

CBM estréia como um dos maiores grupos do setor

Sandra Azedo

JBTv está entre as novidades da companhia, que reúne informação, logística e entretenimento.

A Companhia Brasileira de Multimídia (CBM) foi ontem oficialmente apresentada ao mercado paulista - em evento que se repete hoje no Rio -, com planos de crescimento nada discretos.

De acordo com seu presidente, Daniel Barbara, a meta é tornar-se o terceiro maior grupo de comunicação do País nos próximos cinco anos.

Seis unidades de empresas fazem parte da CBM: Editora JB (Gazeta Mercantil e Jornal do Brasil), Editora Peixes (onde já está integrada a Forbes Brasil), Casa Brasil (divisão cultural), Brasil Digital, Brasillog (logística) e, uma das maiores novidades, a JBTv (antiga CNT). "Buscamos, com a CBM, criar maior sinergia entre as empresas de comunicação do grupo, tanto na produção de conteúdos, quanto na área comercial. Cada unidade pode contribuir com o que tem de melhor", diz Barbara.

"O grupo foi adquirindo empresas e, à medida que entramos no segmento de televisão, resolvemos unir todas as nossas unidades sob uma única marca, a Companhia Brasileira de Multimídia", comenta Barbara. Segundo o presidente da CBM, fora os 13 títulos de revistas, somente de jornais são 250 mil exemplares de tiragem por dia, durante a semana, somando Gazeta Mercantil e Jornal do Brasil. "Vamos perseguir nosso objetivo por meio de uma gestão séria e inovadora, que pretende otimizar o potencial de cada um dos atuais colaboradores do grupo", avalia Daniel Barbara.

De acordo com o executivo, o grupo está neste momento voltado especialmente para o lançamento da JBTv, que deverá começar a mostrar a nova programação em meados de abril.

Inicialmente, as novidades poderão ser vistas no horário das 18 às 24 horas, chamado "prime time". "Ainda temos muitos contratos antigos referentes à compra de espaço da antiga CNT e vamos cumprir um a um, o que deverá ocorrer até o fim de 2007", esclarece o presidente da CBM.

A JBTv vai trabalhar especialmente com produção terceirizada e algumas atrações já estão confirmadas. De imediato, estarão no ar programas jornalísticos como o "Tele Jornal do Brasil", apresentado por Boris Casoy, de segunda a sexta-feira, às 22 horas, que permitirá uma análise mais detalhada dos acontecimentos.

Além disso, também está confirmado um programa apresentado pelo deputado Clodovil Hernandes. "Este é um semanal, mais direcionado para a política do País, com detalhes da cidade de Brasília", esclarece Barbara. Já o jornalista Augusto Nunes, diretor editorial de todos os jornais e revistas do Grupo CBM, terá um programa aos domingos, no qual fará, segundo as explicações de Barbara, "uma análise política e econômica da semana". "Augusto Nunes ainda vai apresentar um talk show, às quintas-feiras", completa o presidente.

"Televisão não é uma operação fácil, mas, ao contrário do que muitos analistas diziam no passado, é uma mídia que só cresce no Brasil. Não dá para um grupo de comunicação ficar sem uma emissora de TV em seu portfólio", considera Daniel Barbara. Diz o executivo que para colocar a JBTv no ar, a CBM está fazendo um aporte ao redor de R\$ 20 milhões.

O presidente, inclusive, pretende aproveitar a sua experiência em agência de propaganda na nova empreitada na CBM. Barbara trabalhou na McCann-Erickson e, durante cerca de 25 anos, esteve em uma das mais conceituadas agências de propaganda do País, a DPZ. "Administrar empresas destes dois segmentos é bem parecido. É a dosagem de um ingrediente aqui ou ali que muda", considera o executivo.

Ainda sobre a nova JBTv, sob controle da CBM pelos próximos dez anos, Barbara diz que a emissora poderá utilizar o conteúdo da base de publicações da CBM. E vai além: prepara a

criação de programas originados pelos títulos de algumas das publicações que fazem parte da CBM, como Gula e Fluir.

O público jovem também terá espaço na programação da JBTv, com atrações gravadas diretamente nas ruas, ou que misturem dramatização e documentário na discussão de comportamentos - todos com uma nova linguagem televisiva.

O cinema, o esporte, a música e o mundo das celebridades serão destaques na nova emissora, que vai trazer caras novas e conteúdo mais que contemporâneo para os telespectadores. "Na área de cinema, por exemplo, teremos duas atrações", revela Barbara. A JBTv também vai ter programas de viagens e aventuras. A teledramaturgia ganha espaço com uma novela de origem portuguesa, com 60 capítulos.

Destas seis unidades de empresas que hoje compõem a CBM, também é novidade a Brasillog, que se dedica à distribuição e comercialização de todas as publicações do grupo, a fim de melhorar a qualidade e reduzir custos. "É o que chamamos de papel, impressão e distribuição. Queremos melhorar a produção gráfica, otimizar os recursos e criar uma companhia com mais força de negociação no mercado", enfatiza Barbara.

kicker: Emissora vai trabalhar especialmente com produção terceirizada e já tem atrações confirmadas, como o "Tele Jornal do Brasil"

Fonte: Gazeta Mercantil, São Paulo, 14 mar. 2007. Comunicação, p. C8.