



---

“Além da ampliação da tevê digital, haverá este ano um aumento significativo da experiência da população em assistir tevê fora de casa, seja através de aparelhos portáteis ou em dispositivos móveis, como ônibus, metrô, aviões etc.”

---

Anco Marcio Saraiva

# A crise faz parte do passado

POR PEDRO YVES  
FOTO ALÊ OLIVEIRA

Anco Marcio Saraiva, diretor da Central Globo de Marketing, garante que a crise econômica que atingiu o mundo em 2009 e se refletiu duramente no mercado publicitário mundial afetou pouco a Rede Globo. Para este ano, ele sustenta nesta entrevista que a espetacular recuperação do mercado brasileiro nos últimos meses deverá continuar, e que a tevê aberta será, de longe, a maior beneficiada na divisão do bolo publicitário, ficando com 60% do total dos investimentos publicitários.

## **A crise de 2009 afetou o faturamento da Rede Globo?**

A crise internacional refletiu-se no Brasil, obviamente, mas não com a mesma intensidade e duração que na maior parte do mundo. Enquanto se projeta uma queda nos investimentos mundiais de publicidade em até 10%, o mercado brasileiro, a despeito da influência externa negativa que afetou o 1º semestre, irá apresentar crescimento, graças à espetacular recuperação registrada nos últimos meses do ano. Podemos dizer que 2009 foi um bom ano para a tevê aberta, que chegará a 60% de participação de mercado, impulsionada pelos resultados positivos da Rede Globo.

## **Quantos comerciais a Globo exibiu em 2009?**

A Rede Globo exibe uma média de 17 milhões de comerciais por ano nos intervalos de suas emissoras e afiliadas.

## **Quanto tempo representou em minutos?**

Os intervalos comerciais na Globo variam de acordo com o gênero de programa em que são inseridos. Em média, têm uma duração entre 180 e 240 segundos, exceto nos telejornais, onde o limite é 120 segundos.

## **Qual o share da Globo nas tevês abertas?**

A Rede Globo manteve sua participação de mercado no meio tevê, em torno de 75% do share total.

## **Quais são as perspectivas para este ano?**

As perspectivas para 2010 são muito positivas. As estimativas de crescimento do PIB, sempre acima de 5%, e a postura otimista de vários setores da economia importantes para a publicidade, principalmente aqueles voltados para o mercado interno, indicam que o mercado publicitário poderá crescer a taxas superiores a 10%.

## **Este ano teremos a Copa do Mundo, que é um grande evento não só de audiência, mas também para a área comercial das emissoras. Além do futebol, que outros eventos estão planejados para este ano?**

A Globo estará oferecendo não só a Copa do Mundo, que movimentará o mercado publicitário no 1º semestre, mas muitas novidades e oportunidades na programação ao longo do ano, que certamente ajudarão a impulsionar o investimento publicitário em 2010.

## **Alguma inovação tecnológica será introduzida este ano na tevê?**

Na área de tecnologia contamos com a continuidade nos investimentos para desenvolvimento da tevê digital. Entendemos que além da ampliação das áreas de cobertura da tevê aberta digital haverá este ano um aumento significativo da experiência da população em assistir televisão fora de casa, seja através de aparelhos portáteis, seja em dispositivos móveis, como ônibus, metrô, aviões etc. Por outro lado, a indústria eletrônica projeta para 2010 um grande crescimento nas vendas de televisores de última geração, ampliando ainda mais a penetração da tevê aberta digital.