

PRIMEIRA LINHA

[DOIS ANOS DEPOIS DA OFERTA HOSTIL]

OPA à PT

Ingerência, pressões, lóbi e muita morosidade

Alexandra Machado
Elisabete Sá*

A Oferta Pública de Aquisição (OPA) da Sonaecom sobre a Portugal Telecom apanhou todos de surpresa. “David” queria comprar “Golias” e propunha-se fazê-lo entregando 9,5 euros por cada acção, valor revisto ao fim de um ano. E demoraria mais um mês até que a OPA fosse enterrada sem que o objectivo da Sonaecom fosse cumprido. Faz hoje dois anos que accionistas, investidores, analistas e trabalhadores, entre outros tantos “stakeholders”, ficaram momentaneamente com a respiração em suspenso. Nesse dia, as redacções fecharam mais tarde.

Durante o período em que a oferta se arrastou, muitas lições foram aprendidas. Ou talvez não. O Jornal de Negócios pediu a alguns dos intervenientes que dissessem o que aprenderam com a OPA, mas foram poucos os que o fizeram. Especialmente calados estiveram os dois principais protagonistas – Sonaecom e PT. Também Abel Mateus, da Autoridade da Concorrência, e Carlos Tavares, da CMVM, não quiseram responder à questão.

A conclusão de todo o processo foi, no entanto, clara, com o dedo apontado à morosidade, em especial na análise concorrencial da operação. A Autoridade da Concorrência ficou

com o ónus dessa delonga, mas a PT desempenhou um papel importante para fazer atrasar a análise. Abel Mateus, embora não tenha falado ao JdN, terá meditado várias vezes sobre o ímpeto inicial de dizer que seria fácil de analisar uma operação num sector que conhecia bastante. Terá tirado as suas conclusões. Amado da Silva, presidente da Anacom, não esconde que esta OPA relevou a necessidade de se definir com maior clareza o papel dos reguladores. A ruptura entre AdC e Anacom foi, a determinada altura, evidente. A morosidade resultou já na alteração legislativa dos prazos que a Concorrência tem para analisar um processo de concentração.

Também no decorrer da operação se aprovou a nova lei das OPA que clarificou a actuação dos intervenientes.

Outra lição expressa pelos responsáveis contactados pelo JdN diz respeito à referida ingerência do Estado. Nos grandes negócios o Estado terá sempre uma palavra a dizer.

Mas aprendeu-se também que grande parte deste processo foi jogado nos bastidores. Com mais ou menos subtileza. É o que leva advogados a admitir que a esfera do lóbi é quase tão importante como a esfera legal. E jornalistas a confessarem pressões. A hostilidade não se ficou apenas pela oferta. *COM FILIPE PAIVA CARDOSO



Primeira conferência da Sonae | Belmiro de Azevedo com o filho Paulo e com o administrador Ângelo Paupério.



Primeira reacção da PT | Miguel Horta e Costa, então CEO, declarou: a OPA é hostil.



Momento de clamar vitória | A assembleia geral de 2 de Março de 2007 pôs fim ao sonho da Sonae.

” É a maior operação da minha vida.
Belmiro de Azevedo - 6 de Fevereiro de 2006

A OPA da Sonae é hostil e favorece o desmantelamento da PT.
Miguel Horta e Costa - 7 de Fevereiro de 2006

” Vou aumentar a participação na Sonae, gosto da companhia e o Paulo tem sangue na guelra. Se o Governo bloquear não invisto mais aqui.
Joe Berardo - 14 de Fevereiro de 2006

” Não há dúvidas sobre o nosso relacionamento com a Telefónica. Têm sido sempre solidários connosco.
Zeinal Bava - 4 de Setembro de 2006

Passaram dois anos sobre o anúncio de que a Sonaecom queria comprar a PT. A operação trouxe o léxico económico ao cidadão comum. Não se falava de outra coisa: a OPA. Definições à parte, a operação ajudou a criar um novo operador global no mercado de telecomunicações, a agora Zon, e colocou holofotes sobre a Sonaecom.

Operadores aplaudem separação do cabo e ataque ao ‘status quo’

Talvez ainda seja cedo para ter um olhar frio sobre a OPA da Sonaecom à Portugal Telecom e os seus efeitos. A cisão da Zon Multimédia, ex-PT Multimédia, é um dos pontos positivos que os operadores alternativos ouvidos pelo Jornal de Negócios atribuem à oferta não solicitada da Sonaecom sobre o grupo PT, mas não é o único. Xavier Rodriguez, da Oni, apontou, a este respeito, que “a cisão do Grupo PT e o surgimento da Zon Multimédia” foi uma das consequências positivas da OPA para as telecomunicações em Portugal, opinião “semi-partilhada” com a Vodafone Portugal, que sublinha que a cisão ainda está por provar. “Existe efectivamente um potencial de ganho

relacionado com a separação funcional do cobre e cabo, que a OPA ajudou a acontecer e que era há muito reclamada pela Vodafone, mas que ainda não está concretizado”, alertou fonte oficial da operadora móvel. E à parte do “spin-off”? A Vodafone sublinhou “o regresso da ideia de consolidação à agenda dos diversos ‘players’”, ao passo que o CEO da Oni defendeu que, com a OPA, a Sonae conseguiu “demonstrar que é possível desafiar o ‘status quo’ com audácia e coragem”. No caso da Oni, uma outra pergunta é obrigatória: Teria vendido os seus negócios caso a OPA tivesse tido sucesso? Xavier Rodriguez defende que sim. “A decisão de vender estava tomada, o

que poderia ter acontecido caso a OPA tivesse tido sucesso é que o comprador poderia ter sido outro”. E se na data de celebração do segundo aniversário da OPA “festeja-se” no mercado a independência da Zon Multimédia, o que querem os concorrentes do Grupo PT festejar até daqui a dois anos? Para a Oni o mais importante será “que o estímulo da concorrência chegue à Administração Pública” onde, diz, “se continua a sentir a influência da PT”. Já a Vodafone sublinha a necessidade de ser revista a taxa de espectro, o avanço da televisão móvel e o aumento da concorrência na banda larga. O JdN tentou também ouvir a Zon e a Cabovisão, mas sem sucesso. FPC

O QUE A ANACOM APRENDEU COM A OPA

Necessidade de definir papel dos reguladores



José Amado da Silva | Presidente da Anacom

E quando a OPA passou a andar na boca de toda a gente

Lúcia Crespo | crespo@mediafin.pt

A OPA lançada pelo grupo Shoné, dono dos hipermercados Incontinente e liderado por Belmiro Mete Medo, foi eleito o Caso de 2006 pelos protagonistas do Contra-Informação. Nesse ano, a Frize lançava, nas palavras de Pedro Tochas, a OPA do Povo. Já no ano passado, os Reis Magos lançaram uma OPA sobre a manjedoura... De repente, as siglas que resultam da Oferta Pública de Aquisição saíram da gíria dos economistas e saltaram para programas de humor, anúncios e “blogs”. A OPA andava na boca de toda a gente. Tudo era motivo para ser opado. Mas, dois anos volvidos, e mais anúncios de OPA realizados, ainda há quem pergunte: “Mas, afinal o que é? Porque é que põem nomes esquisitos nas coisas? Parece um bicho”.

A voz crítica é a de Lea, 75 anos, antiga funcionária da área farmacêutica. “Porque que é que não explicam as coisas? E eu não me considero propriamente uma analfabeta. Acabo por deduzir as coisas. Outras vezes, farto-me de não perceber e desisto. Cansa”, lamenta.

Virgínia Rodrigues, 42 anos e escriturária num laboratório de análises, conhece o termo. Ou, pelo menos tem ouvido falar, em especial nos últimos dois anos. Mas desconhece o seu significado, admite com um encolher de ombros. “É um assunto um bocado complexo”.

Outros dizem que o chamado “economês” veio para ficar. São as acções, os euros, as mais valias, o “cash flow”, a “golden share”. Palavras que inundavam telejornais em tempo de Oferta Pública de Aquisição. É o que diz Constança, uma economista de 33 anos. “Desde a OPA da Sonaecom à PT, penso que as pessoas ficaram com a noção que os termos económicos têm influência na sua vida”, comenta.

Também Duarte Ferreira, um oficial de justiça com 35 anos, considera que a OPA da Sonaecom à PT veio mudar o panorama de informação em Portugal. “Pelo menos, as pessoas ficaram com umas



Caso do Ano | O Contra-Informação elegeu, como caso do ano de 2006, a OPA lançada pelo grupo Shoné ao empresário Belmiro Mete Medo.

luzes sobre estes assuntos”, diz.

Daniel Leão e Vítor Casquinha concordam. Mas estes trabalhadores da Efaced já estavam muito familiarizados com a expressão, já que a empresa havia sido alvo de OPA por parte dos grupos José de

Mello e Têxtil Manuel Gonçalves.

Fora da vida real, o termo OPA ganhou também uma nova dimensão. O mundo da publicidade não perdeu tempo. Os “flashes” dispararam. “Tudo a prestes para as primeiras declarações”, diz a voz off. “Boa tarde, a Frize está sempre à frente. Portanto, aqui está a nossa OPA”, afirma o presidente da empresa, representado por Pedro Tochas. “Fascista”, grita uma voz. “Preço: um euro cada garrafa. Invistam que vai valorizar. Já falei com a CMVM. Eles dizem que a OPA é baril”, acrescenta.

O mundo das anedotas e do sarcasmo espalhado na blogosfera também alinhou. Além dos Reis Magos terem lançado uma oferta sobre a manjedoura, até a Associação dos Bigodes fez um OPA hostil, escreveu um “bloguista”. Espreitam-se outras páginas e encontra-se a OPA de Paulo Portas sobre Ribeiro e Castro. Hostis e amigáveis, as OPA continuam.

A OPA (Oferta Pública de Aquisição) marcou todo o sector das comunicações electrónicas e trouxe para a ribalta a influência que o mercado pelo controlo das empresas tem na “performance” dos mercados de bens e serviços. Do mesmo passo evidenciou eventuais obstáculos à concorrência cujas soluções seria preferível encontrar em sede de resolução da OPA, mas não através das condições regulatórias existentes na altura. Um desafio, afinal, à revisão das mesmas. Finalmente revelou a necessidade de um aprofundamento da definição das responsabilidades específicas dos diversos reguladores envolvidos e de uma melhor definição processual, de forma a que os prazos de decisão sejam encurtados. De notar que a OPA foi um primeiro e mais significativo movimento de consolidação, de que tanto se fala hoje, e que vai, de certo modo, em sentido inverso dos movimentos de abertura e lógicas de liberalização de acesso que fundamentam o paradigma regulatório vigente.

” Remédios [da AdC à OPA] sabem a óleode fígado de bacalhau.
Belmiro de Azevedo - 27 de Setembro de 2006

Remédios podem ser muito úteis se a PT quiser crescer em Portugal.
Henrique Granadeiro - 3 de Outubro de 2006

” [A OPA] introduz mais concorrência estrutural no sector, vai haver menor necessidade de regulação e vai ao encontro das recomendações da UE.
Abel Mateus
22 de Dezembro de 2006

” Só pago mais [de €9,5] se encontrar um poço de petróleo na PT.
Belmiro de Azevedo - 18 de Janeiro de 2007

O preço de €10,5 representa o limite - É o preço da paz.
Comunicado Sonaecom - 15 de Fevereiro de 2007

O QUE OS ADVOGADOS APRENDERAM COM A OPA

Avaliação do impacto concorrencial tem de ser simples e clara

Nuno Ruiz Advogado (esteve envolvido na OPA pela PT)

Na minha área - Direito da Concorrência - aprendemos sobretudo duas coisas. A primeira é que, na perspectiva da empresa alvo, o acompanhamento jusconcorrencial é sofisticado ao nível da gestão dos conflitos de interesse da sociedade, dos accionistas e dos demais “stakeholders”. No fundo, há apenas um aspecto em que todos estão de acordo, importa garantir a total transparência de actuação da AdC [Autoridade da Concorrência] de modo a que os accionistas tenham a informação necessária a uma correcta tomada de posição relativamente à oferta. A segunda é que a avaliação do impacto concorrencial tem de ser simples e clara e, se possível, razoavelmente consensual. Diferentemente do que se passa no caso em que adquirente e adquirido estão de acordo quanto aos termos do negócio, no caso de uma OPA hostil não há normalmente tempo para avaliar impactos complexos nem para afinar remédios alternativos. O tempo que a AdC e Sonaecom demoraram para encontrar soluções matou a OPA.

A importância do ‘lobbying’ e a lentidão dos reguladores

João Caiado Guerreiro Advogado

A OPA que a Sonae corajosamente lançou sobre a PT confirmou-me enquanto advogado de negócios algumas ideias que tinha mas fez nascer também novas preocupações. As OPA nacionais de grande dimensão são fortemente politizadas e regulamentadas por reguladores vários (neste caso, sobretudo, a CMVM, a Autoridade da Concorrência e a Anacom). Ou seja, se a componente legal é absolutamente fundamental, a componente de ‘lobbying’ é provavelmente tão importante como a legal. Falo não apenas de ‘lobbying’ no sentido de conseguir decisões favoráveis aos interesses que defendemos do regulador ou do próprio Governo mas também de convencer a opinião pública de que uma dada decisão é a melhor.

Em empresas cotadas com muitos pequenos accionistas a posição destes pode ganhar grande relevo. Nisso a advocacia de negócios implica não só a ponderação da melhor estratégia legal mas também a compreensão de como essa estratégia legal vai ser vista pelos mercados, pelos reguladores, pelo Governo e pelo grande público. É que uma vez dado um passo em frente, e.g., entregue um documento na CMVM ou na Autoridade da Concorrência este chega

rapidamente ao grande público e ganha um peso que não tinha antes da mediatização dos grandes negócios. Sobretudo por causa da internet, um documento produzido hoje pode estar amanhã na capa do Financial Times, com todos os efeitos que isso tem nos principais actores de um processo. A OPA confirmou também que o tempo de decisão dos reguladores portugueses é demasiado lento. Isso terá muito que ver com o facto das duas OPA a que assistimos - Sonae sobre PT e BCP sobre BPI - terem falhado. Cerca de um ano para tomar uma decisão como levou a Autoridade da Concorrência dá tempo ao alvo e seus accionistas para afinarem estratégias de defesa impregnáveis. Aprendi pois que em Portugal é preciso um grau muito maior de agressividade, por exemplo no preço, para ganhar uma OPA hostil. Um comprador disciplinado como a Sonae dificilmente oferece o suficiente para compensar a lentidão da operação. A OPA confirmou-me ainda que o Estado continua a ter um papel decisivo nestes grandes negócios. E que os tribunais, de tão lentos que são, não são verdadeiros últimos recursos como diz a lei. O último recurso são mesmos os reguladores. As coisas são o que são.

Caminho traçado na OPA foi o seguido pela Portugal Telecom

Mas fundo de pensões não precisou, até agora, da dotação de mil milhões de euros prometida

Alexandra Machado
amachado@mediafin.pt

A Portugal Telecom lançou os últimos cartuchos em Fevereiro do ano passado para se defender da OPA da Sonaecom: propôs a cisão da PTM, oferecendo as 180 milhões de acções que detinha aos seus accionistas, o pagamento de dividendos chorudos e a compra de acções próprias por 2,1 mil milhões de euros. As promessas remuneratórias estavam feitas e estão a caminho de ser cumpridas (ver texto abaixo). Mas não foi só de dinheiro que se falou ao longo do ano que durou a OPA. Várias foram as promessas ou contra-argumentos do lado operacional. A PT vai garantindo que os acontecimentos subsequentes demonstraram que apontava, na altura da OPA, no caminho certo. Face às promessas que foram sendo feitas, a separação funcio-



PT | Zeinal Bava foi o grande estratega na defesa de Henrique Granadeiro.

nal ficou pelo caminho, assumidamente depois de se ter optado pela cisão da Multimédia. Era uma questão de tempo até que esta separação acontecesse. Afinal até José Sócrates, primeiro-ministro, já se tinha referido a ela. A cisão

está concluída, com a nova empresa a tomar a designação Zon. **Fundo de pensões equilibrado** Um dos campos que despertou durante a OPA uma das maiores trocas de palavras entre PT e So-

PT e PTM valem menos 759 milhões de euros que em Fevereiro de 2006

Sara Antunes
saraantunes@mediafin.pt

O Grupo PT, que na altura da oferta pública de aquisição (OPA) lançada pela Sonaecom era composto pela Portugal Telecom (PT) e a PT Multimedia - agora Zon -, valia ontem menos 759 milhões de euros em valor de mercado, face ao dia 6 de Fevereiro de 2006. Nesse dia, já depois do fecho do mercado, Belmiro de Azevedo anunciou, com estrondo, o ataque ao grupo então liderado por Miguel Horta e Costa. Avaliando as duas empresas como um conjunto, o grupo valia a 6 de Fevereiro,

12,21 mil milhões de euros. A preços de ontem, se as duas empresas ainda estivessem integradas, o valor desceria para 11,45 mil milhões de euros. No grupo Sonae, a evolução foi oposta. A Sonaecom e a Sonae SGPS valiam ontem mais 282 milhões de euros do que no dia 6 de Fevereiro. Durante o período da OPA da Sonaecom a PT e a PTM estiveram em alta. A dia 16 de Fevereiro, data em que o grupo de Belmiro de Azevedo reviu a oferta em alta, a primeira valia mais 25%, em valor de mercado do que a 6 de Fevereiro. Contudo, as acções da PT acabaram por anular os ga-

nhos conseguidos devido à OPA, fechando 2007 com uma queda de 8,93%. Este ano, as acções da operadora perderam mais de 5%. Ainda assim, neste momento a comparação dos títulos não é linear, já que o grupo PT fez a separação das duas empresas, o que provocou um ajustamento em baixa das acções da operadora, uma vez que os accionistas receberam acções da PTM. Além desta operação a PT comprou acções próprias e anulou parte delas, uma operação que estava enquadrada no plano de defesa lançada pela Sonaecom. Já a PTM valia menos 5,8% do que em Fevereiro de

” A Telefónica é favorável à alteração de estatutos para que todos os accionistas se possam manifestar.

Comunicado Telefónica - 23 de Fevereiro de 2007

A proposta da Sonaecom é desonesta.

Joe Berardo - 28 de Fevereiro de 2007

” Votaram 46,5% contra, 43,9% a favor e houve 9,5% de abstenção. A oferta foi rejeitada. Uma OPA ganha-se com dinheiro e foi isso que os accionistas ponderaram.

Menezes Cordeiro - 2 de Março de 2007

” É com grande satisfação que anuncio que o projecto da PT ganhou.

Henrique Granadeiro - 2 de Março de 2007

Não há derrotas nem vitórias definitivas.

Belmiro de Azevedo - 2 de Março de 2007

O QUE OS SINDICATOS APRENDERAM

“Estivémos sempre de pé atrás”

Jorge Félix
Presidente do STPT

O “jogo capitalista” que opôs a Sonae à PT apanhou de surpresa o Sindicato dos Trabalhadores da Portugal Telecom (STPT). Dos trâmites à terminologia, até à mobilização dos trabalhadores, “nada foi fácil”, diz Jorge Félix. O STPT não estava preparado para jogar neste campeonato, acabando por apoiar aquele que considerou ser um mal menor. Mas “a experiência foi rica”, sublinha. O sindicato tem hoje um melhor conhecimento da empresa, do negócio e do mercado. E o processo acabou por lhe abrir portas e contactos, nomeadamente com a Anacom e a Autoridade da Concorrência. Se voltasse atrás, o STPT talvez apenas mudasse a sua postura em relação à Sonaecom. “Estivemos sempre de pé atrás, o que nos impediu de conhecer melhor o projecto da empresa para a PT”, diz Jorge Félix. ES

naecom foi a do fundo de pensões, que apresentava um défice de dois mil milhões de euros, por isso a PT comprometeu-se a fazer dotações extraordinárias para cobrir essa situação em mil milhões de euros de 2006 a 2008. O período ainda não terminou, mas o Jornal de Negócios sabe que esse montante não deverá ser realizado, porque, de acordo com os últimos dados, já não há tantas necessidades.

No final do terceiro trimestre, as responsabilidades do fundo de pensões (para os reformados) era de 2,8 mil milhões de euros, quando o seu valor era de 2,5 mil milhões. Significa que apenas 300 milhões não estão fundeados. Mas são responsabilidades futuras. No caso do complemento de saúde, as responsabilidades eram de 465 milhões e os fundos de 600 milhões, ou seja, já está superavitário. O que se atribui à diminuição com os benefícios atribuídos aos

trabalhadores. Finalmente, a outra componente relacionada com responsabilidades da empresa são os mil milhões de euros comprometidos ao pagamento de salários de trabalhadores que suspenderam os contratos mas que ainda não estão na reforma. Este valor é provisionado anualmente.

Estas contas servem para o argumento da PT de que o fundo de pensões, ao que tudo indica, não vai necessitar de dotações totais de mil milhões. Segundo apurou o Jornal de Negócios, em 2005 e 2006 foram injectados 300 milhões de euros, em cada ano, e em 2007 realizou-se uma dotação de 117 milhões de euros.

Compromissos operacionais

Em relação aos compromissos operacionais, a estratégia da PT continuou. No fixo prometia-se, além da cisão da Multimédia, o lançamento de uma oferta “triple

play” (três serviços – voz, dados, televisão), concretizada com o arranque da comercialização do Meo. Foi, ainda, prometida a oferta de serviço convergente fixo-móvel – consubstanciada no lançamento da “Casa T” e do Office Box –, o lançamento rápido de serviços 3G e adopção de novas tecnologias (WiFi, WiMax, HSDPA); o aumento da quota de mercado e a partilha de redes. No internacional, prometia-se a aposta no Brasil e em África, o enfoque na criação de valor na Vivo e a definição clara das parcerias. Nos meses seguintes, a Vivo recuperou algum ímpeto operacional, a PT firmou um acordo para África. Mas por resolver ficou a questão da Telefónica que ao tomar posição contra a administração da PT na OPA iniciou um processo que poderia culminar no fim da parceria. As duas operadoras repartem a Vivo e a Méditel, em Marrocos.

O que falta das promessas feitas pela PT

➔ **As promessas e compromissos da Portugal Telecom no âmbito da Oferta Pública de Aquisição (OPA) da Sonaecom ainda estão a ser realizadas. A estratégia de defesa inclui um plano para três anos, que só termina em 2009. Na componente de remuneração accionista falta proceder ao pagamento de dois anos de dividendos de 57,5 cêntimos. Serão pagos este ano e no próximo. Por completar está também o plano de compra de acções próprias. Foi prometido comprar acções no valor de 2,1 mil milhões de euros. A PT já investiu 1,341 mil milhões de euros na compra de acções próprias, faltando 759 milhões de euros para a conclusão do plano. A empresa espera cancelar acções até ao final de Março, depois de ter extinguido títulos em Dezembro. AM**

O QUE OS INVESTIDORES APRENDERAM

A ingerência do Estado deveria ter sido evitada

Octávio Viana
Presidente da ATM

A OPA da Sonaecom, apesar de falhada, incrementou visivelmente o rendimento e a execução da administração da PT levando a que esta optasse por uma atitude de informação mais aberta ao mercado e por uma política de maior distribuição de lucros. Ou seja, a OPA incentivou um bom desempenho por parte da administração da PT e levou a decisões de gestão com maiores benefícios para o accionista e para o consumidor, que de outra forma não teriam surgido. Este cenário vantajoso para o accionista só é possível na ausência de mecanismos que impeçam um controlo eficaz por parte do Oferente, permitindo a constante ameaça de perda de controlo societário. Daí que a ingerência do Estado (Governo) viole expectativas democráticas legítimas, pluralismo e liberdade de decisão dos agentes económicos e põe em causa a separação dos poderes e os próprios quadros de desenvolvimento económico social do País e, logo, do bem estar dos cidadãos, conduzindo a uma situação de subdesenvolvimento cívico, desgoverno e de actuações acumuladas na satisfação dos interesses políticos. Na PT, o Governo teve um papel determinante intervindo através do accionista CGD, nada mais contrário a um mercado que se quer liberalizado e eficiente, sem intervenções desnecessárias. A regulação, nomeadamente a AdC, levou demasiado tempo a analisar a OPA paralisando por tempo excessivo a Oferente e a Visada. Também tristes foram os desentendimentos e declarações da ANACOM e da AdC. Hoje, não restam dúvidas que a ingerência do Estado deveria ter sido evitada a bem das expectativas democráticas legítimas e liberdade de decisão dos agentes económicos e que os reguladores (ANACOM e AdC) deveriam ter um papel claramente definido e os prazos para a sua intervenção deveriam ser simultâneos e reduzidos ao mínimo. Por fim, atendendo ao preço das acções, não fica dúvida que os accionistas da PT e da Sonaecom perderam pela decisão da OPA não ter sido tomada pelo mercado, mas sim por uma minoria de accionistas com representação qualificada; não obstante a OPA ter trazido uma nova dinâmica à PT à custa dos accionistas da Sonaecom.

O QUE OS JORNALISTAS APRENDERAM

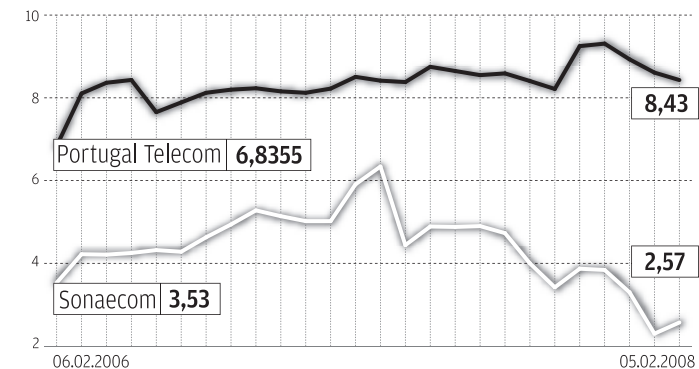
A dificuldade de ficar imune à manipulação

Paulo Ferreira, Pedro M. Pereira e Christiana Martins

Pela sua dimensão, a OPA à PT foi mediatizada como nenhuma até então. Extravasou os media especializados e fez abertura de telejornais. O processo foi dissecado até à exaustão. Com uma excepção: até hoje quase nada foi divulgado acerca da forma como a operação foi esgrimida pelas duas facções junto da comunicação social. Mas a pressão foi muita, garantem vários jornalistas. “Notou-se claramente uma pressão muito grande sobre os jornalistas que se viram a braços com muita informação e contra-informação. Logo ao início, divulgaram-se três ou quatro ofertas concorrentes que acabaram por não existir mas que tiveram influência no preço das acções”, recorda Paulo Ferreira, subdirector do “Público”. Lições a reter? “O cuidado que devemos ter com as tentativas de ‘manipulação’ e a forma como devemos resistir à tentação de publicar informações menos consistentes”, diz o jornalista. “Houve uma enorme pressão de ambos os lados à qual não estávamos habituados pela quantidade de ideias sugeridas e pelas tentativas de manipulação”, reconhece também Pedro Marques Pereira, subdirector do “Diário Económico”. Um contexto especialmente complexo para os profissionais com menos experiência. Mas a verdade é que numa “guerra tão aberta”, muitos jornalistas não conseguiram escapar ao partidarismo o que fez com que, em alguns casos, a sua apreciação “não tenha sido tão cautelosa como deveria”. “Houve alturas em que parecia quase um FC Porto-Benfica”, revela Pedro Marques Pereira. A OPA dividiu a classe jornalística. E ainda hoje há feridas que não sararam. Cristiana Martins, jornalista do “Expresso”, assinou semanalmente a coluna intitulada “Diário da OPA” com a qual se pretendia fazer uma recolha crítica das notícias divulgadas pelos restantes jornais. Fez o que lhe pediram, diz. Mas a análise foi mal recebida pela comunidade jornalística que não gostou da forma como foi retratada. Estragaram-se relações. “O feedback foi péssimo. E acho que não se ganhou nada com isso”, diz agora Christiana Martins. “Foi perceptível que houve um movimento emocional muito forte”, concorda. ES

PT perde mais de 500 milhões de euros

Evolução ajustada das acções da PT e da Sonaecom desde o anúncio da OPA



Fonte: Bloomberg

2006, apesar de, a 16 de Fevereiro de 2007, ter estado 6,9% acima do valor a que negociava face à primeira proposta de compra. O Grupo Sonae, por seu lado, valia ontem mais, quando comparado com 6 Fevereiro de 2006. A Sonaecom valorizou-se em 142 milhões e a Sonae SGPS mais 140

milhões. As perdas acumuladas neste início de ano também contribuem para o resultado final. Desde que 2008 começou, a Zon já caiu mais de 5% e no grupo Sonae o quadro é ainda mais negativo. A Sonaecom acumulava ontem uma queda superior a 22% e a Sonae SGPS de mais de 29%.