

# “Somos o maior produtor de conteúdo regional do Brasil”

*Descendente de tradicional família catarinense e paranaense, é natural de Curitiba (PR). Jornalista, empresário da Comunicação há mais de 25 anos, Marcello Petrelli é presidente executivo do Grupo RIC SC (Rede Independência de Comunicação), afiliada da Rede Record. Com 27 anos de existência, o Grupo RIC se consolidou como o de maior produção de conteúdo regional, status que vai ser reforçado na campanha **Somos Bem Santa Catarina**, lançada na sexta-feira (16) para funcionários e público em geral, e que no mesmo dia começou a ser veiculada, tendo também o apoio de diários associados e parceiros da Associação dos Diários do Interior (ADI-SC). Na pequena mensagem que assina, encartada na cartilha sobre a campanha, Petrelli resume: “Em um estado como Santa Catarina, formado por culturas e etnias tão diferentes quanto sua paisagem, não adianta falar com todos do mesmo jeito. É preciso conhecer campo e cidade, montanha e litoral, cada etnia, cada cultura, cada sotaque. Porque a melhor maneira de falar com todas as pessoas é falar de perto com cada uma.” Nessa entrevista exclusiva à **Coluna Pelo Estado**, o presidente do Grupo RIC fala não só da campanha, mas da importância da mídia regional.*



Foto: Joyce Reinert

**[PeloEstado]** - O que motivou a campanha **Somos Bem Santa Catarina**?

**Marcello Petrelli** - Exatamente o que está nos materiais da campanha e o que foi apresentado no lançamento (na sexta-feira, 16) para os funcionários. Somos o maior produtor de conteúdo regional do Brasil e esse é o nosso novo posicionamento de marca. Somos o maior e o melhor prestador de serviço de informação, contribuindo com o desenvolvimento socioeconômico do estado e das pessoas que moram aqui. Queremos o envolvimento de toda a sociedade. É como está na cartilha da campanha distribuída aos funcionários: “O calor humano do catarinense é a nossa grande inspiração. Somos reflexo do nosso estado”.

**[PE]** - Por que agora?

**Petrelli** - É a campanha corporativa e institucional de maior investimento nos 27 anos de história do grupo, envolvendo criação, qualidade, estratégia, mídia. Entendemos que a comunicação nos traz o privilégio e, ao mesmo tempo, a responsabilidade de informar as pessoas em seu dia a dia. O Brasil, hoje, vive um momento atípico e relevante. Diante desse quadro, identificamos a necessidade de informar aquele algo a mais, aquilo que pode ser usado para a formação de opinião, para promover a cidadania e, por consequência, para que se pressione os poderes, os políticos, os líderes de uma maneira geral, a serem mais responsáveis, para que prevaleça o espírito público. Nosso papel vai além de informar sobre a saúde, a segurança, a educação, a mobilidade. Temos que desenvolver pautas relevantes e que provoquem mudança, dando visibilidade do todo, mas com o posicionamento de apoiar o que é certo e rejeitar o

que é errado. E nós podemos fazer isso melhor porque produzimos 16 horas diárias de conteúdo regional. Não há nenhuma empresa de comunicação filiada a rede, seja Globo, Bandeirantes, Record, SBT ou Rede TV, em qualquer estado, que produza mais do que nós!

**[PE]** - O senhor falou em um novo posicionamento de marca...

**Petrelli** - Sim. Há um ano, durante um almoço, fomos provocados pelo Roberto Costa, da Propague, agência de propaganda com 50 anos de mercado, e percebemos que há uma lacuna entre os grupos de comunicação. Então, vamos trabalhar para sermos identificados como o grande grupo de comunicação de Santa Catarina. Não no tamanho, mas na atitude, na presença, na responsabilidade, no serviço, na atuação, nos investimentos, no compromisso, no relacionamento... de forma humilde, mas bastante intensa. Nosso estado é diferente. Estamos convencidos disso! Se ficarmos reféns do que acontece no Brasil, e que nos chega através da mídia nacional, vamos pelo mesmo caminho, sem valorizar ou explorar nossos diferenciais positivos. Por isso a campanha tem data para começar, mas não para acabar. É um trabalho contínuo, cujos resultados vão aparecer na nossa própria postura, nos nossos serviços, na qualidade do que vamos oferecer, nos eventos e ações que vamos realizar.

**[PE]** - A campanha vai ser percebida na linha editorial dos veículos do grupo?

**Petrelli** - Há uma leitura nossa de que o indivíduo, nesse momento difícil que estamos vivendo no país, está muito angustiado. E está procurando um porto seguro. *Qual é a empresa que está abrin-*

*do espaço para mim, me dando crédito, me prestando um bom serviço, me atendendo bem?* Na hora em que as coisas melhorarem, e vão melhorar mais cedo ou mais tarde, ele vai pensar: *quem, naquele momento difícil, me protegeu, me defendeu, me apoiou mais?* É claro que a empresa que tiver trabalhado com os vários aspectos de sua marca vai colher os frutos disso em fidelização. Queremos que as pessoas entendam que ser nosso telespectador ou anunciante, é muito mais que só assistir um programa ou que comprar um *break* comercial. Cada real investido em nossa empresa faz com que tenhamos a condição de ter o produto que temos, com a estrutura que temos e de prestar um bom serviço. Isso gera desenvolvimento socioeconômico, uma percepção mais otimista. É um círculo virtuoso.

**[PE]** - É o conceito chinês: crise gera oportunidade.

**Petrelli** - Exatamente! Nós defendemos para os nossos clientes que é hora de investir, de se diferenciar. Não é hora de só economizar. Com essa campanha, queremos mostrar para Santa Catarina que acreditamos no nosso povo, no nosso comércio, na nossa indústria, nas nossas cooperativas, e que acreditamos em nosso próprio potencial.

**[PE]** - O entusiasmo que o senhor demonstra nessa conversa é o mesmo que quer levar para a sociedade.

**Petrelli** - Eu acho que, para fazer diferente, é preciso ser intenso, ser o bom agressivo, ser criativo, inovador, apaixonado, corajoso para inventar, para modificar e para voltar atrás se for o caso. Tudo isso sem perder a humildade. As pessoas têm o costume de falar que comunicação é o quarto

poder. Para nós, que acreditamos que comunicação é serviço, isso é uma demonstração de vaidade. Devemos usar esse poder de prestar serviços de informação para criar contrapontos para que a sociedade possa formar sua opinião.

**[PE]** - A Assembleia Legislativa mantém a campanha *Aqui tem gente que faz a diferença* e a ADI-SC tem em andamento a *Jornada de Debates ADI-SC 20 – Catarinenses de Valor. São formas de estimular a autoestima da população. Esse também é o objetivo da campanha **Somos Bem Santa Catarina**?*

**Petrelli** - Tem razão. É isso mesmo. No momento em que você tem 16 horas por dia de programação própria, se só falar de problemas vai se transformar em um foco de propagação de algo ruim. Somos diferentes, temos características únicas, índices muito positivos, mas não podemos nos acomodar. Temos que, constantemente, trabalhar para manter nossos bons diferenciais, sem prepotência. Para isso, vamos fazer um trabalho com parceiros, como vocês, da ADI de Santa Catarina, para envolver as pessoas nessa compreensão. A partir de março, vamos espalhar totens com o slogan da campanha - *Somos Bem Santa Catarina*.

**[PE]** - Qual a importância de um grupo de comunicação com o perfil regional?

**Petrelli** - Hoje, a cobertura regional vem sendo considerada “o futuro da comunicação”. Bem, nós fazemos isso há 27 anos! Nosso estado permite isso por conta da diversidade entre as várias regiões, que precisa ser respeitada. Não é a Capital, por concentrar o poder político, que tem que dizer o que Chapecó tem que ver, ler e

ouvir, como acontece com outros grupos. A visão regional da comunicação não só é a nossa essência, o nosso DNA, mas a nossa razão de existir e a nossa sobrevivência. As pessoas ficaram viadas em informação. Consumem o tempo inteiro. Por isso, se tornou uma obrigação estar bem informado sobre o universo em que se vive, e não só sobre o que acontece no Centro do país, ou no Oriente Médio, nos Estados Unidos. Essa percepção gerou mais necessidade daquilo que nós produzimos e entregamos todos os dias: conteúdo regional.

**[PE]** - Qual o tamanho do Grupo RIC?

**Petrelli** - Estamos no Paraná e em Santa Catarina. Aqui, temos emissoras em Florianópolis, Joinville, Chapecó, Xanxerê, Itajaí e Blumenau, além da Record News, com cobertura estadual. Também temos o jornal *Notícias do Dia* Florianópolis e Joinville, 13 títulos de revistas, sendo que a *Its*, voltada para o público estudantil e única mensal, é o carro chefe. No meio digital, temos os portais RIC Mais e ND Online, ambos passando por modernização. Hoje, o Grupo RIC é a maior afiliada da Rede Record, com mais espaço e maior audiência do país.

**[PE]** - Planos de expansão?

**Petrelli** - Estamos investindo na expansão do sinal digital. Somando o que que já investimos nos últimos três anos e o que investiremos nos próximos cinco anos, chegaremos a algo entre 30 milhões e 40 milhões de reais. É um valor elevado e que estamos buscando no mercado. Faz parte do jogo. A nossa meta é sermos líderes na audiência regional. Já somos em algumas regiões e em horários, dependendo do programa, até com folga.