

# As estratégias dos grupos de comunicação na alvorada do século XXI<sup>1</sup>

*Communication group strategies in the dawn of the 21st century*

■ JEAN-YVES MOLLIER\*

## RESUMO

O início da década de 1980 marcou o aparecimento de uma indústria global de comunicação, desprezando as fronteiras políticas. Tendo escolhido o modelo de integração vertical, as empresas mais empreendedoras passaram à ação, multiplicando as aquisições e investindo na reestruturação completa do mercado do livro. Para tentar compreender essas mutações, é preciso se deter na viragem que representou a financeirização da vida econômica durante esses últimos vinte anos. Nada poderia estar mais longe da verdade, no entanto, para concluir esta análise, que o triunfo de uma determinada empresa sobre seus concorrentes. O estudo dos movimentos muitas vezes irregulares que ocorreram em todo o mundo editorial nos últimos quinze anos confirma o caráter sempre provisório dos equilíbrios observados em um dado momento.

**Palavras-chave:** mercado de livro, indústria global, financeirização

## ABSTRACT

The beginning of the 1980s was marked by the appearance of a global communication industry, ignoring political borders. Having picked a vertical integration model, enterprising companies took action, multiplying acquisitions and investing in the complete restructuring of the book market. In trying to understand these changes, it is necessary to stop in the paradigm change represented by the financialization of economic life during these last 20 years. Nothing could be further from the truth, however, to conclude this analysis, than the triumph of a certain company over its competitors. The study of often irregular movements that happened in all of the editorial market in the last 15 years confirms the always tentative character of the balance observed in a given moment.

**Keywords:** book market, global industry, financialization

\* Professor da Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines. Autor, dentre outros títulos publicados no Brasil, de *O Dinheiro e as Letras*. História do Capitalismo Editorial. São Paulo: Edusp, 2010. E-mail: jean-yves.mollier@uvsq.fr

1. Traduzido por Marisa Midori Deaecto, professora doutora do Departamento de Jornalismo e Editoração da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. E-mail: marisamidori@yahoo.com

**P**RÊMIO NOBEL DE Economia em 1982, o americano George Joseph Stigler (1968) definiu a estrutura do mercado de livros na maioria dos países avançados como um *oligopólio de franja*. Nesta imagem que figura na tradução em francês como um guarda-chuva invertido, numa referência estilizada das relações de dominação econômica, o líder da economia da regulação pretendia justificar o fenômeno perturbador do oligopólio que caracteriza um mercado de concorrência imperfeita. Seguindo este mesmo raciocínio, Bénédicte Reynaud tentou aplicá-lo ao mercado editorial francês. Sua tese na área de Economia, defendida em 1981 sob o título *A evolução da estrutura do setor de edição de livros na França*<sup>1</sup>, resumida no ano seguinte em um artigo publicado na *Revue d'Économie Industrielle* (Reynaud, 1982) fixou por muito tempo o quadro conceitual que permitia pensar a concentração neste setor.

1. Université Paris  
I, dir. J. Parent.

2. Nos anos de 1960-1970, os marxistas teorizaram o que eles chamaram de capitalismo monopolista de Estado, enquanto que a esquerda não comunista preferiu se acordar sobre a aparição de oligopólios que, a exemplo dos monopólios, utilizam suas redes ao lado do poder político para orientar as decisões econômicas em um sentido favorável a seus interesses.

3. Após uma série de repercussões, a Cie. Générale d'Electricité revendeu a Générale Occidentale para a Cie. Générale des Eaux, a qual, logo em seguida, absorveu Havas, antes de mudar seu nome e de se tornar Vivendi, mais tarde, Vivendi Universal. Todas essas mudanças em menos de dez anos!

Já que se assistia tanto nos Estados Unidos, quanto na velha Europa, a um formidável desenvolvimento do monopólio industrial, era conveniente impedir os marxistas de estigmatizar o estágio monopolista do desenvolvimento do capitalismo sob o argumento de lhes opor a objetividade da observação científica<sup>2</sup>. Considerando que, efetivamente, os atores do mercado uniam seus esforços com aqueles que decidiam os rumos da política, com os fins de obter uma regulamentação favorável aos seus interesses, George Stigler permitia refletir sobre o golpe que havia atingido a edição francesa quando soou, em 14 de dezembro de 1980, o grito de vitória de Jean-Luc Lagardère, que acabava de comprar 41% da Librairie Hachette. Ao mesmo tempo, o Grupo Havas, através de sua subsidiária CEP-Communications, iniciou sua marcha para se tornar, no final da década, o número 1 da edição em francês sob o nome de Groupe de la Cité, a *holding* financeira constituída em parceria com a Presses de La Cité (Bouvaist, 1983; Mollier, 2003). Todos os ingredientes reunidos pareciam colocar o mercado do livro sob o controle de dois gigantes industriais: Matra, de um lado, e a Compagnie Générale d'Electricité<sup>3</sup>, de outro. Um e outro muito interessados em informação e comunicação: Matra com a estação de rádio Europa 1, colocando-se em paridade com a Hachette-Filipacchi Media, enquanto que a Agência Havas dominou as manchetes do mundo.

Nos Estados Unidos, mais um passo seria dado em 1980: indústrias que haviam investido na publicação começam a se desligar e a vender suas participações aos grupos de comunicação, que viam no livro uma fonte de lucros comparáveis aos obtidos nos setores mais rentáveis da economia. Isso levou André Schiffrin (1999) a deixar a casa Pantheon Books, ela mesma integrada à Random House, revendida pela RCA a Samuel I. Newhouse, um bilionário que fez fortuna na imprensa, rádio e televisão.

Ao abandonar seu escritório em 1990, exatamente de onde dirigiu a produção literária de Nova York por trinta anos, André Schiffrin parecia anunciar o fim de um mundo e a inserção da lógica financeira no meio letrado – note-se, de forma mais ostensiva do que as estratégias industriais vencedoras nos anos de 1960-1980 – e que essa nova configuração iria mudar a natureza fundamental da edição de livros no mundo. Como surgiu um movimento idêntico na Grã-Bretanha e nos Países Baixos, com o aparecimento de Pearson, Reed Elsevier e Wolters Kluwer, na Itália, onde os irmãos Mondadori iam ver sua casa absorvida pelo Cavaliere Berlusconi e, na França, com a transformação próxima da Compagnie Générale des Eaux em Vivendi, logo, Vivendi Universal, pensou-se que nada mais poderia parar esta onda. Esta foi, aliás, a opinião de André Schiffrin, quando publicou *Edição sem editores*, em Paris, na Feira do Livro de março de 1999.

No entanto, o anúncio do casamento entre a AOL, a maior provedora de acesso à Internet, e a Time Warner, primeiro império de mídia do mundo, com a CNN, Time, Life ou Warner Bros, em janeiro de 2000, acrescentaria uma dimensão extra a estas fusões (Mollier, 2002; 2003). Com a partida para os Estados Unidos de Jean-Marie Messier e a formação da Vivendi Universal, que pretendia competir com a AOL Time Warner, testemunhamos o desenvolvimento da concorrência entre os grupos mundiais de comunicação, dentre os quais vimos despontar novas lideranças, a News Corporations, Walt Disney, Paramount, Comcast e Bertelsmann, proprietário, em 1998, da Random House editora – logo, seu primeiro editor americano. O relatório ulterior do diretor-presidente da Europa e sua demissão não ajudaram a esclarecer a estratégia de longo prazo das principais editoras alemãs.

Da mesma forma que a venda, em fevereiro de 2006, da Time Warner Book Group, a divisão de livros da Time Warner, para a Hachette Livre parece destinada a uma nova configuração das estratégias neste setor, evitando qualquer tentativa de clarificar os objetivos de controle da informação e da comunicação. Acelerada a financeirização da economia, que substitui a lógica do golpe a golpe pela vontade dos grupos gigantes de assim permanecer de forma perene<sup>4</sup>, esta é aparentemente o encrenqueiro que perturba todas as sábias construções operadas nos últimos anos e que abate como castelos de areia as fortalezas construídas por Jean-Marie Messier e os seus.

Vivendi Universal desabou no outono de 2002 e vendeu a sua indústria do livro, a Vivendi Universal Publishing (VUP), fornecendo ao Barão Sellière e à sua sociedade, Wendel Investissement, a oportunidade de resgatar a Editis, 60% da ex VUP. A Hachette Livre recuperou 40% de Anaya, na Espanha, antes da aquisição da Hodder Headline, no Reino Unido, para, desse modo, concorrer com a Pearson na liderança mundial.

4. Ver a excelente análise sobre a financeirização do planeta desenvolvida por Antoine Rebeschou, Directeur Général de Saatchi and Saatchi em «Le jeu de dupes autour de l'économie de l'immatériel. L'effet Moebius de la financiarisation sur les droits de propriété» in *Mode de Recherche* n° 5/ janvier 2006, p. 23-37.

Antes de retomar a Time Warner Book Group, a Hachette Livre cedeu Dalloz a Lefebvre Sarrut, enquanto o grupo financeiro Carlyle, Cinven e Apax, que havia adquirido o francês Masson, em 2001, especializado em livros de medicina, colocou-o à venda. Wolters Kluwer queria, em 1997, usufruir dos benefícios do casamento industrial para construir uma aliança estratégica com a sua rival; no entanto, a Reed Elsevier preferiu renunciar três anos depois. Esses fenômenos acabam nos confundindo, pois se passam como movimentos erráticos, especialmente porque o novo conjunto Editis foi transferido, no final de 2005, para a Quebecor, o número 1 de comunicação no Canadá, dominando completamente o mercado de distribuição do Quebec<sup>5</sup>. Como se pode esperar mais ataques no mundo das comunicações, iremos explorar aqui algumas ideias que poderiam dar sentido a essas oscilações aparentemente enigmáticas.

5. Ver *Livres-Hebdo* nº 618 de 21 octobre 2005, p. 62-63.

### AS LÓGICAS INDUSTRIAIS E SUA REGRESSÃO

Em termos globais, como bem o assinalou Bernard Guillou e Laurent Maruani no estudo publicado em 1991, *Les stratégies des grands groupes d'édition: analyses et perspectives*, o início da década de 1980 marcou o aparecimento na cena mundial “de uma indústria global de comunicação” (Guillou & Maruani, 1991: 34), rindo-se das fronteiras políticas e até mesmo das profissões de base, uma vez que combina o som, a imagem e o texto. Tendo escolhido o modelo de integração vertical, as empresas mais empreendedoras passaram à ação, multiplicando as aquisições e investindo na reestruturação completa do mercado do livro.

Para citar alguns exemplos significativos, vamos começar por recordar o caso da Holanda, que vê, em 1987, o gigante da imprensa e da edição, Elsevier, tentando aproveitar seu principal *outsider*, Wolters Kluwer, ele mesmo saído, neste ano, de uma fusão com Kluwer, especialista em edição de livro jurídico, e Wolters Samsom, editora de livros escolares (Ibid.: 113-117). Depois de fracassar na bolsa de valores, Elsevier, que se aproximou do britânico Pearson (Longman, Penguin, Financial Times etc.), irá se voltar para um outro editor Inglês, Reed (Octopus, Routledge etc.) com quem decidiu se fundir em 1992 para se tornar um líder na edição profissional. Cinco anos mais tarde, em 1997, a Reed Elsevier e Wolters Kluwer planejavam ir ainda mais longe e fazer uma união estratégica para controlar uma porção significativa do mercado multimídia<sup>6</sup>.

Paralelamente a esta aproximação, a qual, aliás, se conduziu para o divórcio em 2000, pode-se citar o exemplo italiano, o qual viu, pela primeira vez, a empresa Mondadori adquirir o grupo L'Espresso e, em seguida, levar De Benedetti, em 1986-1987, antes de passar para o controle de Silvio Berlusconi, que agora detém praticamente o monopólio da informação em seu país.

6. Cumpre ressaltar que a leitura da imprensa cotidiana (*Libération*, *Le Monde*, *Le Figaro*, *L'Humanité* e *Livres Hebdo*) vem constituindo, há 30 anos, a base de nossa documentação.

Temos, ainda, as fusões que abalaram a França de 1980 a 2002, as quais pareciam acontecer com base em uma mesma ambição: constituir conjuntos estratégicos capazes de deter frações importantes de um determinado setor. Assim, vimos, em 1996, a Hachette Livre se emparelhar com o Grupo Didier a fim de reforçar sua posição na edição escolar, quando seu rival, o Groupe de la Cité, desenvolvia com Larousse, Bordas e Nathan uma estratégia semelhante. Em todos estes exemplos, no entanto, a estratégia parecia ainda casar com a lógica dos conglomerados e, se nós assistimos a revendas periódicas de alguns ativos, era para dispor de uma caixa de guerra e usá-la para reforçar a sua posição no domínio da imprensa, do livro ou da multimídia.

Tal foi o modelo de desenvolvimento para a Bertelsmann, que triplicou suas vendas entre 1970 e 1983, tornando-se líder mundial em comunicação antes da fusão AOL-Time Warner, em 2000 (Ibid.: 144-155). Número um nos Estados Unidos, onde o grupo possui, desde 1989, a Doubleday e, desde 1998, a Random House, ele não perdeu de vista sua estratégia industrial. O relatório de seu diretor-presidente Thomas Middelhoff, em agosto de 2002, mostrou que a família Mohn, fundadora e proprietária da empresa Gütersloh Vestefália não tinha a intenção de renunciar a sua visão de gestão industrial da empresa<sup>7</sup>.

Da mesma forma, desde a entrada da Matra no capital da Librairie Hachette, em 1980, os ativos foram preservados, e se nós vimos a venda de apartamentos, primeiro, em edifícios na rua Réaumur, sede dos NMPP, em breve, veremos no quadrilátero histórico formado pelos edifícios dos Bulevares Saint Michel e Saint Germain, assim como aqueles das ruas Hautefeuille e Pierre-Sarrazin. No entanto, todas as subsidiárias adquiridas desde 1954 – Grasset, Fasquelle, Fayard, Stock, Calmann-Levy etc – permaneceram no grupo, mesmo após o fracasso da privatização da TF1, que levou ao fiasco do canal 5, mais tarde retomado por Jean-Luc Lagardère e Silvio Berlusconi, em 1990, dois anos antes de seu desaparecimento. No entanto, se a lógica industrial é a do conglomerado e suas reestruturações parecem tê-la assim mantido, observamos, ao mesmo tempo, uma financeirização desses grupos, o que vai na contramão dessa orientação. Basta, sobre este ponto, olhar a estrutura do capital do grupo Pearson, que possuía, em 1991, a 7ª maior companhia mundial de petróleo – Camco-Reda Pump – assim como a indústria de porcelana Royal Doulton, 50% do Lazard Brothers Bank, mais de 10% do Lazard Paris e, ainda, Lazard Nova York (Ibid.: 126-133) – para perceber que, nesta companhia financeira, os interesses das empresas Addison, Longman ou Penguin estão submetidos às decisões estratégicas dos acionistas.

Da mesma maneira que em 1986 constituiu-se o embrião daquilo que se tornaria dois anos mais tarde o Groupe de la Cité, o que se vê é uma holding

7. *Livres-Hebdo* n° 478, 23 août 2002. Sobre Bertelsmann, ver Claudia Schalke e Markus Gerlach, « Le paysage éditorial allemand » in *Actes de la Recherche en Sciences sociales* n° 130, déc. 1999, p. 29-47 ; Franck Bödselmann e Hersch Fischler, *Bertelsmann. Hinter der Fassade des Mediensimperium*, Frankfurter-am-Main, Eichhorn AG, 2004.

financeira, a Générale Occidentale, proprietária dos bombons *La Pie qui chante* e da mostarda *Amora*, ao lado das antigas Presses de la Cité, dominadas até então pela família Nielsen (Mollier, 2002: 35; Reynaud, 1999: 3-10). Dirigida por Jimmy Goldsmith, empresário britânico de reputação sulfurosa, a Générale Occidentale seria rapidamente vendida para a Compagnie Générale d'Electricité d'Ambroise Roux e, dez anos depois, para a Compagnie Générale des Eaux, o que ilustra bem as mudanças observáveis no mercado editorial desde o início de 1990 e a eliminação gradual dos grupos industriais do setor (Mollier, 2002: 35-38).

André Schiffrin dirá com força em conferência sobre a imprensa nova-iorquina, em 1991: a edição foi mudando de natureza e desde que os novos proprietários da Random House, os irmãos Newhouse, exigiram um retorno imediato acima de 10%, não foi mais possível manter as mesmas políticas editoriais dos dez anos anteriores (Schiffrin, 1991: 45-62). O exemplo da empresa Paramount, chamado nas origens Gulf and Western, que possuía, na década de 1960, ações nas fábricas de tabaco, refinarias de açúcar, minas de zinco e em outros setores, confirma esta tendência.

Para resgatar a grande editora Simon and Schuster – o inventor do livro de bolso nos Estados Unidos, em 1939 – e tentar uma oferta de aquisição agressiva sobre a Time, em 1989, ela teve que vender mais de 150 empresas e centenas de milhões de dólares de participações diversas (Idem). Seu fracasso e sua incapacidade de impedir a fusão entre a Time e a Warner, em 1989, resultou na financeirização acelerada dos grandes grupos de comunicação, desde 1980-1985. A Warner, de propriedade de Christ Craft Industries, havia investido de forma considerável na indústria fonográfica e na indústria cinematográfica, o que o levou a desenvolver uma estrutura editorial mais forte do que aquela que ele possuía. Conduzindo essa virada que levaria a nova entidade a participar da Time Warner com a AOL, dez anos mais tarde, o grupo demonstrou seus reais interesses, provando que o tempo das batalhas de comunicação atingira uma escala planetária.

## A FINANCEIRIZAÇÃO E A PRECARIZAÇÃO DAS EMPRESAS DE EDIÇÃO

Para tentar compreender essas mutações, é preciso se deter na viragem que representou a financeirização da vida econômica durante esses últimos vinte anos. Pouco teorizado, ainda que subjacente à emergência de figuras ambivalentes como a do empresário americano de origem húngara George Soros, capaz de operar ataques mortais contra a moeda britânica e abrir uma rede de universidades no leste europeu, este movimento fundamental na economia do

planeta se opõe radicalmente à lógica dos conglomerados (Peyrelevade, 2005). Tivemos uma visão caricatural na França, quando da promoção de Bernard Tapie ao posto de ministro da Cidade, no segundo mandato de François Mitterrand. Enquanto isso, o chefe do grupo La Vie Claire comprava e, logo revendia com uma mais valia confortável, a empresa Adidas. Em nenhum momento o inflamado dirigente do Olympic de Marselha sondou introduzir a empresa especializada em equipamentos esportivos em ativos fundamentais, esperando imprimir uma identidade para o grupo. Vemos o mesmo procedimento a partir do resgate da Citroën pela Peugeot para construir a marca do PSA, ou na compra de Grasset e Fasquelle pela Hachette, para a sua filial Grasset-Fasquelle, como uma estratégia de assalto lançada contra os prêmios literários que se lhes escapavam até então (Mollier, 2005). Existe, pois, um hiato, um fosso que separa duas visões de empresas, senão, duas épocas, ou mesmo dois universos.

Antoine Rebiscoul (2006), diretor-geral da The Goodwill Company Saatchi e Saatchi Publicis Group, resumiu o movimento de reorganização do capital em um artigo recente, publicado com o título deliberadamente irônico *Le jeu de dupes autour de l'économie de l'immatériel. L'effet Moebius de la financiarisation sur les droits de propriété* [O jogo dos trouxas em torno da economia do imaterial. O efeito Moebius da financeirização sobre os direitos de propriedade]. Após ter lembrado que até a década de 1980 podia-se assistir a fusões de empresas destinadas a aumentar o tamanho de um conglomerado, essa estratégia que visava a alcançar a liderança em sua área de competência, de repente, cedeu lugar a um desejo de diversificação dos ativos, por isso os investimentos em carteira.

A emergência dos fundos de pensão e dos fundos de investimento – os primeiros majoritariamente na Vivendi Universal, o último exemplo na Editis – colocou o acionista em uma posição de força. Considerando que, antes, ele devia confiar nas direções dos grupos industriais, ele dispôs, graças à Internet e ao NTIC, dos meios de gerir diretamente suas ações e de as modificar de acordo com as informações obtidas na web (Idem).

Já não era preciso esperar pelas assembleias gerais anuais ou pelos relatórios dos organismos encarregados de auxiliar as empresas, ele pôde deixar de ver os resultados das sociedades anônimas nas quais ele confiaria seus investimentos e se contentar com os rumos da Bolsa, ao negar qualquer critério para a gestão de suas carteiras<sup>8</sup>.

Como resultado, a empresa deve, por sua vez, modificar sua estratégia e pensar a cada momento na “criação de valor para o acionista” (Idem), no famoso *shareholder value*, o que conduziu, em 2000-2002, Jean-Marie Messier a participar de uma verdadeira orgia da imaginação contábil – a modificação

8. Que o acionário gerencie sua carteira ou a confie a algum fundo de pensão, isso não muda em nada nossa demonstração. Os fundos de pensão americanos gerenciam, aliás, 30% dos capitais investidos nas bolsas do país, o que indica a tendência, a saber, de uma gestão preferencialmente coletiva ou indireta de carteiras, em lugar das individuais e diretas.

permanente do perímetro de intervenção da Vivendi Universal – a fim de manter o preço da ação em alto nível. A queda acentuada no outono de 2002 não registrou apenas a saída imediata dos fundos de pensão ou de investimentos que a tinham apoiado antes de retirar sua confiança. Em uma área relacionada, a venda da divisão de livros da AOL Time Warner à Hachette Livre manifestou não a irracionalidade da gestão de um grupo internacional de comunicação, mas a obrigação, que está no início de 2006, de tirar proveito do valor de sua ação – o barômetro de sua saúde – o que se mantém atraente para aqueles que a possuem. Então, demolindo toda a base do conglomerado que se tentou constituir anos antes, deixa-se retomá-la ulteriormente caso a valorização do capital o justifique.

Como escreve o especialista Antoine Rebiscoul, “a busca da criação do valor para o acionário” incita a demonstrar constantemente que a empresa em busca de capitais se situa, ao menos, no mesmo patamar da capacidade de oferta do conjunto do mercado de investimentos. Nesse sentido, o capitalismo dito *acionário* é também e talvez principalmente o capitalismo *atuarial* – ele organiza toda a empresa e em toda a cadeia de valor, de acordo com sua capacidade de atingir um nível de rentabilidade sobre o capital empregado superior à taxa de desconto, que é em si a expressão de poder dos acionistas (Idem).

Continuando sua análise de um sistema que dá vida a seu grupo, o chefe da Saatchi-Publicis, explica, em seguida, os benefícios do corte de empresas por apartamentos, a única forma de atrair os acionistas para os ganhos rápidos, o que, por si, a gestão industrial de uma empresa seria incapaz de produzir. Reencontramos, então, a constatação amarga de André Schiffrin no livro *A edição sem editores*: não é o lucro que impõe problemas, uma vez que ele sempre foi procurado pelos mediadores culturais, tanto no século XIX como no século XX, mas a necessidade de alcançar a rentabilidade de tal modo que ela orienta a gestão da empresa para a produção de bens com padrões intercambiáveis (Schiffrin, 1999).

Em um mundo que se tornou aparentemente entranho a toda concepção social da economia, não são os bens materiais, tangíveis, da empresa que regem as estratégias daqueles que tomam as decisões, mas os bens imateriais, ou ainda, o seu reflexo, como o afirma Antoine Rebiscoul (2006), isto é, a imagem que a projeta e que a valoriza. Entendemos que alguns pensadores do capitalismo atual, como Jean Peyrelevade ou Yann Moulier Boutang, deslocam a observação do mundo real para o mundo imaterial da especulação intelectual, ou mesmo do jogo, e que eles colocam o advento sobre o estágio *cognitivo* alcançado pelo capitalismo na era da Internet e das novas tecnologias da informação e da comunicação (NTIC). Se é necessário

lembrar que as bolhas financeiras eventualmente estouram, como o ilustrou o Japão há uns doze anos, constatamos desta mutação radical os objetivos das empresas. Pois, de fato, essas mutações explicam muitas contradições aparentes da globalização editorial, embora seja provável que se trate de uma fase de transição.

Já salientamos o curso caótico da Société Dalloz, passada do Groupe de la Cité para a Vivendi e, em seguida, para a Hachette e, então, para a Cinven... e poderíamos fazer a mesma observação sobre a empresa fundada por Jean-Baptiste Baillièrre, em 1818. Independente durante 169 anos, essa empresa familiar que se espalhou para a Inglaterra, Espanha, Austrália e Estados Unidos a partir da primeira geração (Mollier, 2010), foi vendida em 1987 à família Beytout, porque ela detinha um certo número de jornais profissionais como a *Revue du praticien*, amplamente lida nos círculos médicos. Dois anos mais tarde, Jacqueline Beytout, proprietária do *Les Echos* – seu filho Nicolas dirige o *Le Figaro*, de Serge Dassault – revendia a maior parte de suas ações ao grupo Pearson, o que conservará a empresa Baillièrre por dez anos, buscando utilizar as ligações com a filial americana, Baillièrre-Tindall e Cox, cuja sede é em Baltimore. Em 1999, a editora britânica, líder mundial no mercado editorial, cedeu o Grupo JB Baillièrre Santé a um fundo de investimentos gerido pelo Paribas, impedindo-o de passar ao controle das Edições Masson, as quais se tornaram, em 1993, uma subsidiária do Grupo de la Cité, portanto, da Vivendi Universal Publishing, um pouco mais tarde. O editor da revista *La Médecine expérimentale*, Claude Bernard, que foi ele próprio membro do prestigioso Conselho de Desconto do Banco da França, de 1850-1864, morreu imensamente rico, embora houvesse firmemente denunciado o que chamou de “especulação” (Idem).

Ninguém sabe o que ele pensaria da financeirização da economia, a qual levou o Banco de Paris e dos Países Baixos (o Paribas), ele mesmo absorvido recentemente pelo BNP, a reunir *Le Panorama du médecin*, a *Revue du praticien* e as edições médicas J. B. Baillièrre ao fundo de investimento destinado a aumentar o valor do título. Mas essa itinerância, a exemplo das edições Masson, revendidas em 2001 ao fundo de investimento britânico Carlyle, Cinven e Apax para permitir à VUP a compra da editora californiana Houghton Mifflin (Idem), mostra de forma caricatural as consequências da transferência feita pela economia mundial durante quinze anos. Longe de partir de uma lógica de conglomerado visando a ocupar posições de força no setor de atividade no qual as empresas exercem suas vocações, as vendas e as revendas de empresas editoriais partem mais frequentemente de uma visão puramente financeira da economia planetária.

## FINANÇA, DIREÇÃO EMPRESARIAL E VONTADE DE DOMINAR A INFORMAÇÃO

Simultaneamente às lógicas que acabamos de descrever, as quais aparecem na contramão, por exemplo, da gestão industrial do Grupo Hachette Livro<sup>9</sup>, ou da gestão estritamente financeira de Editis, cujo empreendedor, Wendel Investments colocou em prática, em 2004, a técnica do *leverage buy out* ou LBO, que consiste em inscrever uma parte do preço de compra na coluna das *dívidas* da empresa considerada a fim de se beneficiar de um fisco muito vantajoso<sup>10</sup>, não se pode, contudo, negligenciar as reestruturações oriundas de visões mais políticas. Podemos citar, aqui, para a França, a construção do grupo Media Participations, fundado em julho de 1985 por Rémy Montagne com a ajuda de seu cunhado, François Michelin, e de Claude Bébéar, diretor-presidente do grupo de seguros AXA, sustentados por um grupo de investidores lioneses (Mollier, 2002: 205-210).

Para o ex-secretário de Estado da Família e Bem-estar Social, Raymond Barre, o encontro com João Paulo II foi determinante. Renunciando à política para colocar seu dinheiro e seus talentos a serviço da visão de mundo do Papa, ele decidiu empreender uma cruzada destinada a moralizar a mídia francesa. Logo proprietário das casas Mame, Le Lombard, Dargaud, Fleurus, Desclée, Le Sarment e algumas outras, ele acreditou ter que se submeter à vontade do Pontífice, a qual se resumia em uma fórmula-choque: “Deus, a Igreja, a Família, os valores cristãos”, o que certamente culminaria no artigo intitulado *Testemunho Cristão*, sua antítese em matéria de política, senão, caricatura das intenções firmadas noutro artigo, *Imprensa: a teia de aranha dos cathos de direito*, no qual demonstrava um quiosque de jornais onde se podia ler a antiga divisa de Vichy: “Trabalho, Família e Pátria” (Ibid). Para além das lendas que se tenham deixado com o desaparecimento desse personagem, uma vez que seu filho, Vicente, tem feito muito para acabar com os boatos e tentar demonstrar a natureza puramente econômica do grupo, não podemos ignorar determinados fatos, os quais, tanto na Europa, quanto nos Estados Unidos, tendem a provar que a história não está morta e que a ideologia continua sendo uma das molas que a agitam nas profundezas.

André Schiffrin apontou a intrusão do financista e magnata da mídia Rupert Murdoch no mundo da edição americana em seu livro de 1999. Ele estigmatizava as liberalidades concedidas pela Harper Collins ao conservador inglês Jeffrey Archer – 35 milhões de dólares em adiantamentos feitos por três romances policiais (Schiffrin, 1999: 49) e 4,5 milhões de dólares doados a Newt Gingrich, o orador da Câmara dos Deputados, para suas *Memórias* (Ibid.: 76). Em ambos os casos, a política, a ideologia e a economia resultaram em

9. Arnaud Lagardère deu várias declarações a este respeito ; ver, por exemplo, a entrevista voluntariamente acordada com o jornal *L'Humanité* de 15 de setembro de 2000 e intitulada « Notre stratégie n'est pas financière, mais industrielle ».

10. Isto lhes permite obter um retorno mais rápido sobre o investimento, uma vez que os resultados da dívida são deduzidos do benefício antes do imposto, o que torna a empresa comprada extremamente dependente do critério financeiro de sua gestão.

boa combinação, desde que o bilionário, agora americano, consentisse com os mesmos benefícios à filha de Deng Xiao Ping para a tradução de uma biografia de seu pai.

É claro que ele esperava do líder chinês algumas facilidades para a instalação de seu satélite e de sua rede de cabo Sky, já que ele mesmo tinha se encarregado de censurar os sinais da BBC News recebidos na China (Ibid.: 75), exatamente como fez o Google para se tornar o motor de referência deste imenso país. Isto nos leva, aliás, ao livro de André Schiffrin, o mais recente, *Le contrôle de la parole* (2005), no qual ele denuncia a tomada de poder dos negociantes de armas franceses, Lagardère e Dassault, dos meios de comunicação mais importantes<sup>11</sup>.

Como sabemos que na Itália a situação é ainda pior, porque o ex-primeiro-ministro Silvio Berlusconi controla grande parte das informações e que os Estados Unidos, a direita mais conservadora, tem aumentado seu controle sobre as redes de televisão, rádio e jornais, só podemos constatar o ressurgimento, com força, das ideologias no início do século XXI. A cobertura da primeira Guerra do Golfo, em 1991, havia demonstrado o dano que poderia causar uma edição circunscrita em um dos campos. Mas, na Segunda, que viu os militares norte-americanos literalmente embarcar os jornalistas nos tanques para fazê-los viver o evento ao vivo, ficou definitivamente demonstrada a nocividade de uma visão demonizada e maniqueísta das relações entre as nações. Desde o desmoronamento do império do mal soviético pareceu necessário substituí-lo por um outro, a fim de manter a hegemonia dos Estados Unidos no mundo.

Neste nível de reflexão, deve-se salientar que o entrelaçamento entre as motivações econômicas, políticas e ideológicas é tão grande que a financeirização do planeta, que parece ser a tendência pesada – o *trend* – nos últimos quinze anos, não pode se manter como a única explicação dos fenômenos que acompanham a globalização editorial. Depois da aquisição da Time Warner Book Group pela Hachette Livre, podemos ver muito claramente esse novo gigante mundial afirmar sua ambição de estar presente no mundo anglófono, ao mesmo tempo preservando suas raízes na Espanha e, nesta área linguística, na América do Sul. Desta forma, encontramos uma parte das orientações que conduziram, em 1998-2000, a AOL Time Warner, News Corp, Walt Disney, Paramount Viacom, Comcast, Bertelsmann e Vivendi Universal a se concentrarem nos mercados de educação e de “entretenimento” – a *educainment* – e para mostrar sua intenção de diminuir as produções impressas ou cinematográficas e televisuais nas línguas mais rentáveis do mundo, a saber, o inglês, o espanhol e o francês<sup>12</sup>.

11. Vale notar que o autor negligencia a diferença observada na orientação do Lagardère Groupe entre Jean-Luc e Arnaud Lagardère. Este último parece se desvincular progressivamente do capital de EADS, de seus Airbus e helicópteros de combate, para se re-centrar nos grupos de mídias, o que não se enquadra na análise de André Schiffrin.

12. J.Y. Mollier, « L'évolution du système éditorial français depuis l'Encyclopédie de Diderot », in *Où va le livre ?*, 1999.

A vontade do motor Google de digitalizar milhões de volumes em inglês vem da mesma direção estratégica, a exemplo das estratégias geralmente utilizadas pelos idealizadores de desenhos animados da Walt Disney, para trabalhar em harmonia com os serviços dos restaurantes McDonald's antes do lançamento de um filme, de modo que hambúrgueres e batatas fritas acompanhem os bonecos de plástico que popularizam o novo desenho animado (Schiffrin, 2005: 58, 59). Tornando-se o maior produtor de brinquedos nos Estados Unidos, o grupo Walt Disney compreendeu perfeitamente os benefícios da cooperação com o distribuidor líder de *fast food* do mundo. Através desta trama de interesses, ambos são capazes de impor ao planeta, de Nova York a Moscou, Pequim, Nova Deli e, de Santiago do Chile ao México, seus produtos simbólicos de um mundo globalizado.

Nada poderia estar mais longe da verdade, no entanto, para concluir esta análise, que o triunfo de uma determinada empresa sobre seus concorrentes. O estudo dos movimentos muitas vezes irregulares que ocorreram em todo o mundo editorial nos últimos quinze anos confirma o caráter sempre provisório dos equilíbrios observados em um dado momento. Qualquer classificação e qualquer *hit parade* estão sujeitos ao risco de serem invalidados rapidamente, sendo suficiente o tempo de secagem da tinta sobre a letra impressa. Deste ponto de vista, a financeirização generalizada do planeta combate toda vontade hegemônica dos indivíduos e dos Estados Unidos.

Vimos Carl Icahm, o investidor de ações que queria dismantelar a Time Warner ter um projeto malgrado, enquanto que, do lado de Walt Disney, o risco de sofrer retrocessos graves aconteceram mais quando a sua habitual subcontratante, o estúdio Pixar, tomava-lhe alguns de seus líderes. A posse por parte da China de uma quantidade considerável de bônus do tesouro americano fez desse país o verdadeiro protetor do dólar, mas também o temido comandante de sua estabilidade. Em um mundo onde as evoluções observadas estão frequentemente desaparecendo e dando lugar a outros movimentos, ainda subterrâneos no momento mesmo em que são postos em evidência, a maior prudência se impõe em matéria de diagnóstico.

Analizamos alguns avatares, como a aventura americana de Bertelsmann, parcialmente interrompida pela família dos acionistas majoritários. Poderíamos desenvolver outros que mostram que o modelo de interpretação do campo editorial – oligopólio em franja – está mudando sob os golpes da *criação de valor para o acionista*. Isso torna mais necessária do que nunca a vigilância crítica de todos os que ainda acreditam que a diversidade cultural continua a ser a arma mais eficaz contra todos os Big Brothers do passado ou do futuro. **M**

**REFERÊNCIAS**

- BOUVAIST, Jean-Marie. Crises et mutations de l'édition française. In.: GUILLOU, Bernard & Maruani, Laurent. *Cahiers de l'économie du livre*. Paris: Hors Série n° 3/1993.
- MOLLIER, Jean-Yves. *O Dinheiro e as Letras*. História do Capitalismo de Edição. São Paulo : Edusp, 2010.
- \_\_\_\_\_. Un siècle d'édition des Goncourt. In. : CABANÈS, J. L.; DUFIEF, R. Kopp e MOLLIER, J.Y. (dir.) *Les Goncourt dans leur siècle. Un siècle de «Goncourt»*. Villeneuve d'Ascq : Presses du Septentrion, 2005.
- \_\_\_\_\_. (org.) *Où va le livre ?* Paris : La Dispute, 2002.
- PEYRELEVADE, Jean. *Le capitalisme total*. Paris : Ed. du Seuil, 2005.
- REBISCOUL, Antoine. *Mode de recherche* n° 5, janvier 2006.
- REYNAUD-CRESCENT, Bénédicte. « La dynamique d'un oligopole avec frange: le cas de la branche d'édition de livres en France », *Revue d'économie industrielle* n° 22, 4<sup>e</sup> trimestre 1982, p. 61-71.
- \_\_\_\_\_. «L'emprise des groupes sur l'édition française au début des années 1980». In: *Actes de la Recherche en Sciences Sociales* n° 130, déc. 1999, p. 3-10.
- SCHIFFRIN, André. *L'Édition sans éditeurs*. Paris : La Fabrique éditions, 1999.
- \_\_\_\_\_. *Le Contrôle de la parole*. Paris : La Fabrique éditions , 2005.
- STIGLER, George J. «The Dominant Firm and the Inverted Umbrella». In: *The Organization of Industry*, Homewood: Richard D. Irving, 1968, p. 108-122.

---

Artigo recebido em 27 de dezembro de 2010 e aceito em 26 de janeiro de 2011.