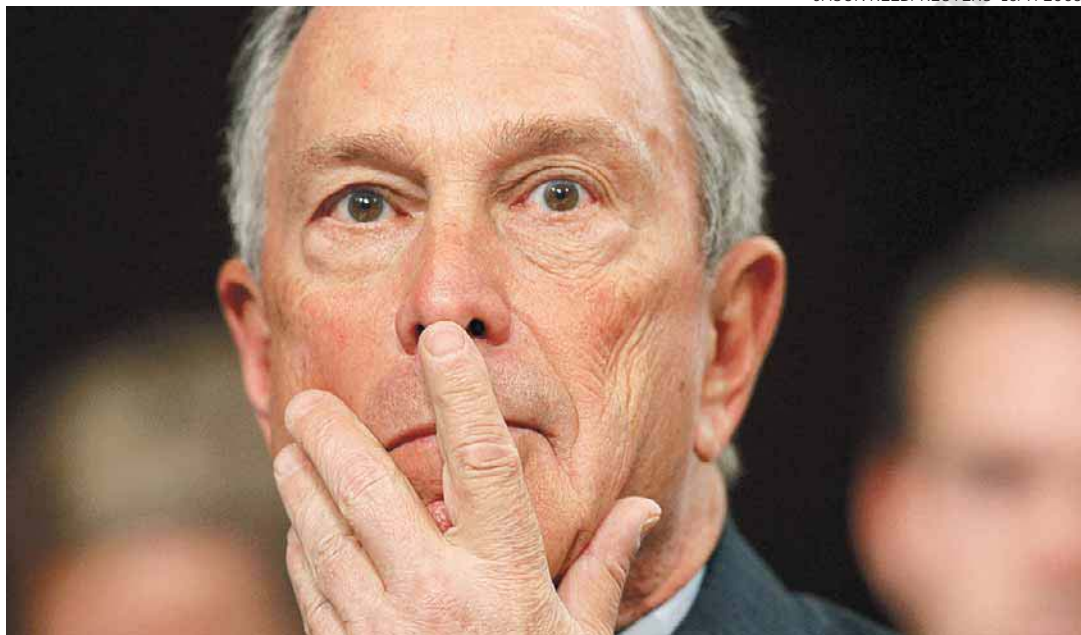


Bloomberg compra a 'BusinessWeek'

Revista de economia da McGraw-Hill vinha tendo prejuízos e foi colocada à venda em julho

JASON REED/REUTERS-16/7/2009



FUNDADOR – A Bloomberg é controlada pelo atual prefeito de Nova York, Michael Bloomberg

NOVA YORK

O grupo de mídia Bloomberg, especializado em informações financeiras, acertou a compra da *BusinessWeek*, uma das mais importantes revistas de economia do mundo, que pertencia à editora McGraw-Hill. O valor do negócio não foi revelado, mas as estimativas são de que os valores envolvidos tenham sido baixos – a oferta da Bloomberg foi de algo entre US\$ 2 milhões e US\$ 5 milhões, mais as dívidas.

O anúncio veio depois de várias rodadas de negociações, das quais participaram várias editoras e fundos de private equity (de compra de participações em empresas) interessadas na revista. A Bloomberg, que pertence ao prefeito de Nova York, Mi-

chael Bloomberg, já vinha sendo apontada nas últimas semanas como a favorita ao negócio.

Apesar de não divulgar o valor da compra, a Bloomberg deu a entender que realmente não pagou muito. “A verdade é que (a revista) vinha perdendo uma quantia considerável de dinheiro, e isso se reflete no preço”, disse o presidente da Bloomberg, Daniel Doctoroff.

A empresa americana conta com cerca de 300 mil assinantes de seus terminais de informações financeiras, que são a principal fonte de receita do grupo. Mas também é dona de uma rede de televisão, uma rádio em Nova York e de uma revista, a *Bloomberg Markets*.

O grupo deve manter a *BusinessWeek* como um negócio separado. Os jornalistas da revista devem, assim, se manter em uma posição independente,

mas com muita “polinização cruzada”, segundo Norman Pearlstine, diretor da Bloomberg que assumirá o cargo de presidente do conselho de administração da revista. O nome da revista, porém, deve ser alterado para *Bloomberg BusinessWeek*.

Pearlstine não informou qual a expectativa da empresa para que a *BusinessWeek* volte a ser rentável. Disse apenas que esse é um objetivo a ser perseguido gradualmente. A revista deve fechar este ano com um prejuízo de US\$ 40 milhões.

A McGraw-Hill colocou a revista, que tem mais de 80 anos de história, à venda em julho. A publicação, assim como várias outras no setor, vem perdendo anúncios seguidamente com a concorrência da internet, e a crise econômica global acelerou esse quadro. ●