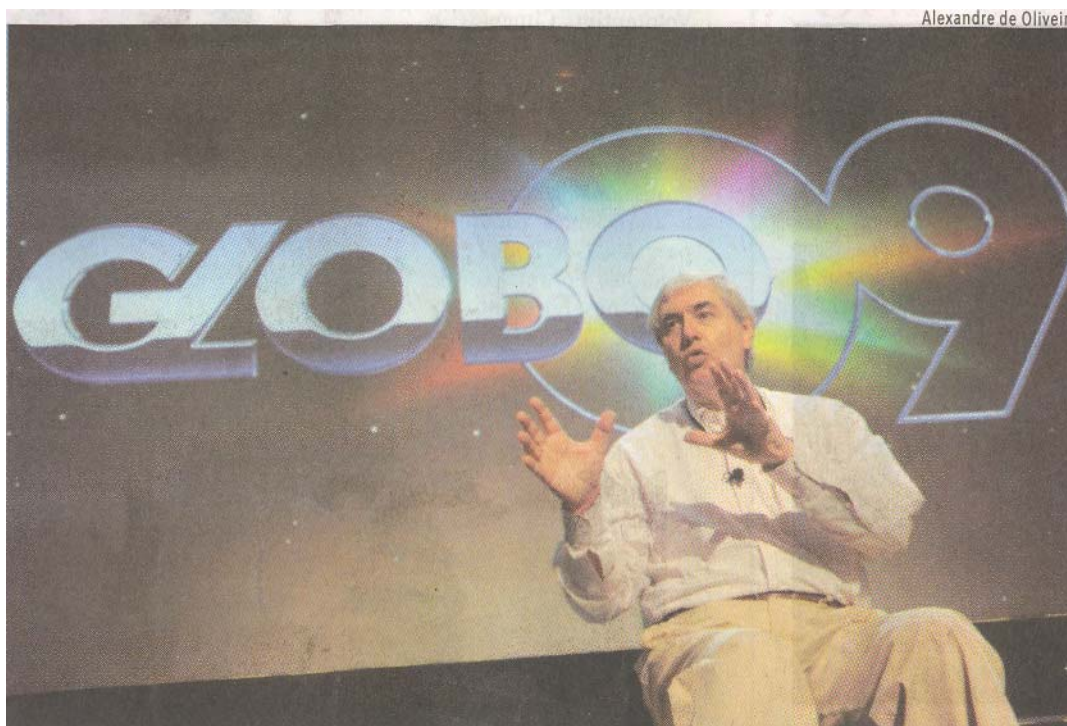


## Globo além da TV aberta

Paulo Macedo



A transmissão para novas plataformas de mídia, que se tornou possível com o advento da televisão digital, está na pauta da Rede Globo que iniciou na semana passada testes para levar seu conteúdo para telas em ônibus, metrô, trens, táxis e telefones celulares.

O diretor geral da emissora, o executivo Octávio Florisbal, explicou que a exposição do conteúdo e da forma ainda dependem de estudos definitivos. A emissora está mantendo negociações com as empresas que exploram mídias com mobilidade e portabilidade para definir modelo de negócios cuja base de remuneração será a publicidade. Nos telefones celulares, basta o consumidor ter aparelho com acesso ao sinal de TV para ter a programação à disposição. Nas telas em ônibus, por exemplo, ainda se discute o tempo da programação, mas elas têm capacidade para exibir a programação completa, como destacou o engenheiro Fernando Bittencourt, diretor da área de tecnologia da Rede Globo.

"Vamos ampliar a audiência com essas novas plataformas podendo transmitir a nossa programação que já chega a 55 milhões de lares em todo o País. Existem alguns desafios, como a qualidade do som, mas os estudos estão bem avançados. Temos que entender que o Brasil tem atualmente 12 milhões de lares com acesso à internet com banda larga e 150 milhões de celulares. A portabilidade e a mobilidade exigem que as TVs estejam com seus conteúdos disponíveis nesses meios", disse Florisbal, que afirmou que a Rede Globo teve crescimento de 13% no exercício de 2008 e que espera que as receitas tenham elevação de 8% neste ano com a inflação embutida. Florisbal disse ainda que o barateamento dos celulares com acesso à TV vai ser divisor de águas na estratégia. "Para o Dia das Mães há fabricantes prometendo o equipamento por R\$ 390,00. E a tendência é de baixar ainda mais o valor do produto", acrescentou.

Florisbal comentou o balanço da Globo Comunicações e Participações, holding que controla a Rede Globo de Televisão, no qual a emissora exibe receitas de R\$ 7,6 bilhões com publicidade. "Foi um ano muito bom. Neste ano queremos ter desempenho semelhante, mas já sabemos que as despesas serão maiores. Por isso estamos estimulando maior qualidade nos orçamentos para não comprometer o resultado. O primeiro trimestre deste ano, contrariando uma série de previsões negativas, foi excelente. O segundo trimestre deverá ser mais moderado e o segundo semestre vai dar o equilíbrio final", ressaltou o diretor geral da Rede Globo durante a apresentação da programação de 2009 que terá início na próxima

segunda-feira com a novela "Caras & Bocas" e retorno de programas como "Casseta & Planeta" e "Toma lá, da cá".

Audiência é ponto nevrálgico na estratégia das emissoras de televisão. A Rede Globo quer recuperar a média de 22% do share obtido entre 1997 e 2007 nos mercados que integram o PNT (Painel Nacional de Televisão) composto por 14 mercados auditados com o aparelho people meeter do Ibope/Nielsen e que a partir do segundo semestre passará a contar com a cidade Goiânia. O pico de audiência desde que o PNT foi implantado na década de 90 foi no ano de 2006, com média de 24%. No ano passado a Rede Globo teve 19% do share de audiência.

"Este ano queremos chegar a 21%, mas o sonho é repetir 2006. Estamos atentos à concorrência e a melhor arma é fazer uma grade de programação com maior qualidade ainda. Essa diminuição, porém, não teve interferência na performance comercial. As agências fazem seus planos de mídia com base nas audiências por target", justificou Florisbal.

A saudabilidade financeira é destacada por Florisbal. Ele lembra que no início do ano 2000 a empresa chegou a cancelar seus pagamentos para promover reestruturação. Os débitos, segundo ele, foram provocados pelos investimentos na implantação da rede a cabo. "Devíamos US\$ 2,6 bilhões, mas já pagamos US\$ 2 bilhões. O restante pode ser pago até o ano de 2022. Temos US\$ 2 bilhões em caixa e poderíamos quitar, mas como temos a alternativa de pagar US\$ 5 milhões a cada mês, optamos pelo escalonamento", ponderou Florisbal, que vai manter os investimentos de US\$ 100 milhões por ano como prevê o plano trienal. A Rede Globo vai construir até 2011 um novo prédio no Rio de Janeiro, outro em Brasília e também em São Paulo.

**Fonte: Propmark, São Paulo, 13 abr. 2009, p. 9.**