

ANO DE REMODELAÇÕES NO SECTOR TELEVISIVO DOS EUA

IN CORREIO DA AESE

A queda da publicidade e a forte concorrência da televisão por cabo prognosticam um futuro complicado para as emissoras locais de televisão. Esta tendência é especialmente evidente nos Estados Unidos, onde as emissoras locais têm dominado o negócio televisivo durante o último meio século, por serem proprietárias das licenças que permitem emitir. Os seus serviços foram fundamentais para muitas grandes cadeias como a ABC, a CBS ou a NBC, que precisavam de contratar autênticas redes de emissoras de curto alcance para chegar a toda a sua audiência. Mas com a expansão da televisão por cabo e da televisão digital, o panorama alterou-se por completo.

Segundo um relatório da Bernstein Research dado a conhecer recentemente pelo The Wall Street Journal, a queda das receitas publicitárias das emissoras vai oscilar entre os 20% e os 30%, em 2009. Embora seja um golpe significativo nas suas contas, ainda assim vão continuar a ter lucros, pois concentram uma grande quota publicitária dos anunciantes locais e regionais, como vendedores de automóveis ou retalhistas. Só em 2008, estes sectores tiveram receitas nas cadeias locais de cerca de 20 000 milhões de dólares. Outra fonte de receitas importante para estas cadeias são os anúncios da Liga do Futebol Americano (NFL) e a sua final, o Super Bowl, que por regulamento não se podem emitir através de cabo.

A conjuntura económica, a que se pode acrescentar uma perda progressiva de audiência, faz prever que todo o panorama da transmissão televisiva vá sofrer uma grande evolução nos próximos anos, que afectará naturalmente da mesma forma as grandes cadeias norte-americanas. De facto, já estão a apostar a emissão dos seus grandes shows através do cabo, onde podem beneficiar de amplas verbas em momentos de intervalos publicitários.

Em Dezembro, o director executivo da CBS, Leslie Moonves, já tinha anunciado aos seus investidores que transferir a sua rede para o cabo seria «uma proposta muito interessante». Dois dias depois, o seu homólogo da NBC salientou que o modelo actual de emissão televisiva devia transformar-se ou, caso contrário, ia acabar por sofrer a mesma crise a que têm estado sujeitos os jornais ou os fabricantes de automóveis.

A remodelação do sector televisivo está a afectar directamente os conteúdos das redes locais, que, até agora, além dos shows de grande audiência das cadeias nacionais, emitiam notícias locais, reposições de séries e magazines. Enquanto algumas optaram por ampliar a cobertura de informação local, outras estão a tentar captar negócios adicionais, como o envio dos seus sinais para telemóveis ou a produção de conteúdos e anúncios para os circuitos de televisão de supermercados e táxis.