêmio Fiataliis de Jornalismo Econômico, Prêmio Abic de Jornalismo entre outros. O segmento é tão rico que a partir de 1999 a revista expandiu sua atuação lançando o Anuário de Agrobusiness, o Globo Rural Economia e Cozinha da Fazenda.

Lançada em agosto de 1991, a revista Globo Ciência passou a ser denominada de Galileu, a partir de 1998. Galileu tem uma tiragem média de 150 mil exemplares e se destina a difundir as ciências. Galileu tem como concorrente a Superinteressante, do

Grupo Abril. Criada em 1964, a revista Auto Esporte não ameaçava a liderança da revista Quatro Rodas, da Abril. Nos últimos anos, após uma reformulação tornou-se mais competitiva e lucrativa, além de ganhar audiência devido a ajuda da TV Globo, que passou a veicular um programa com o mesmo nome, transmitido aos domingos. Auto Esporte hoje divide o bolo publicitário do segmento com a concorrente.

Para o público infantil a Globo publica as histórias em quadrinhos de Mauricio de Souza, Turma Revista da Mônica, Almanques da Turma da Mônica, Brincando com a turma da Mônica e Sitio do Pica-Pau Amarelo. Desde 1970, as revistas da Turma da Mônica estão circulando no país. As historinhas da turma da Mônica têm sido consideradas importantes meios para a discussão de temas sociais (violência, higiene. Alimentação, entre outros) conforme resultados de uma pesquisa feita pelo Projeto Circuito Ciências, da Universidade de São Paulo.<sup>30</sup>

## **5. PERSPECTIVAS E CONSEQUÊNCIAS**

As alternativas de sobrevivência da mídia impressa apontam para parcerias e fusões. Isto porque o patrimônio das empresas não possui a liquidez necessária para novos investimentos e uma das saídas é buscar a realização de parcerias, com outros grupos de mídia, com o governo e até mesmo o aporte de capital estrangeiro para enfrentar as mudanças, que serão impostas pelo próprio mercado. Aliás, os grupos nacionais já vêm realizando algumas parcerias bem sucedidas, a exemplo das Organizações Globo e o Grupo Folha para o lançamento do Valor Econômico e a experiência de O Dia e o Jornal do Brasil que firmaram parceria para a impressão dos veículos no mesmo parque gráfico.

As parcerias estendem-se também na área publicitária. Os jornais O Globo, O Estado de S. Paulo, Estado de Minas, Zero Hora e Correio Brasiliense firmaram um acordo visando o lançamento do primeiro projeto de mega mídia impressa para a publicidade comercial simultânea. Os cinco jornais juntos apresentam uma tiragem dominical de 1,326 milhão de exemplares e, pelo acordo, qualquer anunciante poderá inserir o mesmo anúncio sob um mesmo contrato nestes jornais simultaneamente, aos domingos, pagando cinco vezes menos do valor que teriam que pagar se fossem negociar individualmente com cada um deles para veicular o mesmo anúncio. Este

---

<sup>30</sup> REIS, Delmar. Alvo Infantil. Disponível em <http://www.canaldaimprensa.com.br>

projeto, denominado Anúncio Brasil foi inspirado em experiência similar vitoriosa nos Estados Unidos. O formato do Anúncio Brasil corresponde a uma página dupla de revista semanal.

Outra forte tendência para o mercado é a concretização da participação acionária do capital estrangeiro na mídia impressa. Em julho de 2004, a Editora Abril vendeu uma parcela de 13,8% para o grupo americano Capital Group, num acordo estimado em US\$ 50 milhões, abrindo a perspectiva para outros grupos. Este foi o primeiro aporte de capital estrangeiro na mídia impressa desde a modificação da lei que passou a permitir esta participação. Outras tendências que se apresentam com fortes indicadores para o futuro da mídia impressa podem ser listadas a seguir: haverá uma maior convergência no que diz respeito à distribuição do conteúdo jornalístico; novas parcerias entre grupos de mídia serão realizadas em níveis nacional e regional; a mídia vai tentar manter a fidelização de leitores e anunciantes; na tentativa de reduzir custos o processo de desmonte das equipes tende a continuar; como consequência das possíveis fusões de empresas haverá uma redução, para os cidadãos, do número das fontes de informação.

No caso específico das Organizações Globo, o panorama geral não é muito diferente. A Globo como um todo deverá centrar esforços na produção de conteúdo, diminuindo sua participação nas empresas de distribuição. Entre 2001 e 2004, segundo declarações de Roberto Irineu Marinho, a Globo procurou aumentar a eficiência e a eficácia de suas empresas, preservando as habilidades necessárias para manter a fatia do mercado e gerar lucros. A Globo tem procurado preservar seus principais pilares: a qualidade do produto, atrair novos talentos e se concentrar na produção de conteúdos brasileiros. Entre as metas definidas para os próximos três anos, diz Irineu Marinho, está a reestruturação do débito.<sup>31</sup> Destaque-se que na renegociação da dívida existe uma forte tendência para a instalação de uma nova estrutura societária, abrindo espaço para o capital estrangeiro em empresas que até agora vinham sendo mantidas fora da Globopar e que permaneciam como de propriedade exclusiva dos Marinhos. Em síntese, as empresas de mídia impressa das Organizações Globo deverão também ser reestruturadas para refletir o modelo de negócio adaptado à nova realidade de mercado.

---

<sup>31</sup> CARUGATI, Anna. Interviews: Globo's Roberto Irineu Marinho (May 2004). Disponível em: <http://www.worldscreen.com/interviewscurrent.php?filename=9504marinho>

## REFERÊNCIAS

- ACADEMIA Brasileira de Letras. Roberto Marinho. Disponível em [www.academia.org.br](http://www.academia.org.br). Acesso em 12.dez.2004.
- AFFINI, Marcelo e CASTELLAR, Zeca. Diário Popular troca de nome, estreando com tiragem de 350 mil em São Paulo. **Meio & Mensagem**, São Paulo, 19 set. 2001.
- AS EMPRESAS Centenárias do RS. Livraria do Globo – De Porto Alegre para o mundo. Disponível em: <http://www.livrariadoglobo.com.Br/historia.htm>. Acesso em 12/12/2004.
- ANJ Database. Os maiores jornais brasileiros em circulação 2003. Disponível em: < [http://www.anj.org.br/webc/webs/anj/isto\\_e/mj\\_cirjor.cfm](http://www.anj.org.br/webc/webs/anj/isto_e/mj_cirjor.cfm) >. Acesso em 15 jan.2005.
- ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS JORNAIS. **Jornais Brasileiros: relação de periódicos**. 2. ed. Brasília: ANJ, 1995.
- BAHIA, Katielly. Prosperidade Comprometida. Disponível em: < <http://www.canaldaimprensa.com.br> > .Acesso em 12 dez.2004.
- BIAL, Pedro. **Roberto Marinho**. Jorge Zahar Editor, 2004.
- BERTASO, José Otávio. **A Globo da Rua da Praia**. São Paulo: Globo, 2003.
- BOAS notícias para quem imprime más notícias. **Boletim do Instituto Gutenberg**. Nº 8, mar-abr. 1996. Disponível em: < <http://www.igutenberg.org.com> >. Acesso em 12 dez.2004.
- CARUGATI, Anna. Interviews: Globo's Roberto Irineu Marinho (May 2004). Disponível em: < <http://www.worldscreen.com/interviewscurrent.php?filename=9504marinho> >. Acesso em 6 jan. 2005.
- EDITORA GLOBO. Disponível em: <http://editoraglobo.com/> .
- FRANCO. Carlos. País é o 11º nos gastos em propaganda. O Estado de S. Paulo, 2 jul. 2004.
- GLOBOPAR apresenta defesa em processo. **Folha de S. Paulo**, 21 jan. 2004.
- HUELLEUR, Yann Lê. As Dívidas do Império. **La Tribune/Observatório da Imprensa**. Paris e São Paulo, 27 fev.2002.
- INFOGLOBO. A empresa. Disponível em [www.infoglobo.com.br](http://www.infoglobo.com.br).



- JUNIOR, Gonçalo. **A Guerra dos Gibis**. Companhia das Letras, 2004.
- LOBATO, Elvira. Mídia nacional acumula dívida de R\$ 10 bilhões. **Folha de S. Paulo**, São Paulo 15 fev. 2004.
- MAIS de Cento e Vinte Anos de História a Serviço da Cultura. Disponível em:  
< <http://www.livrariadoglobo.com.br/historia.htm>>. Acesso em: 12 dez. 2004.
- MAIS uma no clube: Globo lança revista semanal de informação. **Boletim do Instituto Gutenberg**. No. 20, jan.- fev.1998. Disponível em:  
< <http://www.igutenberg.org.com>>. Acesso em: 12 dez.2004.
- MATTOS, Sérgio. **História da Televisão Brasileira: Uma visão econômica, social e política**. Petrópolis, Editora Vozes, 2002.
- MORRE Roberto Marinho, aos 98 anos. **O Globo**, 7 agos. 2003. Disponível em:  
[http://geocities.yahoo.com.Br/site\\_espelhomagico/marinho.html](http://geocities.yahoo.com.Br/site_espelhomagico/marinho.html). Acesso em 06 fev.2005.
- NASCIMENTO, Gladiston do. Vida, morte e ressurreição. Disponível em:  
<http://www.canaldaimprensa.com.br>
- MARINHO. Roberto. Quem somos. Disponível em <<http://editoraglobo.com/>>.
- RAMONE, Marcus. Esqueceram de nós! Uma saudosa viagem lembrando histórias de sucesso que não estão (há muito tempo) no gibi. Disponível em:  
[http://www.universohq.com/quadrinhos/2003/esqueceram\\_de\\_nos.cfm](http://www.universohq.com/quadrinhos/2003/esqueceram_de_nos.cfm). Acesso em: 10/12/2004).
- REIS, Delmar. Alvo Infantil. Disponível em:< <http://www.canaldaimprensa.com.br>>.  
Acesso em 15/12/2004.
- ROBERTO Marinho influenciou durante sete décadas. **Folha de S. Paulo**. São Paulo, 7 agos. 2003. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u52057.shtml> .  
Acesso em 06 fev.2005.
- TV Globo será integrada à Globopar. **Meio & Mensagem**, São Paulo 03 nov.2004.
- YURI, Flávia. Prejuízos da Globopar é de R\$ 5 bi. Disponível em: [www.info.abril.com.br](http://www.info.abril.com.br).  
23 jun 2003.