

Considerações sobre a Rede Globo dos anos 2002 e 2003 através do contexto de produção da minissérie “A Casa das Sete Mulheres”

Cassiano Ferreira Simões¹

RESUMO

O presente texto busca refletir a Rede Globo de Televisão dos anos 2002 e 2003, através do contexto de produção da minissérie A Casa das Sete Mulheres. O período foi marcado por uma grave crise financeira na organização e o fim de uma fase expansionista, ao tempo em que a minissérie foi concebida e realizada em prazo reduzido. O período é emblemático e a troca de temas pode elucidar um pouco as estratégias políticas de então: afinal, foi um momento em que uma emissora grande e organizada se aventurou em uma mudança de curso de última hora, com uma história de uma escritora ainda desconhecida. De forma complementar, o fato pode estar implicado com a necessidade de realização de um produto relacionado ao Estado do Rio Grande do Sul. A hipótese presente é de que a opção pelo conteúdo gaúcho pode ter sido determinante para a mudança de planos.

Palavras-chave: Rede Globo – Televisão – Crise financeira – Rio Grande do Sul

ABSTRACT

This text seeks to reflect Globo Television Network about the years 2002 and 2003, through the context of production of the TV series A Casa das Sete Mulheres (The House of Seven Women). The Period was marked by a severe financial crisis in the organization and the end of an expansionary moment, by the time the TV series was conceived and carried out in reduced time. The period is symbolized and the issues exchange can elucidate political strategies: after all, it was a moment that a huge and organized station ventured into an abruptly change, with a story of a unknown writer. So complete, the fact may be involved with the need to hold to a product related to the state of Rio Grande do Sul. The hypothesis is that the option by the gaúcho content may have been decisive for the change of plans.

Key-words: Rede Globo – Television – Financial crisis – Rio Grande do Sul

RESUMEN

Este texto trata de reflejar la Red Globo de Televisión de los años 2002 y 2003, por medio del contexto de producción de la miniserie A Casa das Sete Mulheres (La Casa de las Siete Mujeres). El período se caracterizó por una grave crisis financiera en la organización y el final de un período de expansión, momento en que la miniserie fue concebida y llevada a cabo en corto plazo. El período es emblemático y el intercambio de los temas puede aclarar un poco las estrategias políticas de la época: después de todo, fue un momento en que una estación grande y organizada se aventuró en un cambio de rumbo a última hora, con una historia de una escritora aún desconocida. Complementar mente, el hecho puede estar involucrado con la necesidad de elaborar un producto relacionado con el estado de Rio Grande do Sul. La hipótesis es que esta opción por contenido *gaúcho* puede haber sido decisiva para el cambio de planes.

Palabras-clave: Rede Globo – Televisión – Crisis financiera – Rio Grande do Sul

¹ Publicitário, radialista e mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Professor de Administração e Comunicação da Fundação Universidade do Tocantins e Centro Universitário Luterano de Palmas (ULBRA).

INTRODUÇÃO

Qualquer produto televisivo cumpre sempre um determinado papel em uma grade de programação. A uma primeira análise, este papel se restringe à conquista de audiência. Entretanto, a história de cada produção traz a luz seus fatos motivadores e revelações que complementam os motivos inicialmente observáveis. Algumas vezes, essas finalidades – eventualmente denominadas “secundárias” – são tão ou mais importantes do que as finalidades principais.

No caso da minissérie A Casa Das Sete Mulheres, advém a constatação de que foi produzida em tempo recorde: lançado o livro em abril de 2002 pela praticamente desconhecida escritora gaúcha Letícia Wierzchowski, foi identificado pela autora global Maria Adelaide Amaral casualmente (segundo a própria) em junho e produzida ainda em 2002, para ser levada ao ar em janeiro de 2003.

Por que motivo uma emissora organizada se aventura em uma mudança de curso de última hora, com uma história de uma escritora ainda desconhecida? De forma completar, estaria o fato implicado com a necessidade de realização de um produto que se passasse especificamente no Estado do Rio Grande do Sul? Segundo a autora, em entrevista concedida à produção do DVD lançado em 2004:

Acho que o mais engraçado dessa história das ‘Sete Mulheres’ é que na verdade eu sugeri o livro antes de ter lido. Marluce (Dias da Silva, então diretora geral da TV Globo) me ligou e falou “o Jaiminho (Jaime Monjardim, diretor) tá querendo dirigir uma minissérie assim, assim”; eu falei: “ah (gaguejando um pouco), porque não A Casa das Sete Mulheres?”. Porque na verdade eu estava com o telefone sem fio olhando para a estante e vi o livro. Esse livro me tinha sido dado em abril, ou seja, dois meses antes, no Rio de Janeiro, com a seguinte recomendação da editora: “este livro daria uma ótima minissérie”. Evidentemente, eu recebo pelo menos uns cinco livros por mês com essa recomendação. Mas... casualmente, porque foi absolutamente casual. Eu estava com o telefone sem fio... eu olhei e falei assim: “por que é que a gente não faz A Casa das Sete Mulheres?” Aí ele(a) falou: “gostei do título. Sobre o que é?” Aí eu peguei o livro e fui ver na orelha e na contra-capa sobre o que se tratava. Eu falei “olha, é interessante... são as mulheres de Bento Gonçalves e tal”. Quer dizer, no início, na base do ‘chutômetro’... total, né. Ele(a) falou: “ah, gostei. Faz uma sinopse”. Ele(a) falou: “o Walter Negrão há dois anos está pesquisando sobre o Rio Grande do Sul”. Eu falei: “por que é que ele não se incorpora a mim?” (...) Aí eu liguei imediatamente para o Walter Negrão e falei: “Negrão, você corre pra livraria mais próxima e compra A Casa das Sete Mulheres”. Ele falou “o que que é isso?”. Eu falei: “é a próxima minissérie.

Nós temos uma semana para fazer a sinopse. Você corre porque nós vamos trabalhar juntos” (rindo). E foi assim que aconteceu².

Os trabalhos de gravação tiveram início na segunda semana de outubro de 2002³. Isto significa que os trabalhos de pré-produção foram realizados em um intervalo de aproximadamente quatro meses. Prazo extremamente curto para os objetivos, uma vez que deveriam estar neste período incluídas atividades como a definição do estilo literário e da obra a ser adaptada, a necessária a leitura e o projeto de adaptação, a elaboração de uma sinopse (e sua aprovação) e o desenvolvimento do roteiro. Para a operacionalização seriam necessários ainda a definição do elenco e das locações e o treinamento dos atores nas diversas habilidades: montaria, lutas, lanças, espadas, facas, garruchas, técnicas de guerra etc., além de particularidades da cultura gaúcha, como os sotaques e o churrasco e chimarrão. Tudo, antes de serem iniciadas as gravações.

Grandes organizações industriais, como a Rede Globo de Televisão, operam de forma planejada, com um cronograma de produções muito organizado. Os chamados planos estratégicos são anuais e, em geral, atualizam outros planos bi-anuais ou quinquenais.

Um cronograma ideal precisaria de mais tempo. A Minissérie “Amazônia – De Galvez a Chico Mendes”, exibida de janeiro a abril de 2007, teve suas gravações iniciadas em setembro do ano anterior.

Segundo SILVA, em seu trabalho sobre gestão de cinema, o desenvolvimento de um roteiro para um longa-metragem (que é uma obra menor do que uma minissérie, mas com perfil de produção mais artesanal) leva, no Brasil, de 6 a 8 meses, afirmativa baseada em informações da produtora Conspiração Filmes, responsável pela produção de obras como “Casseta & Planeta: A Taça do Mundo é Nossa”, de Lula B. de Hollanda, “Redentor”, de Claudio Torres e “Dois Filhos de Francisco”, de Breno Silveira. Segundo o mesmo autor, o desenvolvimento de um filme, desde o projeto inicial, levaria de dois a três anos⁴, muito embora se saiba que fatores internos e externos à organização possam relativizar enormemente esse prazo, tanto para maior quanto para menor.

² Entrevista de Maria Adelaide Amaral concedida a Globo Vídeo por ocasião do lançamento do DVD “A Casa das Sete Mulheres”, em janeiro de 2004.

³ BRASIL, Roberta. **Os homens da casa**. Correio Brasiliense, 29/09/2002. Apud CorreioWeb, 29/09/2002. Disponível em <http://www2.correioweb.com.br/cw/EDICAO_20020929/sup_ctv_290902_108.htm>. Acessado em 17/11/2007. Ver também IstoÉ Gente & TV, edição de 16/11/2002. Disponível em <<http://www.terra.com.br/exclusivo/noticias/2002/10/16/024.htm>>. Acessado em 17/11/2007.

⁴ SILVA, Everton R da. **A sofisticação da gestão e o direcionamento estratégico no setor de cinema: um estudo exploratório no segmento produtor**. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Instituto COPPEAD de Administração, 2005. “o tempo médio para o desenvolvimento do roteiro, a partir de uma idéia original, é cerca de 18 a 24 meses e, para o segundo caso (adaptação), este prazo reduz para 6 a 8 meses”. pág. 172.

A uma primeira análise, o motivo para esta mudança de rumos poderia estar relacionado a uma mudança estrutural no comportamento da audiência. Segundo noticiado por um articulista da Folha de São Paulo, a Globo estaria então propensa a suspender a produção de minisséries, entre os anos de 2000 e 2001:

Apesar de a segunda edição de "No Limite" não ter sido o fenômeno de audiência que foi a primeira, a Globo planeja fazer uma terceira versão do programa, a ser exibida provavelmente em setembro ou outubro deste ano. (...) Já a produção de minisséries está suspensa pela emissora, após os relativos fracassos de audiência das últimas duas, "Aquarela do Brasil" e "Os Maias"⁵.

No entanto, entre 07 e 31 de agosto de 2001, foi ao ar a minissérie "Presença de Anita", produção com apenas 16 capítulos que teve boa receptividade de público e crítica. Em seguida, foi exibida em janeiro de 2002 a minissérie "O quinto dos infernos", uma das de maior sucesso de audiência de todos os tempos⁶. Estas duas peças teledramatúrgicas podem ser consideradas como o dispositivo de retorno das minisséries na grade da emissora. Trata-se, então, de uma transformação de rumos que precisa ser observada.

Tal deixa claro que a emissora já possuía em junho de 2002 um plano de programação para o início de 2003 que, de uma hora para outra, precisou ser modificado. Tratava-se da minissérie "O Capitão Mouro", sobre Zumbi de Palmares⁷. Por algum motivo que se pretende investigar, o projeto teve que ser substituído por outro, mais interessante política ou economicamente, devido a algum fato contextual (ou a alguns fatos contextuais) à Rede Globo dos anos 2002 e 2003.

O ano de 2002 foi visto por parte dos observadores como um ano expansionista para a TV Globo. Por outro lado, o ano de 2003 foi considerado um ano recessivo. A julgar por essa visão objetivista, a minissérie ACDSM poderia ter sido introduzida na grade de programas para o início do ano de 2003 por principalmente dois motivos diferentes. Estas hipóteses nos dizem que os motivos podem tanto ter sido relacionados à expansão dos domínios de mercado quanto ao seu posicionamento em relação aos parceiros (e eventuais concorrentes) brasileiros no Mercosul.

⁵ CASTRO, Daniel. Globo suspende séries, mas mantém "No Limite". Folha de S.Paulo. 27/03/2001 – Disponível em < <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u12093.shtml> >. Acessado em 25/06/2007.

⁶ Ainda em 2002, iria ao ar pela primeira vez e até o ano de 2005 a série "Cidade dos Homens" e os somente quatro capítulos de "Pastores da noite", produções de teledramaturgia pouco caracterizadas como 'minissérie'.

⁷ CASTRO, Daniel. "Globo faz 'concorrência' para minissérie". Folha de S. Paulo, 17/06/02. Apud Observatório da Imprensa, s/d. Disponível em < <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/asp2606200296.htm> >. Acessado em 04/10/2007.

FUNÇÃO ECONÔMICA DE EXPANSÃO DE MERCADO

A produção de ACDSM pode ter cumprido uma função econômica expansionista, de tentativa de ampliação do poder de atuação da Rede Globo, uma das maiores produtoras de produtos audiovisuais em língua latina do mundo, no mercado televisivo latino-americano. Sua capacidade de penetração em mercados internacionais tem sido irregular, com fases de maior fluxo exportador, como aconteceu durante os anos iniciais do Século XXI, quando chegou a exportar novelas para os Estados Unidos da América e países centrais europeus.

Sobre este assunto, STRAUBHAAR analisou a transformação da Globo de consumidora de produtos audiovisuais estrangeiros em produtora para exportação, além de apontá-la como a maior emissora de produtos audiovisuais em língua portuguesa do mundo, com potencial para se transformar em uma emissora regional segmentada por idioma (2002)⁸.

Notícia do jornal A Folha de São Paulo de abril de 2003, intitulada “Globo negocia fazer novela com TV do Chile”, informa negociação em curso para produções conjuntas entre Rede Globo e TV Universidade Católica, onde já havia trabalhado Herval Rossano durante parte da década de 1980 e que voltou à Rede Globo nos anos 2000⁹.

Os anos finais da década de 1990 foram de expansão internacional dos grandes conglomerados de telecomunicações e de Mídia. Apoiada em seus projetos de TV a cabo, telefonia celular e internet, a Rede Globo também se expandiu. Depois da tentativa frustrada da Tele Montecarlo na década de 80, a febre de privatização e re-regulamentação da década seguinte proporcionou novas oportunidades de internacionalização ao conglomerado, com a sociedade com a TV SIC, canal aberto português (de 1991 a 2003), uma nova tentativa pouco duradoura de penetrar no mercado norteamericano (em parceria com a emissora hispânica Telemundo nos anos 2000) e a criação em 1999 da Globo Internacional, canal pago que distribui por satélite ou cabo os programas da Globo por grande parte do mundo¹⁰ (BRITTOS : 2005, Pág. 131).

São anos que trouxeram notícias do sucesso de programas da Rede Globo junto aos assinantes de TV a cabo na Argentina, mais especificamente o programa da apresentadora infantil Xuxa. O aparente sucesso não se manteve, mas a Globo nunca se distanciou demais da expectativa de se tornar hegemônica na América do Sul, grande mercado de teledramaturgia,

⁸ STRAUBHAAR, Joseph. **Refocusing from global to regional homogenization of television: production and programming in the latino U.S. market, Mexico and Venezuela.** Paper submitted to ALAIC : Santa Cruz de la Sierra, Bolívia, 2002.

⁹ CASTRO, Daniel. **Globo negocia fazer novela com TV do Chile.** In Folha de São Paulo de 23/04/2003. Disponível em < <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u32319.shtml> >. Acessado em 25/06/2007.

¹⁰ BRITTOS, Valério C. **Globo, Transnacionalização e Capitalismo.** In BRITTOS, Valério C., BOLAÑO, César R. S. **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia.** São Paulo : Paulus, 2005.

praticamente dominado pelas produções mexicanas. Ainda na década de 1990, “o Chile incrementava a compra de know-how brasileiro com textos de nossos novelistas e buscava na produção brasileira da Globo o modelo para suas novelas”¹¹. Alguns relatos dão conta dessa aproximação, como o caso da telenovela O Clone (entre os anos de 2001 e 2002), exibida no Chile, no Equador e em Portugal, quase simultaneamente à exibição brasileira. Aliás, os anos de 2002 e 2003 foram anos de grande penetração dos teledramas brasileiros no exterior. Assim foi relatado pelos articulistas do Estado de São Paulo:

A Globo, que começou tímida nesse negócio - exportando de uma a três novelas por ano -, hoje vende seus produtos para 130 países - cerca de 100 deles exibem atualmente um título da emissora. A Europa/Oriente Médio são nossos melhores clientes, representando, na distribuição geográfica de vendas em 2002, 74,2% do negócio, na frente da América Latina, com 13,5%, América do Norte, com 9,5 % e Ásia, com 2,4%.

‘O poder de nossa telenovela é tanto, que, como no Brasil, acaba lançando modas, músicas, costumes no exterior’, fala Geraldo Casé. ‘O Clone, por exemplo, deixou rastros por onde passou. Em Portugal, maquiadores aprenderam a fazer a maquiagem da Jade (Giovanna Antonelli) de tanto que as clientes pediam. Nos EUA, as lojas de bijuteria passaram a vender as réplicas das usadas por Jade, para atender a clientela’, conta. ‘Sem contar o turismo, que é incentivado a cada vez que uma novela brasileira retrata lá fora a beleza de nossas paisagens. A procura dos russos por pacotes de viagem para o Brasil, depois que nossas novelas chegaram lá, cresceu muito.’

A influência é tanta, conta Casé, que nossos atores acabam virando galãs internacionais. ‘Fagundes não pode andar tranqüilo pelas ruas do Chile. A mulherada pula no pescoço dele mais do que aqui’, continua, rindo. ‘A Giovanna (Antonelli) foi muito reconhecida pelo público nos Estados Unidos na época de O Clone e Lucélia Santos, até hoje, é personalidade na China, por causa de Escrava Isaura.’¹²

Da mesma forma, assim foi relatado o sucesso de “O Clone” na Argentina:

A novela ‘O Clone’ está fazendo tanto sucesso na Argentina, uma raridade para produções brasileiras, que irá mudar de horário de exibição. A partir de segunda, a trama, um dos dez programas mais vistos no país, deixa a faixa das 15h e passa para a das 19h¹³.

Em termos de política de Estado, é importante contextualizar que uma das mais importantes realizações do Mercosul, a zona aduaneira denominada Tarifa Externa Comum,

¹¹ ALENCAR, Mauro. A Telenovela como Paradigma Ficcional da América Latina (trabalho apresentado ao XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação). S/d. Disponível em <<http://sec.adaltech.com.br/intercom/2005/resumos/R0543-1.pdf>> Acessado em 05/10/2007.

¹² JIMENEZ, Keila. "O Brasil que o mundo conhece pela TV". O Estado de S. Paulo, 25/05/03. Apud Observatório da Imprensa, 27/05/2003. Disponível em <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/asp27052003991.htm>>. Acessado em 04/10/2004.

¹³ BUCCI, Eugênio. "A miséria do espetáculo". Folha de S. Paulo, 29/11/02, apud Observatório da Imprensa, s/d. Disponível em <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/asp0412200298.htm>>. Acessado em 04/10/2004.

entrou em vigor junto com a posse do presidente Fernando Henrique Cardoso em seu primeiro mandato, em primeiro de janeiro de 1995. Por ela, os países signatários do bloco regional poderiam cobrar as mesmas quotas nas importações uns dos outros, promovendo circulação de riqueza e de mercadorias, em uma política economicamente vantajosa para os seus integrantes.

Não sendo considerado uma prioridade para aquele governo, o Mercosul sofreu um intenso esvaziamento ao longo dos anos, se agravando em 2002, motivado pela crise cambial Argentina. Porém, com a eleição do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, no segundo semestre de 2002, era previsto que o projeto voltasse a receber atenção. Tendo sido eleito pelo principal partido de oposição, o Mercosul era um dos pontos da plataforma de governo do Partido dos Trabalhadores (PT), em contraposição às preferências liberais do seu antecessor.

Ao que parece, o período em questão passa a mostrar o que seria uma nova postura do Estado brasileiro em relação aos países vizinhos, inspirando a Globo¹⁴ a um novo olhar nessa direção. O momento parecia propício, tanto pelas políticas de Estado quanto pelos rumos que vinham tomando os processos político-econômicos em escala global, em que a tecnologia fez aproximar a emissora brasileira dos irmãos latinoamericanos.

FUNÇÃO POLÍTICA DE POSICIONAMENTO

ACDSM foi produzida em 2002 e exibida em 2003. Estes foram anos problemáticos para a Rede Globo. É quando ela percebe que os altos investimentos feitos nos últimos dez anos foram na maior parte equivocados: ¹⁵ na telefonia celular, malogrou com investimentos na NEC (Nippon Electric Company), indústria japonesa de tecnologia de telefonia celular e telecomunicações. Equivocou-se nos enormes investimentos destinados à Globocabo, ante a percepção de que haveria uma definitiva migração da audiência da TV aberta para a TV paga, projeto que tratou de esvaziar a partir do momento que percebeu ser despropositado. Na internet, o portal globo.com teve muitas mudanças de rumo desde o seu lançamento, gerando prejuízos e um rompimento de parceria com a Telecom Itália. Dos importantes investimentos

¹⁴ Alguns autores acreditam, entretanto, que teriam sido raras e tímidas estas investidas da Rede Globo, por faltar a convicção de que seria capaz de conquistar os corações hispânicos, modelados culturalmente a outra gramática de dramaturgia. Para REBOUÇAS (2005), “se o principal grupo de mídia regional mantiver a opção de não ocupar espaços geográficos além das fronteiras do país, em breve terá vizinhos tão fortalecidos por parcerias com corporações transnacionais que perderá até mesmo a hegemonia nacional adquirida ao longo dos últimos 40 anos”.

¹⁵ “Desde o dia 28 de outubro de 2002 a Globo entrou em processo de default, ou seja, não paga suas dívidas e tenta renegociar novos prazos, condições e garantias. (...) No dia 11 de dezembro de 2003, três fundos de investimentos ligados ao mesmo grupo gestor (Huff) pediram, nos Estados Unidos, a falência da GloboPar”. Fonte: Boletim Prometeus - Instituto de Estudos e Projetos em Comunicação e Cultura. Documento datado de 09/03/2004. Disponível em < <http://aptc.org.br/biblioteca/bol-pro10.htm> >. Acessado em 08/11/2007.

da década, o mais acertado pareceu ser o Projeto Jacarepaguá, mais conhecido como PROJAC, uma grande estrutura própria de produção de audiovisual.

Todas essas investidas só colaboraram para um enorme endividamento em moeda estrangeira, que tornou a Globo momentaneamente inviável entre os anos de 2002 e 2003.

Sobre os temas que dão origem a esta dívida, merecem destaque a questão da TV a cabo e o caso da NEC que, juntos, representam expressiva parte do endividamento da época¹⁶. O caso da NEC, de uma forma indireta, acabou por desfechar uma crise institucional envolvendo a Rede Brasil Sul, afiliada da Globo nos estados da Região Sul do País, objeto de coincidência com o tema proposto e que se pretende analisar. A NEC foi uma grande aposta da Globo no promissor setor de telecomunicações que, comprada em 1986, depois de muita polêmica e de uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI), foi vendida em 1999 de volta à matriz japonesa.

ACDSM pode ter sido programada com a finalidade de resolver problemas relacionados ao momento de fragilidade financeira que se acumulava e para o qual a Globo começaria a despertar. E nesse sentido parece razoável imaginar uma configuração política que envolvesse a sua operadora de telefonia celular, a NEC, e a Rede Brasil Sul, a RBS, grande rede regional de televisão (a maior do Brasil), de grande influência na região Sul do país. Os motivos serão expostos a seguir.

Se a Globo definiu mal os seus caminhos em direção às novas tecnologias, não se pode dizer o mesmo da RBS, que não fracassou no seu projeto de TV a cabo (que só não foi melhor porque a Globocabo fracassou no seu, do qual era subsidiária) e nem no seu projeto de internet, que foi obrigada a vender por fidelidade à própria Globo. De seu projeto inicial, o ZAZ, nasceu o portal Terra, hoje considerado um dos mais importantes do Brasil. Enquanto a crise financeira se estabelecia de forma cruel no Rio de Janeiro, em Porto Alegre, tudo caminhava bem. Naquele momento, diversos projetos do grupo estavam sendo alavancados:

Em 1996 o Canal Rural é criado, com conteúdo dirigido ao setor agrícola. Também neste ano foi feita uma associação com a Nutecnet para o desenvolvimento do primeiro portal de Internet brasileiro, o ZAZ (atual portal Terra, pertencente à Telefônica, da Espanha). Em 2000, há um grande crescimento nos segmentos de atuação do Grupo RBS, com o lançamento do jornal popular em formato de tablóide Diário Gaúcho, circulando

¹⁶ Segundo notícias da época, “a principal dívida é da própria holding Globopar, cuja valor é de aproximadamente 1,3 bilhão de dólares. Seguem-se a ela a Globo Cabo S/A, com 650 milhões de dólares, a NEC do Brasil com 645 milhões de dólares, a Net Sat S/A com dívida de 513 milhões de dólares e a Globo Cabo Holding, com 127 milhões de dólares”. Fonte: CURY, Wady, repórter investigativo apud TOGNOLLI, Claudio Julio, Pensamento Comunicacional Latino Americano - Volume 4 - número 2: janeiro / fevereiro/ março 2003. Disponível em < <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA> > Acessado em 08/11/2007.

inicialmente na região metropolitana de Porto Alegre, hoje em dia em todo o estado do Rio Grande do Sul. A RBS Interativa é lançada com dois serviços: a RBS Direct (hoje em dia Direkt) de marketing direto e o clicRBS, portal de Internet. A TVCOM é inaugurada em Florianópolis e Joinville. A NET Sul associa-se com a Globocabo e a RBS torna-se sócia da plataforma nacional de televisão por assinatura. A RBS Publicações é inaugurada, sendo responsável pelo lançamento de livros e colecionáveis. Em 2001 é criada a viaLOG, uma empresa de logística que atua na região Sul do Brasil. A gravadora Orbeat Music é lançada, voltada para a cena musical da região Sul. Em 2002, o Diário de Santa Maria é lançado, sendo o sexto jornal do Grupo RBS e o quarto no Rio Grande do Sul¹⁷.

Na eminência da privatização, tanto os grupos de comunicação brasileiros quanto os estrangeiros firmaram acordos estratégicos para participar dos leilões e adquirirem partes do mercado de telefonia. A emissora do sul associou-se principalmente à Telefónica, operadora espanhola, enquanto a carioca, de posse da NEC, associou-se ao Banco Bradesco e à Telecom Itália.

Afirmava-se à época, fato registrado por observadores como SANTOS e CAPPARELLI¹⁸, ter a Globo um acordo de não agressão com o grupo RBS que impedia os gaúchos de entrarem no mercado do sudeste do país. Como contrapartida, haveria o respeito à primazia da RBS na Região Sul (o que não deve incluir o Mercosul, uma vez serem a Globo e a RBS emissoras de naturezas diferentes - a Globo, nacional e transnacional e a RBS, regional). No ano de 1999, a privatização dos sistemas brasileiros de telefonia - divisões da Telebrás¹⁹ - acabou gerando um grande mal-estar nos parceiros, devido a uma inadvertida traição da RBS ao acordo assumido. Segundo relatos, a holding Tele Brasil Sul, da Telesp, foi adquirida pelo grupo Telefónica por R\$ 5,78 bilhões, contra os R\$ 3,965 bilhões oferecidos pelo consórcio formado pela Globopar, o Banco Bradesco e a Telecom Itália, sendo que a oferta da Telefónica teria sido apresentada sem o conhecimento da RBS. Depois do mal-estar gerado pela confusão, a RBS se desvencilhou da empresa espanhola e a Rede Globo vendeu a NEC de volta para a matriz japonesa.

CONCLUSÕES

¹⁷ Fonte: Wikipédia, a enciclopédia livre. Verbete RBS. Disponível em <<http://pt.wikipedia.org/wiki/RBS>>. Acessado em 25/06/2007.

¹⁸ SANTOS, Suzy e CAPPARELLI, Sérgio. Disponível em <<http://www.angelfire.com/linux/kurtdennis/rbs.htm>>. Acessado em 25/06/2007.

¹⁹ Para atuação no setor de telecomunicações, a RBS se concentraria na região sul e a Globo no centro do país. Nos limites desse acordo, na divisão do Sistema Telebrás em três empresas de telefonia fixa, uma de longa distância e oito de telefonia celular, interessava à RBS, a aquisição da Tele Centro Sul e à Globo, a Telesp, a Telesp Celular ou a Tele Sudeste Celular, dos Estados de Rio de Janeiro e Espírito Santo.

Os anos de 2002 e 2003 foram anos de grandes transformações na Rede Globo, em que a reorganização da sua dívida, contraída com credores externos, foi o tema central. Para viabilizar a sua continuidade, muitas mudanças foram realizadas. No cenário econômico, a tônica foi a renegociação da dívida. Mas, simultaneamente, o modelo de negócios traçado em cima da TV paga deveria ser revisado para viabilizar o pagamento das dívidas renegociadas. Ou seja, a emissora deveria ser reestruturada para se tornar viável a partir de então.

No nível operacional, o centro das ações ficou por conta do abandono da TV paga nas mãos das classes AB, abdicando de sua popularização. Tendo novamente a TV aberta como seu maior negócio, a retomada da Rede Globo se dá em diversas frentes. A partir da assunção de que a TV aberta ainda seria o melhor negócio da Globo por muitos anos, a casa seria rearrumada. Em um contexto como este, mudanças de última hora, como se viu com a produção de *A Casa das Sete Mulheres*, podem ser consideradas normais.

No entanto, a escolha de um produto teledramatúrgico de autor ainda desconhecido pode realmente sugerir que houvesse, à época, uma necessidade de aproximação com o tema escolhido. A aproximação da Rede Globo com a América Latina e com o Estado do Rio Grande do Sul, como demonstram os fatos, pode efetivamente ter ocorrido por uma necessidade estratégica, como as sugeridas acima. Desta forma, as mudanças na estrutura dos negócios e no dia-a-dia da produção podem ter favorecido as mudanças de planos, levando as atenções para aquele que poderia ser o lado político e economicamente mais vantajoso. No caso, o lado do povo gaúcho, dos pampas e da latinidade sul-americana, em geral.

REFERÊNCIAS

ALENCAR, Mauro. **A Telenovela como Paradigma Ficcional da América Latina** (trabalho apresentado ao XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação). S/d. Disponível em < <http://sec.adaltech.com.br/intercom/2005/resumos/R0543-1.pdf> > Acessado em 05/10/2007.

AMARAL, Maria Adelaide. **A Casa das Sete Mulheres** (DVD) - Entrevista. Rio de Janeiro : Globo Vídeo, 2004.

BRITTOS, Valério C. **Globo: Transnacionalização e Capitalismo**. In BRITTOS, Valério C., BOLAÑO, César R. S. *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. São Paulo : Paulus, 2005.

CORREIO BRASILIENSE, 29/09/2002. **Os homens da casa**. Apud CorreioWeb, 29/09/2002. Disponível em < http://www2.correioweb.com.br/cw/EDICAO_20020929/sup_ctv_290902_108.htm >. Acessado em 17/11/2007.

CURY, Wady. **Repórter investigativo**. Apud TOGNOLLI, Claudio Julio. Pensamento Comunicacional Latino Americano - Volume 4 - número 2: janeiro / fevereiro/ março 2003. Disponível em < <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA> > Acessado em 08/11/2007.

FOLHA DE S. PAULO (online). 17/06/02. **Globo faz 'concorrência' para minissérie**. Apud Observatório da Imprensa, s/d. Disponível em < <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/asp2606200296.htm> >. Acessado em 04/10/2007.

-----, 29/11/02. **A miséria do espetáculo**. Apud Observatório da Imprensa, s/d. Disponível em < <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/asp0412200298.htm> >. Acessado em 04/10/2004.

-----, 27/03/2001. **Globo suspende séries, mas mantém "No Limite"**. Disponível em < <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u12093.shtml> >. Acessado em 25/06/2007.

-----, 23/04/2003. **Globo negocia fazer novela com TV do Chile**. Disponível em < <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u32319.shtml> >. Acessado em 25/06/2007.

GLOBO (online), 07/05/2007. TV Globo cancela minissérie 'Nassau', de Maria Adelaide Amaral. Disponível em < <http://oglobo.globo.com/cultura/revistadatv/mat/2007/05/07/295650817.asp> >. Acessado em 17/11/2007.

ISTO É GENTE & TV (online), edição de 16/11/2002. Disponível em < <http://www.terra.com.br/exclusivo/noticias/2002/10/16/024.htm> >. Acessado em 17/11/2007.

O ESTADO DE S. PAULO (online), 25/05/03. **O Brasil que o mundo conhece pela TV**. Apud Observatório da Imprensa, 27/05/2003. Disponível em < <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/asp27052003991.htm> >. Acessado em 04/10/2004.

PROMETHEUS - Boletim do Instituto de Estudos e Projetos em Comunicação e Cultura. Documento datado de 09/03/2004. Disponível em < <http://aptc.org.br/biblioteca/bol-pro10.htm> >. Acessado em 08/11/2007.

REBOUÇAS, Edgard. **América Latina: um território pouco explorado e ameaçador para a TV Globo**. In BRITTOS, Valério C., BOLAÑO, César R. S. Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia. São Paulo : Paulus, 2005.

SANTOS, Suzy e CAPPARELLI, Sérgio. Disponível em < <http://www.angelfire.com/linux/kurtdennis/rbs.htm> >. Acessado em 25/06/2007.

SILVA, Everton R da. **A sofisticação da gestão e o direcionamento estratégico no setor de cinema: um estudo exploratório no segmento produtor** (Dissertação - Mestrado em Administração). Rio de Janeiro : UFRJ/Instituto COPPEAD de Administração, 2005.

STRAUBHAAR, Joseph. **Refocusing from global to regional homogenization of television: production and programming in the latino U.S. market, Mexico and Venezuela**. Paper submitted to ALAIC : Santa Cruz de la Sierra, Bolívia, 2002.

WIKIPÉDIA. Verbete RBS. Disponível em < <http://pt.wikipedia.org/wiki/RBS> >. Acessado em 25/06/2007.