

NOTÍCIAS ZECA DIRCEU

3ª colocada em 2019, Globo recupera liderança de verbas da Secom de Bolsonaro

23/11/2021

A TV *Globo* voltou em 2021 a ser contemplada com a maior fatia do investimento de publicidade estatal federal da Secom (Secretaria de Comunicação) do Palácio do Planalto. A TV *Record*, que disputa o 2º lugar de audiência com o *SBT*, havia assumido a dianteira dos investimentos do governo de Jair Bolsonaro em 2019 e 2020.

A situação mudou depois da [chegada de Fábio Faria ao Ministério das Comunicações](#), em junho de 2020, que ficou obrigado a seguir uma determinação do Tribunal de Contas da União. Com a ordem do TCU, a emissora líder em audiência passou novamente –assim como nos últimos governos– a receber mais recursos.

Quando se observa os dados dos 3 primeiros anos de Bolsonaro no Planalto somados, ainda se nota uma falta de equalização entre o que cada TV recebe e a audiência.

A emissora de Edir Macedo ainda é a que mais se beneficia quando somados os recursos destinados pela Secom desde 2019 –ano em que Jair Bolsonaro (sem partido) assumiu a Presidência da República. Nesses 3 anos, a *Record* acumula R\$ 58,8 milhões. O *SBT*, em 2º, recebeu R\$ 53,5 milhões. A *Globo* está em 3º lugar no acumulado da administração bolsonarista na Secom, com R\$ 47,2 milhões.

O **Poder360** só teve acesso aos recursos programados pela Secom e não o total de gastos em publicidade estatal federal das administrações direta e indireta. Ficam de fora, portanto, os gastos com propaganda realizados por Petrobras, bancos públicos e pagamentos dos próprios ministérios para campanhas específicas (essas informações completas e compiladas não estão mais disponíveis ao público desde 2017, com a chegada de Michel Temer ao Planalto).

Hoje 3º lugar na lista de beneficiadas quando considerados os 3 anos de governo Bolsonaro, a *Globo* terminou o 1º governo de Dilma Rousseff (2011-2014), do PT, com 21% das verbas estatais comandadas pela Secom. No governo seguinte, com Michel Temer (2016-2018), do MDB, a fatia manteve-se em 21%. O infográfico abaixo mostra essa evolução da publicidade estatal

para cada uma das principais emissoras do Brasil:

Ao se considerarem os investimentos totais da secretaria em empresas de mídia e não só nas emissoras de TV, a remessa destinada à *Globo* caiu de 27% no fim do governo Dilma para 10% no atual momento do governo Bolsonaro.

Quando comparados os índices de audiência de cada emissora no período de outubro de 2020 a outubro de 2021, a *Globo* figura isolada na liderança. Como indicado em infográfico acima neste post, o *share* da emissora, isto é, a porcentagem do número de espectadores comparada aos níveis das concorrentes é de 31%, enquanto *Record TV* e *SBT* aparecem com 12% e 10%, respectivamente.

Isso quer dizer que, de 100 televisores ligados no Brasil entre outubro de 2020 e outubro de 2021, 1/3 estavam sintonizados na *Globo*.

Se consideradas só as 5 maiores emissoras de TV nesse período, a cada 100 televisores ligados, 55 estavam sintonizados na *Globo*; 21 na *Record TV*, 17 no *SBT*, 5 na *Band* e 2 na *RedeTV!*. Os dados são da Kantar Ibope Media.

TCU MONITORA

Relatório do TCU (Tribunal de Contas da União) de novembro de 2019 [indicou](#) que a Secom do governo Bolsonaro destinava maiores percentuais de verbas publicitárias para a *Record TV* e o *SBT* –emissoras que não são líderes em audiência, mas que são consideradas aliadas ao Planalto– em comparação à *TV Globo*.

O **Poder360** apurou que os processos listados pelo TCU que indicavam assimetria no pagamento de serviços de publicidade catalisaram o movimento do governo de voltar a pagar fatias maiores à *Globo*. A gestão do ministro Fábio Faria fez esse compromisso com o tribunal. O acordo foi cumprido neste ano.

A equipe da Secom fica sob coordenação de Faria. O presidente Bolsonaro [demitiu Fábio Wajngarten](#) em março de 2021. A secretaria tem buscado a sistematização de processos e o pragmatismo na era pós-Wajngarten. O caso da verba de publicidade destinada pela pasta é um dos exemplos.

Bolsonaro é crítico à *TV Globo* desde a campanha, nas eleições de 2018. No fim de outubro de 2019, depois de ser citado em uma [reportagem](#) sobre o assassinato da vereadora Marielle Franco (Psol-RJ), no *Jornal Nacional*, fez uma *live* no Facebook e chamou a *Globo* de “*podre, canalha*”.

DADOS NÃO ACESSÍVEIS

A série histórica sobre publicidade do governo federal começou a ser construída de maneira mais consistente a partir do ano 2000. Desde 2018, porém, só os dados da Secom são unificados e publicados. Isso porque, em 2017, por [decisão de Michel Temer](#), os dados de toda publicidade estatal federal compilados das administrações direta e indireta pararam de ser divulgados.

No total, de 2000 a 2016, o grupo *Globo* chegou a [receber R\\$ 10 bilhões](#). Hoje, não é possível ter acesso a esse montante unificado da *Globo* nem de outros veículos de comunicação.

FONTE: PODER 360