

Monopolização x Diversidade de Perspectivas na mídia regional do Brasil

—
Autores: Jacques Mick e João Kamradt

Editorial: Insular, Florianópolis

Año: 2017

Páginas: 218

ISBN: 978-85-7474-972-3

—

Monopolização x Diversidade de Perspectivas na mídia regional

O livro aborda os efeitos do avanço do maior conglomerado regional de mídia do Brasil no principal mercado além das capitais São Paulo e Rio de Janeiro – o Sul. Trata-se do detalhamento da compra do jornal *A Notícia*, pelo grupo RBS (Rede Brasil Sul de Comunicação), e os impactos desta transação para a imprensa de Joinville - maior cidade do estado de Santa Catarina. O trabalho suscita debates importantes para compreensão da mídia brasileira: o controle da mídia por conglomerados nacionais e regionais e os efeitos práticos disso para a sociedade e para os profissionais de comunicação.

O texto monitorou as transformações ocorridas na empresa catarinense ao longo de dez anos, após a incorporação pelo conglomerado. Os argumentos foram divididos em três eixos: a atuação do grupo RBS em Santa Catarina, com ênfase no “apequenamento” de *A Notícia*; as transformações profissionais ocorridas; no novo cenário, em constante mudança, configurado a partir da nova vertente editorial do jornal.

O primeiro capítulo, *RBS, oligopólio em expansão*, contextualiza o leitor sobre a disposição da rede de veículos e inicia a narrativa sobre a compra de *A Notícia*. A afiliação com o grupo Globo reforça as estratégias de eliminação dos concorrentes locais, externamente, mas oferece pouca autonomia às afiliadas, internamente. Em 2015 as empresas somavam oito jornais diários, 25 rádios, 18 TV's abertas, dois canais de TV comunitária, um canal a cabo e dez portais de internet. Tem receita líquida, desde 2008, superior a R\$ 1 bilhão. Em 2016, vendeu todos os veículos do espaço catarinense para os empresários Lírio Parisoto e Carlos Sanchez, que criaram o grupo de Nossa Santa Catarina.

A aquisição de *A Notícia*, em 2006, por cerca de R\$ 48 milhões expõe como o conglomerado abordou o impresso regional de maior impacto no estado. O

jornal de Joinville tinha a segunda maior tiragem, 31 mil exemplares, ficando atrás do *Diário Catarinense*, do conglomerado gaúcho, com 42 mil. A primeira mudança significativa foi a troca do slogan “catarinense de verdade” por “traduz seu mundo”. Ele fazia uma alusão ao concorrente da capital (da RBS). Em 2008 houve uma queda na circulação de *A Notícia* para 21.605 mil jornais ao dia. Um dos possíveis reflexos da mudança de posicionamento, de um jornal estadual/regional, para uma mídia estritamente local. As demais coberturas externas ao Norte catarinense dependiam do conteúdo produzido (e republicado) pelo antigo concorrente, e agora parceiro, *Diário Catarinense*.

Nesta etapa, os autores deixaram de contextualizar melhor o leitor de outras regiões sobre o cenário da mídia catarinense. Dentre os três estados do Sul, é o único a não sediar um conglomerado de radiodifusão - o que o torna terreno de disputa da RBS (Rio Grande do Sul) e da Rede Independência de Comunicação (RIC) (Paraná), afiliada ao Grupo Record. Essas duas empresas “externas” controlaram (até 2016) os três jornais existentes na capital e alguns importantes veículos no interior. Trata-se do único estado na região no qual a principal cidade, em população, não é a capital. Tal configuração aponta uma autonomia de empresas no mercado fora da capital, afiliados a redes de referência nacional e empresas independentes do mercado de Florianópolis.

O segundo capítulo, *Um balanço das críticas sobre as mudanças editoriais*, considera as modificações editoriais a partir do controle da empresa. Este passou de grupo da elite local para o conglomerado gaúcho: “A aquisição de *A Notícia* reforçou o poder monopólico do grupo RBS de arbitrar os preços de publicidade, em mídias direcionadas aos mercados mais populosos do estado. Isso significa a possibilidade de ampliar a participação do grupo no mercado de veiculação publicitária em Santa Catarina, que movimentou, em 2010, R\$ 1,026 bilhão” (p. 58). Esse controle refletia até nos valores cobrados por assinatura, tendo em vista que detém os maiores títulos do estado.

A seção *Um caso: a cobertura das eleições* traz conteúdo importante para entender atores políticos midiáticos no estado, além de expor os interesses políticos das organizações midiáticas. Os autores identificaram a combinação de um padrão de relacionamento mais formal com a RBS e um padrão político de envolvimento com os outros diários do interior na cobertura da gestão do governo de Luis Henrique da Silveira (2002 - 2010). Neste capítulo surge um questionamento que ecoa em outras partes do livro: qual controle é “melhor”? o do conglomerado ou de elites locais?

No terceiro capítulo, *Os jornalistas observam a concentração*, a figura dos profissionais é enfatizada, por meio de entrevistas, e tem suas ações e práticas interpretadas à luz do conceito de *habitus* - aptidão social variável através do tempo, do lugar, das relações de poder -, de Bourdieu. Neste tópico os autores problematizam o uso da metodologia da entrevista, pois os entrevistados dominam esta técnica - a falta de transparência do grupo RBS e a impossibilidade de uma observação participante foram justificativas plausíveis para o uso desse

recurso. A fala anônima de repórteres e editores ilustrou a tensão na qual trabalhavam. A melhoria de infraestrutura do jornal foi destacada em muitas falas, mas contrastava com o acúmulo de tarefas em prol da sinergia dos veículos: “O contrato é multimídia e o salário é monomídia (Repórter E)” (p. 95). A carga de tarefas aumentou com a demissão do quadro de profissionais.

O quarto capítulo, *Monopolização e choques de cultura na empresa*, discutiu a passagem de uma cultura de tradição e propriedade familiar, com *habitus* profissional frágil (a presença de um curso superior na cidade foi recente) para um modelo empresarial, caracterizado pelo profissionalismo. Neste último, os jornalistas atendiam a metas de resultados e eram recompensados com participação de lucros. Os autores apontam a cultura como estratégia de dominação simbólica para modelar os profissionais.

Uma ruptura cultural significativa foi a mudança na relação com o *Diário Catarinense* – o jornal de Joinville passou a ser “subordinado” ao seu principal concorrente. Isso ocorreu quando o grupo deslocou a produção de *A Notícia* do âmbito estadual para um hiperlocal como estratégia de reduzir a participação do veículo. Este processo foi criticado por profissionais. Houve reclamações acerca da supervalorização dos eventos produzidos pelo grupo gaúcho nas páginas do jornal de Joinville. Tal conduta se assemelhava com a relação que o antigo proprietário do jornal mantinha com políticos. Mudou o controle da mídia, mas a prioridade de interesses permanece.

No capítulo *Multifuncionais, superexplorados - e impassíveis*, os autores trazem uma das principais contribuições do trabalho: o conceito de localismo de bandeira. Ele reflete a forma como a RBS elegeu para noticiar o estado e organizar a sua produção noticiosa de modo que ela fosse reaproveitada em outras mídias. Essa multifuncionalidade reflete a considerável baixa de funcionários e a atribuição de novas funções para atender uma cultura profissional de maximização de resultados. Joinville, Florianópolis, Blumenau e Itajaí foram as cidades escolhidas como pólos noticiosos. A empresa delimitou temas fixos (bandeiras) de impacto social, econômico e político previamente escolhidas. Isso permitiria a valorização do local, mas silenciava temas relevantes à sociedade fora destes holofotes preestabelecidos.

O “apequenamento” do jornal foi ilustrado com a diminuição dos profissionais (passaram de 65 para 23, em 10 anos), do tamanho dos textos, do número de páginas, na diminuição da escuta de fontes e do maior aproveitamento de textos entre as mídias da RBS. Paralelamente houve uma valorização do site do jornal, o que tornou os jornalistas restantes em produtores de conteúdo. Para os autores, esta lógica só foi possível pelo compartilhamento de conteúdos entre as mídias - todos os infográficos da RBS são feitos em Porto Alegre (*Zero Hora*) ou em Florianópolis (*Diário Catarinense*) - e pelo amplo aproveitamento de releases de órgãos públicos.

A discussão do sexto capítulo, *Os críticos se conformam*, é sobre a redução da pluralidade de coberturas e na diminuição de diversidade de vozes

impostas à esfera pública catarinense – sobretudo de economia e de política - com a monopolização. Os autores destacam que este controle transformou o *habitus* dos jornalistas ao redefinir as dimensões do campo e ao afetar suas estruturas, pela maximização do alcance de uma cultura corporativa” (p. 193). O domínio do mercado afetou também os jornalistas, que tiveram a sua cultura profissional apropriada e ressignificada pela empresa, convertendo os saberes em conhecimento privado. O conglomerado estimula expectativas nos funcionários (de oportunidades no grupo), contrastando com a frustração das rotinas multitarefas.

O livro é uma narrativa feita à quatro mãos, costurada ao longo de uma década de observação e participação, pois os autores trabalharam na redação e puderam acompanhar as mudanças sobre as quais escreveram. O cenário de *A Notícia* pode ser lido como uma síntese das mudanças ocorridas no jornalismo brasileiro: conglomerados em expansão, precarização dos postos de trabalho, redução de páginas dos impressos e, por fim, o avanço da internet junto aos leitores e internautas. O controle da mídia e do mercado de jornalistas, seja por grupos econômicos ou políticos, traz prejuízo à pluralidade de vozes, portanto, à liberdade de expressão.

Pâmela Araujo Pinto